

**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
Wydział Ekonomiczno-Rolniczy  
Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa**

# **Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich**

**Praca zbiorowa pod redakcją naukową Izabelli Sikorskiej-Wolak**

**Wydawnictwo SGGW  
Warszawa 2007**

Recenzenci:

dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. nadzw. SGGW

prof. dr hab. Janina Sawicka

dr hab. Izabella Sikorska-Wolak, prof. nadzw. SGGW

dr hab. Krystyna Żelazna, prof. nadzw. SGGW

dr Agata Balińska

Publikacja współfinansowana przez  
Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego

## SPIS TREŚCI

Wstęp

### CZEŚĆ I OGÓLNE ZAGADNIENIA ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH Z WYKORZYSTANIEM FUNKCJI TURYSTYCZNEJ

*Izabella Sikorska-Wolak*

Społeczno-ekonomiczne przesłanki kształtowania funkcji turystycznych obszarów wiejskich.....13

*Irena Jędrzejczyk*

Miejsce wsi w rozwoju turystyki w świetle dokumentów programowych i planistycznych.....29

*Anna Woźniak*

Turystyka w polityce regionalnej Unii Europejskiej.....41

*Katarzyna Gralak*

Partnerstwo lokalne w procesie aktywizacji turystycznych obszarów wiejskich w Polsce.....55

*Ewa Stawicka*

Agroturystyka jako element wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich.69

*Lucyna Przezbórska*

Agroturystyka i turystyka wiejska w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich Wielkopolski.....77

*Marzena Kacprzak*

Rola produktów turystycznych w rozwoju obszarów wiejskich.....93

*Iwona Kowalska*

Edukacyjne konta osobiste instrumentem rozwoju pozarolniczych funkcji wsi.....105

**CZĘŚĆ II**  
**POTENCJAŁ TURYSTYCZNY OBSZARÓW WIEJSKICH**  
**WYBRANYCH REGIONÓW**

<b><i>Bogusław Stankiewicz, Tadeusz Szczygiel</i></b> Potencjał turystyczny Pomorza Zachodniego i jego wykorzystanie.....	121
<b><i>Jolanta Jankowska, Jacek Sosnowski, Grażyna A. Ciepela, Roman Kolczak</i></b> Charakterystyka regionów turystycznych Mazowsza na przykładzie wybranych powiatów.....	139
<b><i>Jacek Sosnowski, Grażyna A. Ciepela, Kazimierz Jankowski</i></b> Potencjał turystyczny powiatu łosickiego.....	152
<b><i>Halina Powęska</i></b> Żuławy Wiślane jako region turystyczny.....	166
<b><i>Irena Kotowicz-Borowy</i></b> Symboliczne i społeczne znaczenie dziedzictwa kulturowego dla rozwoju turystyki na przykładzie rejonu Kanału Augustowskiego.....	175
<b><i>Longina Chojnacka-Ożga, Wojciech Ożga, Maria Kobińska</i></b> Gospodarstwa dydaktyczne jako jedna z form działalności agroturystycznej na przykładzie włoskiej prowincji Mantui.....	185
<b><i>Anna J. Parzonko, Rafał Ośka</i></b> Baza noclegowa regionu kieleckiego w opinii turystów.....	197
<b><i>Jan Zawadka</i></b> Skala i tendencje zmian liczby kwater agroturystycznych na terenie województwa lubelskiego.....	212
<b><i>Marcin Ratajczak</i></b> Turystyczne obiekty noclegowe na Warmii i Mazurach.....	223

### CZEŚĆ III

#### KSZTAŁTOWANIE LOKALNEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ

<i>Mieczysław Adamowicz, Aleksandra Giera</i> Świadomość ekologiczna turystów jako czynnik zrównoważonego rozwoju gminy turystycznej.....	231
<i>Marian Woźniak, Tomasz Cebulak</i> Lokalna oferta agroturystyczna odzwierciedleniem społecznego zainteresowania turystów.....	253
<i>Maciej Drzewiecki</i> Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych na pojezierzach w urządzenia i sprzęt rekreacji ruchowej.....	262
<i>Dominik Orłowski, Krystyna Żelazna</i> Kuchnia regionalna i jej wykorzystanie do uatrakcyjnienia oferty turystycznej na wsi.....	271
<i>Anna Sieczko</i> Produkty i potrawy tradycyjne i regionalne jako czynnik rozszerzający ofertę gospodarstw agroturystycznych.....	286
<i>Kazimierz Tabor</i> Przedsiębiorczość jako element rozwoju lokalnego a dobra turystyczne Ziemi Bocheńskiej.....	289
<i>Magdalena Jabłońska</i> Idea zrównoważonego rozwoju turystyki w działalności Lokalnej Grupy Działania „Kurpsie Razem”.....	308

### CZEŚĆ IV

#### UWARUNKOWANIA I CZYNNIKI ROZWOJU TURYSTYKI

<i>Andrzej Wiatrak</i> Uwarunkowania i analiza wyboru działalności turystycznej na obszarach wiejskich.....	321
---	-----

<b><i>Krystyna Krzyżanowska</i></b> Znaczenie cech osobowych i umiejętności interpersonalnych w świadczeniu usług turystycznych.....	333
<b><i>Mikołaj Jalinik</i></b> Uwarunkowania i czynniki rozwoju turystyki wiejskiej w północno- wschodnich województwach Polski.....	343
<b><i>Ewa Jaska</i></b> Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie warmińsko-mazuskim .....	358
<b><i>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska</i></b> Samorząd terytorialny i gospodarczy w rozwoju agroturystyki.....	372
<b><i>Anna Sammel</i></b> Stowarzyszenia agroturystyczne wspierające rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki w województwie zachodniopomorskim.....	381
<b><i>Anna J. Parzonko, Anna Sieczko</i></b> Doradztwo turystyczne w Polsce.....	390
<b><i>Agnieszka Werenowska</i></b> Możliwości wykorzystania narzędzi public relations w promowaniu oferty turystycznej.....	402
<b><i>Maria Parlińska</i></b> Informacja i jej znaczenie w rozwoju agroturystyki.....	412
<b><i>Tadeusz Skoczek</i></b> Rola mediów w kształtowaniu oferty turystycznej związanej z mniejszościami narodowymi i etnicznymi.....	420
<b><i>Anna Skwara</i></b> Wsparcie turystyki w ramach programów współfinansowanych z funduszy unijnych w Polsce.....	438
<b><i>Wioletta Bieńkowska</i></b> Sposoby spędzania czasu wolnego po pracy i w czasie wyjazdów urlopowych mieszkańców Mazowsza.....	449

**CZĘŚĆ V**  
**WYBRANE METODY BADANIA I ANALIZ W TURYSTYCE**

***Mirosława Witkowska-Dąbrowska***

Ocena potencjału turystycznego powiatu o wysokich walorach środowiskowych.....463

***Katarzyna Karbowski***

Metoda servqual – narzędzie do pomiaru jakości usług agroturystycznych..478

***Bolesław Iwan***

Możliwości wykorzystania metody Assessment Center rekrutacji i selekcji kadr w przedsiębiorstwach turystycznych.....492

***Agata Balińska***

Rachunek satelitarny jako metoda pomiaru ekonomicznych skutków turystyki.....503





## Wstęp

Wieś polska stoi przed ogromnymi wyzwaniami. Wynikają one z postępującego procesu globalizacji, ale jednocześnie potrzeby zachowania typowych dla wsi wartości przyrodniczych i kulturowych. Wyzwania te wynikają też z niedoskonałości struktur społecznych i gospodarczych, a w ich konsekwencji wielorakich problemów społecznych i ekonomicznych towarzyszących rozwojowi obszarów wiejskich. Przez wiele wieków wieś utożsamiana była z rolnictwem. I chociaż rolnictwo długo jeszcze pozostanie podstawową częścią wiejskiej ekonomii i będzie miało decydujący wpływ na sytuację społeczno-ekonomiczną większości obszarów wiejskich, to coraz wyraźniej daje się zaobserwować postępujący proces dezagraryzacji struktur społecznych i gospodarczych.

Jednym z rodzajów pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich jest turystyka. Proces wkomponowywania w wiejską przestrzeń funkcji turystycznych dokonuje się już od kilkunastu lat, jednakże w większości gmin wiejskich i regionów stan jego zaawansowania nie jest wystarczający i nie wpływa w widoczny sposób na ich strukturę funkcjonalną. Wielorakie korzyści z rozwoju turystyki osiągnęte przez mieszkańców wsi świadczących usługi turystyczne, a także całe społeczności lokalne umożliwiające złagodzenie przynajmniej części problemów nurtujących wieś, przemawiają za potrzebą zdynamizowania tego procesu. Potwierdzają to doświadczenia krajów o długoletnich tradycjach rozwoju turystyki wiejskiej, a także doświadczenia tych regionów i gmin wiejskich w Polsce, które jako pierwsze dostrzegły szansę rozwoju poprzez turystykę. Możliwości rozwoju turystyki wiejskiej w Polsce są bardzo duże. Co sprawia, że nie są one jeszcze w wystarczającym stopniu wykorzystane? Jakie działania należy podjąć dla zdynamizowania jej rozwoju i uczynienia z turystyki ważnego czynnika rozwoju obszarów wiejskich? Jakie formy turystyki należy rozwijać na obszarach wiejskich i jak kształtować świadomość turystów aby ich pobyt na wsi nie naruszał wartości towarzyszących zrównoważonemu rozwojowi? To tylko niektóre pytania, na które przynajmniej częściową odpowiedź znajdzie Czytelnik w niniejszej publikacji.

Część pierwsza publikacji poświęcona została zagadnieniom wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich ze szczególnym uwzględnieniem roli i miejsca turystyki w tym rozwoju. Przedstawiono w niej sytuację społeczno-gospodarczą obszarów wiejskich w Polsce oraz problemy ich rozwoju, dokonano analizy struktury funkcjonalnej obszarów wiejskich, podkreślono potrzebę dalszego różnicowania działalności gospodarczej na wsi, a głównie zdynamizowania rozwoju działalności turystycznej i budowania partnerstwa na rzecz jej rozwoju.

W części drugiej ukazany został potencjał turystyczny wybranych regionów. Podkreślono znaczenie dziedzictwa kulturowego w rozwoju turystyki.

Zaprezentowano też doświadczenia innych krajów w wykorzystywaniu gospodarstw wiejskich w edukacji przyrodniczej i kulturowej. Kolejną trzecią część rozpoczyna obszerne i interesujące opracowanie na temat świadomości ekologicznej turystów, czynników kształtujących tę świadomość oraz problematyce ekologizacji turystyki. W części tej podkreślono też potrzebę większego uwzględniania potrzeb i zainteresowań turystów w kształtowaniu lokalnej oferty turystycznej. Wiele miejsca poświęcono roli produktów oraz potraw tradycyjnych i regionalnych w uatrakcyjnianiu oferty turystycznej na wsi. Ukazano też na przykładzie lokalnej grupy działania znaczenie inicjatyw oddolnych w rozwijaniu turystyki zrównoważonej i zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich. Problematyka uwarunkowań i czynników rozwoju turystyki analizowana jest w czwartej części publikacji. Analizie poddano zarówno uwarunkowania osobowe i umiejętności interpersonalne usługodawców jak i uwarunkowania przyrodnicze i kulturowe rozwoju turystyki wiejskiej. Najwięcej jednakże miejsca poświęcono czynnikom instytucjonalnym i ich roli w stymulowaniu rozwoju turystyki na obszarach wiejskich.

Ważną częścią publikacji jest część piąta prezentująca wybrane metody badania i analiz w turystyce. Badania nad turystyką, a w szczególności turystyką wiejską zapoczątkowane zostały stosunkowo niedawno, dlatego też nie wypracowano dotychczas skutecznych metod badań uwzględniających różnorodność jej aspekty. Opracowania zawarte w tej części, dotyczące m.in. pomiaru jakości usług agroturystycznych czy pomiaru ekonomicznych skutków turystyki posiadają dużą wartość metodyczną i stanowią wkład w rozwój badań.

Zdajemy sobie sprawę, że poruszane w publikacji zagadnienia nie wyczerpują wszystkich problemów rozwoju obszarów wiejskich z wykorzystaniem funkcji turystycznych i nie oddają całej jego złożoności. Mogą one jednakże stanowić inspirację do dalszych badań, wskazując kierunki poszukiwań badawczych. Obecność Autorów reprezentujących różne dyscypliny naukowe wskazuje na potrzebę podejmowania badań o charakterze interdyscyplinarnym.

Pragnę podziękować Autorom za trud przygotowania opracowań, Recenzentom za wkład pracy w podniesienie jakości artykułów. Dziękuję pracownikom Katedry Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa, a w szczególności pracownikom Zakładu Dziedzictwa Kulturowego i Rozwoju Wsi za duże zaangażowanie i pomoc w przygotowaniu niniejszej publikacji.

Szczególne podziękowanie składam Panu Marszałkowi Województwa Mazowieckiego za współudział w sfinansowaniu wydania niniejszej publikacji.

Dr hab. Izabella Sikorska-Wolak, prof. nadzw. SGGW

# **Część I**

---

## **Ogólne zagadnienia rozwoju obszarów wiejskich z wykorzystaniem funkcji turystycznej**



**Izabella Sikorska-Wolak**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Spoleczno-ekonomiczne przesłanki kształtowania funkcji turystycznych obszarów wiejskich**

### **Wstęp**

Do przeszłości już dzisiaj należy utożsamianie wsi z rolnictwem. I chociaż rolnictwo w Polsce długo jeszcze pozostanie podstawową częścią wiejskiej ekonomii większości regionów, to coraz wyraźniej zauważalny jest proces różnicowania działalności gospodarczej na obszarach wiejskich i wkomponowywania w wiejską przestrzeń nowych pozarolniczych i pozaprodukcyjnych funkcji. Jest to zgodne z polityką wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju wsi. Jedną z nich jest funkcja turystyczna. Możliwości rozwoju turystyki wiejskiej w Polsce są bardzo duże, sprzyjają temu: urozmaicony i zachowany w naturalnym stanie krajobraz wiejski, duże powierzchnie lasów i zbiorników wodnych, duże obszary objęte ochroną prawną (parki narodowe, parki krajobrazowe, rezerваты przyrody), bogate zasoby dziedzictwa kulturowego, duże i niewykorzystane zasoby pracy, niewykorzystane zasoby mieszkaniowe, tradycje letniskowe wsi. Szczególnie dużą rolę w aktywizowaniu społeczności lokalnych może odegrać turystyka wiejska na obszarach położonych peryferyjnie i terenach o niekorzystnych warunkach gospodarowania w rolnictwie, na których produkcja rolna jest utrudniona ze względu na niekorzystne dla jej rozwoju warunki glebowo-przyrodnicze (obszary nizinne) i ukształtowanie terenu (obszary górskie), a także na terenach szczególnie cennych przyrodniczo, zajmujących wysoką pozycję w krajowym i międzynarodowym systemie obszarów chronionych. Są to jednocześnie tereny o bogatych walorach turystycznych

Za rozwojem funkcji turystycznej wiejskiej przestrzeni przemawia także coraz większe zainteresowanie mieszkańców miast turystyką alternatywną, w tym turystyką wiejską/agro i ekoturystyką.

W opracowaniu wykorzystano wybrane pozycje literatury, dokumenty strategiczne dotyczące rozwoju obszarów wiejskich, dane statystyki krajowej i regionalnej. W części końcowej opracowania zaprezentowano wstępne wyniki badań własnych, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki postaw mieszkańców wsi wobec podejmowania i rozwijania działalności turystycznej na obszarach wiejskich.

## Sytuacja społeczno-ekonomiczna obszarów wiejskich w Polsce i tendencje zmian

Obszary wiejskie w Polsce zajmują 93,2 % powierzchni kraju.<sup>1</sup> Zatem ich znaczenie zarówno z punktu widzenia gospodarczego, społecznego jak i środowiskowego jest ogromne. W wyniku postępujących procesów urbanizacji liczba miejscowości wiejskich zmniejsza się, „wchłaniane” one są przez rozszerzające się terytorialnie miasta ( w latach 2000-2005 liczba miejscowości wiejskich zmniejszyła się z 56 772 do 53 023).<sup>2</sup> Polska wieś ukształtowana historycznie charakteryzuje się rozproszoną siecią osadniczą. Największe rozproszenie wiejskiej sieci osadniczej występuje w regionie północno-wschodnim i południowo wschodnim, największe zagęszczenie w Polsce centralnej. Ponad 80% miejscowości wiejskich liczy do 500 mieszkańców, z tego 15% mniej niż 100 osób.

Od 2000 r. obserwuje się nie notowane dotychczas zmiany w strukturze demograficznej, po raz pierwszy odnotowany został większy napływ ludności z miast na wieś, aniżeli odpływ ludności ze wsi do miast. Liczba ludności zamieszkującej tereny wiejskie wykazuje w ostatnich latach niewielką tendencję wzrostową, trend taki utrzyma się w kolejnych latach. Pomimo bowiem prognozowanego przez GUS spadku ogólnej liczby ludności w Polsce, liczba ludności zamieszkującej tereny wiejskie będzie liczyła w 2015 r. ok. 14,9 mln osób ( w 2005 r. – 14,7 mln.). O ile w 2000 r. ludność zamieszkująca obszary wiejskie stanowiła 38,1% ogółu ludności, to w 2005 r. wskaźnik ten wzrósł do 38,6%. Na wzrost tego wskaźnika miało niewątpliwie wpływ pojawienie się w ostatnich latach nowej kategorii mieszkańców wsi, tj. osób osiedlających się na terenach wiejskich w okolicach dużych aglomeracji, dla których wieś stanowi jedynie miejsce zamieszkania i rekreacji. Zgodnie z prognozą GUS udział mieszkańców obszarów wiejskich wzrośnie do 42,6% w 2030 r. <sup>3</sup>Udział ludności wiejskiej zróżnicowany jest regionalnie – od 20,7% w woj. śląskim do 59,1% w woj. podkarpackim. Zróżnicowana regionalnie jest też gęstość zaludnienia na obszarach wiejskich – największa w woj. małopolskim i śląskim( odpowiednio 122 i 117 osób/km kw), najmniejsza w woj. warmińsko-mazurskim i zachodniopomorskim ( 24 osoby/km.kw.) oraz w woj. podlaskim i pomorskim (25 osób/km.kw.); średnio w kraju (51 osób/km.kw.). Gęstość zaludnienia jest miernikiem wskazującym

---

<sup>1</sup> Obszar wiejski w Polsce oznacza terytorium pozostające poza granicami administracyjnymi miast, podczas gdy w krajach Unii Europejskiej i OECD o podziale na obszary wiejskie i miejskie decyduje gęstość zaludnienia. Pomimo odmienności podejść w określaniu obszarów wiejskich wielkości są zbliżone, bowiem uwzględniając metodologię OECD (gęstość zaludnienia poniżej 150 osób/km.kw.) obszary wiejskie w Polsce stanowiłyby ok.91% powierzchni kraju.

<sup>2</sup> Rocznik Statystyczny Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, GUS 2006.

<sup>3</sup> Ocena ex-ante Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Raport przygotowany przez Agrotec Spa, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, 2006.

pośrednio na stopień zagospodarowania danego obszaru, charakter i gęstość osadnictwa oraz zasoby pracy.

W latach 2000-2005 zwiększył się na wsi odsetek ludności w wieku produkcyjnym ( z 56,8% do 60,8%), zmniejszył się natomiast w wieku przedprodukcyjnym ( z 27,6% do 23,8%). Prognozy GUS wskazują, że tendencja ta będzie się utrzymywała i wskaźniki te osiągną w 2015 roku odpowiednio – 63,7% i 17,2%.<sup>4</sup>

Poziom wykształcenia ludności wiejskiej, pomimo znacznej poprawy w ciągu ostatnich kilkunastu lat, nadal jest znacznie niższy aniżeli mieszkańców miast. Pozytywną tendencją jest stały wzrost odsetka osób z wykształceniem ponadpodstawowym. O ile w 1988 r. tylko 39% osób posiadało wykształcenie ponadpodstawowe, zaś niecałe 2% wykształcenie wyższe, to w 2002 r. wskaźniki te kształtowały się odpowiednio 56% i 4,3%. W krajach UE-15 udział rolników, którzy zakończyli swoją edukację na szkole podstawowej wynosił tylko 16,9%.

Tylko 38,5% właścicieli gospodarstw rolnych prowadzących działalność rolniczą posiadało wykształcenie rolnicze, z tego ponad połowa zdobyło je na kursach rolniczych. Konsekwencją niskiego poziomu wykształcenia ludności rolniczej jest między innymi ich mniejsza aktywność społeczno-zawodowa, większe trudności ze znalezieniem alternatywnego miejsca pracy poza rolnictwem, a w konsekwencji niski poziom dochodów. Pozytywnie należy ocenić wzrost aspiracji edukacyjnych młodzieży wiejskiej.

Kolejnym problemem polskiej wsi jest wysoka skala bezrobocia jawnego i ukrytego oraz ograniczone możliwości zatrudnienia na wsi. Od 2003 r. obserwujemy jednakże zahamowanie wzrostu liczby osób bezrobotnych, na co niewątpliwie wpływ wywarło postępujące zjawisko migracji długo i krótkookresowej z przyczyn ekonomicznych, w wyniku otwarcia rynków pracy w niektórych krajach Unii Europejskiej. Wstępne szacunki wskazują, że zjawisko to będzie miało znaczący wpływ na kondycję społeczną i ekonomiczną polskich obszarów wiejskich.<sup>5</sup>

Ogólny wskaźnik zatrudnienia na wsi (osób w wieku 15 lat i więcej) w 2005 r. wynosił 46,1%. Szacuje się, iż do 2010 r. wskaźnik ten wzrośnie do 51%, zaś do 2015 r. – 54%.<sup>6</sup> W 2005 r. liczba pracujących w gospodarstwach rolnych, w przeliczeniu na pełnozatrudnionych (70% osób pracuje w niepełnym wymiarze czasu pracy) wynosiła 2 291,9 tys. osób. Przewiduje się, iż w kolejnych latach będzie następowało ograniczenie zatrudnienia w rolnictwie i w 2015 r. udział osób

---

<sup>4</sup> Por. Krajowy Plan Strategiczny Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2007.

<sup>5</sup> tamże

<sup>6</sup> Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.

pracujących w rolnictwie zmniejszy się z obecnego poziomu 17,4% ( na wsi 40,9%) do ok..11% ogółu zatrudnionych ( w UE wynosi on średnio 4,5%).<sup>7</sup>

Pracujący w rolnictwie polskim stanowią ponad ¼ pracujących w rolnictwie całej poszerzonej UE <sup>8</sup>. Znacznie wyższy jest też udział kobiet wśród pracujących w rolnictwie polskim. W przeliczeniu na 100 ha użytków rolnych liczba pracujących w rolnictwie wynosi 15 osób (w UE – 9 osób). Należy podkreślić, iż przy ogólnie wysokim poziomie zatrudnienia w rolnictwie, są też regiony w których w wielu wsiach występuje problem braku następców i wyludniania się terenów wiejskich, szczególnie tych położonych peryferyjnie.

Wydajność pracy w rolnictwie polskim jest bardzo niska i wynosi zaledwie 14% poziomu tego wskaźnika w UE-25. Jest to konsekwencją niekorzystnej struktury agrarnej, niewielkiej siły ekonomicznej gospodarstw rolnych, dużych zasobów pracy, niedostatecznego wyposażenia gospodarstw rolnych w nowoczesne maszyny i urządzenia.

W 2005 r. w Polsce było 1782,3 tys. indywidualnych gospodarstw rolnych o powierzchni powyżej 1 ha użytków rolnych. W strukturze obszarowej gospodarstw dominują gospodarstwa małe o powierzchni 1 – 5 ha ( 58,8%). Zasoby ziemi w tych gospodarstwach są zbyt małe by zapewnić wystarczający poziom dochodów. Średnia wielkość gospodarstwa rolnego (7,6 ha) wykazuje znaczne zróżnicowanie regionalne. Największe rozdrobnienie gospodarstw występuje w województwach południowych ( małopolskie – 3,2 ha, podkarpackie – 3,5 ha), zaś największe obszarowo gospodarstwa położone są na północy kraju (warmińsko-mazurskie – 21,4 ha, zachodniopomorskie – 24,1 ha). W ostatnich latach daje się zauważyć polaryzacja gospodarstw rolnych – rośnie liczba gospodarstw największych (pow.20ha) oraz gospodarstw najmniejszych (do 5 ha).

Większość gospodarstw indywidualnych posiada grunty w tzw. szachownicy, z czego 20% w sześciu i więcej działkach ( w niektórych przypadkach odległość działek od siedziby gospodarstwa wynosi nawet powyżej 10 km). Największe rozproszenie działek rolnych występuje w województwach południowo-wschodnich. Wszystko to znacznie utrudnia rozwijanie i unowocześnianie produkcji rolnej, a w konsekwencji wpływa niekorzystnie na sytuację dochodową rodzin rolniczych.

Niekorzystna struktura agrarna ogranicza liczbę gospodarstw towarowych. Według danych Spisu Rolnego z 2002 r. 17,1% gospodarstw nie prowadziło stale lub czasowo produkcji rolnej ( w 1996 r.- 2,4%), 10,6% produkowało wyłącznie na własne potrzeby ( w 1996 r.- 12,7%), 25,5% produkowało głównie na własne potrzeby a nadwyżki sprzedawało na rynku ( w 1996r.- 37,4%), zaś tylko niespełna

---

<sup>7</sup> Krajowy Plan Strategiczny Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2007.

<sup>8</sup> Polska wieś po wejściu do Unii Europejskiej. Fundacja na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa. Warszawa 2004 s.148.



połowa gospodarstw (46,8%) produkowało głównie na rynek ( w 1996r.- 47,4%).<sup>9</sup> Dane te wskazują na ograniczanie aktywności rolniczej właścicieli gospodarstw rolnych. W ostatnich latach można zauważyć wzrost zainteresowania produkcją metodami ekologicznymi, o ile w 2001 r. powierzchnia UR przeznaczonych na tego typu uprawy wynosiła 38,7 tys.ha to w roku 2005 już 159,7 tys.ha.

W 2002 r. wg danych GUS liczba gospodarstw rolnych, których użytkownicy, obok działalności rolniczej prowadzili dodatkowo działalność pozarolniczą lub podjęli działalność pozarolniczą na własny rachunek, przy zawieszonych czasowo lub zaniechanej działalności rolniczej wynosiła 363,4 tys. W porównaniu z 1996 r. nastąpił wzrost o 46,0%.

Dochód rozporządzalny gospodarstw domowych na wsi był w 2004 r. prawie o 35% niższy od gospodarstw domowych w miastach. Dla 36,3% działalność rolnicza stanowiła główne źródło utrzymania (pow.50% dochodów). Kolejnymi źródłami dochodu były: emerytury i renty (42,8%), praca najemna (41,5%), działalność pozarolnicza (8,4%) oraz inne niezarobkowe źródła (4,4%).<sup>10</sup>

Zasygnalizowane powyżej problemy polskiej wsi i rolnictwa występują w różnym nasileniu w układzie terytorialnym. Gminy wiejskie wykazują znaczne zróżnicowanie przestrzenne pod względem poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego, struktury sieci osadniczej, stanu infrastruktury społecznej i technicznej, mają odmienne problemy rozwojowe. Owo zróżnicowanie ma swoje podłoże historyczne, ale wynika też z oddziaływania takich czynników, jak: położenie gminy i regionu, ranga i charakter rolnictwa w rozwoju regionu, sytuacja demograficzna, sytuacja na rynku pracy, zasoby krajobrazowe przyrodnicze i kulturowe, aktywność społeczności lokalnych i samorządów, lokalne umiejętności i tradycje.

### **Zróżnicowanie struktury funkcjonalnej obszarów wiejskich**

Przedstawione powyżej problemy rozwoju polskiej wsi i rolnictwa przemawiają za potrzebą rozszerzania funkcji pozarolniczych wsi i koniecznością przestrzegania zasad zrównoważonego rozwoju. *Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich wiąże się z koncepcją wielofunkcyjności, kształtowaniem warunków do różnorodnej działalności gospodarczej prowadzonej z poszanowaniem aspektów środowiskowych, rozwojem funkcji społecznych i kulturalnych, dbałością o zapewnienie mieszkańcom godziwych warunków życia.*<sup>11</sup>

Wielofunkcyjność obszarów wiejskich, wzbogacanie struktury funkcji społeczno-gospodarczych oraz kształtowanie i ochrona krajobrazu stały się naczelnym

<sup>9</sup> Por. Plan rozwoju obszarów wiejskich na lata 2004-2006. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2003.

<sup>10</sup> Krajowy Plan Strategiczny.....op.cit.

<sup>11</sup> Strategia rozwoju obszarów wiejskich i rolnictwa na lata 2007-2013. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2005.

postulatem uwzględnianym w planach zagospodarowania przestrzennego, strategiach rozwoju, studiach i ekspertyzach dotyczących wsi. Poddając analizie problematykę wielofunkcyjności obszarów wiejskich, nie sposób nie uwzględnić również wielofunkcyjności rolnictwa i jego roli, m.in. w kształtowaniu i konserwacji krajobrazu przyrodniczego i kulturowego, przeciwdziałaniu depopulacji obszarów wiejskich czy stwarzaniu podstaw do rozwoju działalności agroturystycznej. Rolnicy zaś przestają być tylko producentami żywności, ale stają się też „ogrodnikami krajobrazu”<sup>12</sup> oraz przedsiębiorcami.

Szeroko zakrojone badania nad strukturą funkcjonalną obszarów wiejskich prowadzone są od wielu lat w Instytucie Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN. W badaniach tych główny akcent położony został na funkcje gospodarcze. Struktura funkcjonalna wskazuje w sposób syntetyczny, jakie rodzaje działalności gospodarczej przeważają na danym obszarze. Na ogół określa się ją na podstawie zbioru cech diagnostycznych dotyczących różnych elementów gospodarczych w określonej jednostce odniesienia (gmina, powiat). W Polsce podstawowe funkcje obszarów wiejskich są wypadkową funkcji rolnictwa, leśnictwa, turystyki i rekreacji, a mniejszym stopniu mieszkalnictwa, przemysłu i usług. Badania te pozwoliły wyróżnić w 2000 r. 10 klas funkcjonalnych w ramach pięciu podstawowych grup. Są to:<sup>13</sup>

- I. *gminy o przewadze funkcji rolniczych:*
  - rolnictwo ekstensywne i niskotowarowe
  - rolnictwo intensywne i towarowe
  - rolnictwo mieszane
  - rolnictwo ze znacznym udziałem gospodarstw „socjalnych” i funkcji pozarolniczych
- II. *gminy o równorzędnym udziale różnych funkcji*
- III. *gminy o przewadze leśnictwa:*
  - leśnictwo z udziałem funkcji pozarolniczych
  - leśnictwo z udziałem rolnictwa
- IV. *gminy o przewadze funkcji turystyczno-wypoczynkowych:*
  - turystyka i wypoczynek z udziałem leśnictwa i rolnictwa
  - turystyka i wypoczynek z udziałem funkcji pozarolniczych
- V. *gminy o przewadze funkcji pozarolniczych – przemysłowych, usługowych, mieszkalnych itp.*

Analiza struktury funkcjonalnej obszarów wiejskich wykazała, że na początku bieżącego stulecia mniej więcej w połowie gmin rolnictwo było prawie

---

<sup>12</sup> Halamska M.: Obecne i przyszłe zróżnicowanie regionalne wsi . W: Przyszłość wsi polskiej – wizje, strategie, koncepcje. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2001.

<sup>13</sup> Zob. Bański J.: Geografia polskiej wsi. PWE, Warszawa 2006 s. 156-158.

jedyną funkcją gospodarczą. Były to zatem gminy o charakterze monofunkcyjnym. Wśród pozostałych gmin przeważały takie, w których rolnictwo występowało z innymi rodzajami działalności gospodarczej. Tylko w ok. 20% gmin zasadniczą rolę odgrywały funkcje pozarolnicze – głównie leśne, turystyczne lub mieszane.<sup>14</sup> Największe skupienie rolniczych gmin monofunkcyjnych występuje we wschodniej i środkowej Polsce. I chociaż różnią się one pod względem struktury obszarowej gospodarstw i poziomu rozwoju rolnictwa, to ich cechą wspólną jest brak bądź śladowy udział innych rodzajów działalności gospodarczej. Obszary o równorzędnym udziale różnych funkcji (grupa II) występują przeważnie na terenach północnych i zachodnich kraju, na których dominowało uprzednio rolnictwo uspołecznione. Obszary o przewadze leśnictwa (udział lasów ponad 40-60% powierzchni) zlokalizowane są w Bieszczadach na Pomorzu, na terenach przygranicznych, Pojezierzu Suwalskim, Karpatach i Kaszubach. Funkcje turystyczno-wypoczynkowe (grupa IV) zazwyczaj uzupełniają funkcje leśne i rolnicze obszarów wiejskich. Gminy o takiej strukturze funkcjonalnej występują przeważnie w Karpatach i na Pojezierzu Suwalskim. Drugą klasę tej grupy stanowią gminy, na których obok funkcji turystyczno-wypoczynkowych występują też inne funkcje pozarolnicze (głównie usługowe i mieszkalne). Są one zlokalizowane nad Bałtykiem, na Pojezierzu Mazurskim, w Sudetach oraz w mniejszym stopniu w sąsiedztwie większych miast. Gminy cechujące się rozwojem funkcji turystyczno-wypoczynkowych zlokalizowane są więc w większości w tradycyjnych regionach turystycznych. I chociaż w ostatnich latach obserwuje się dynamiczny wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych, to nie wpływają one jeszcze w znaczący sposób na strukturę funkcjonalną większości obszarów wiejskich. Gminy o przewadze funkcji pozarolniczych (grupa V) występują w większych skupieniach w regionach północno-zachodnim, południowo-zachodnim oraz wokół większych aglomeracji.

Mówiąc o pozarolniczych funkcjach gospodarczych obszarów wiejskich mamy na myśli zarówno pozarolnicze rodzaje działalności gospodarczej podejmowane przez rolników i członków ich rodzin jak i innych mieszkańców wsi nie związanych z rolnictwem, a także mieszkańców miast lokujących swój kapitał w rozwój firm o charakterze produkcyjnym czy usługowym na terenach wiejskich. Szczególnie godnym podkreślenia jest rozwój aktywności zawodowej stwarzającej dodatkowe źródła dochodu rodzin rolniczych jaką jest dywersyfikacja gospodarstw rolnych w kierunku działalności pozarolniczej z wykorzystaniem zasobów własnych gospodarstw. Według danych Powszechnego Spisu Rolnego w 2002 r. działalność pozarolniczą prowadziło 12,4% ogółu gospodarstw rolnych (podczas gdy w roku 1996 – 8,1%), w tym 3,6% wyłącznie działalność pozarolniczą, zaś 8,8% łączyło produkcję rolną z działalnością pozarolniczą.<sup>15</sup> Pozarolnicze

<sup>14</sup> Tamże, s.120.

<sup>15</sup> Por. Pozarolnicza działalność gospodarstw rolnych. GUS, Warszawa 2003.

podmioty gospodarcze na obszarach wiejskich rozwijają się bardzo nierównomiernie. Największe ich zagęszczenie występuje w województwach: zachodnich oraz mazowieckim i śląskim, najmniejsze w podlaskim, lubelskim i podkarpackim. Największa koncentracja gospodarstw wiejskich prowadzących działalność pozarolniczą cechuje strefy podmiejskie dużych miast oraz obszary atrakcyjne turystycznie. Ich liczba w przeliczeniu na 10 tys. osób w wieku produkcyjnym przekracza tam 1000.<sup>16</sup> Najczęściej prowadzonymi rodzajami działalności są: handel, przetwórstwo rolno-spożywcze, budownictwo i transport. Z uwagi jednak na ograniczony dostęp do środków finansowych pozarolnicza aktywność gospodarza ludności wiejskiej i rolniczej jest wciąż słabo rozwinięta (choć w ostatnich latach pojawiły się możliwości wsparcia finansowego tego typu przedsięwzięć ze środków krajowych i zagranicznych, w tym funduszy UE). Do istotnych czynników utrudniających jej rozwój należą też: niski poziom wykształcenia ludności wiejskiej, niedorozwój infrastruktury ekonomicznej, instytucjonalnej i społecznej, rozproszona sieć osadnicza a co za tym idzie ograniczony popyt lokalny na dobra i usługi. Jednym z rodzajów działalności pozarolniczej i ważnym źródłem dochodów na terenach wiejskich może być świadczenie usług turystycznych, a w szczególności agroturystycznych. Te rodzaje działalności nie są ograniczone lokalnym popytem, co więcej popyt na turystykę wiejską wykazuje w ostatnich latach wyraźną tendencję wzrostową.

### **Potrzeby i możliwości rozszerzenia funkcji turystycznych obszarów wiejskich**

Przedstawione we wstępnej części opracowania wskaźniki ilustrujące sytuację społeczno-gospodarczą obszarów wiejskich ukazują, iż wieś polska podlega stopniowo procesowi dezagraryzacji. Rolnictwo jednakże jest nadal dominującym czynnikiem kształtującym charakter większości obszarów wiejskich, pomimo iż jego udział w dochodach rodzin wiejskich wykazuje tendencję malejącą. Dezagraryzacja struktur społecznych i gospodarczych na wsi związana jest z aktywizacją nie wykorzystanych zasobów znajdujących się na obszarach wiejskich, a więc przede wszystkim zasobów ludzkich, ziemi oraz środowiska przyrodniczego i kulturowego. Należy w tym miejscu nadmienić, iż to właśnie rolnictwo miało decydujący wpływ na kształtowanie krajobrazu kulturowego wsi.<sup>17</sup> Sposobem umożliwiającym w najpełniejszym stopniu wykorzystanie niewykorzystanych dotychczas, bądź nie w pełni wykorzystanych zasobów jest rozwój funkcji turystycznej obszarów wiejskich.

---

<sup>16</sup> J. Bański, op.cit., s.121.

<sup>17</sup> Zob. M. Adamowicz, Krajobraz wiejski jako produkt wytwarzania w rolnictwie i ważny element popytu turystycznego. W: Turystyka w rozwoju lokalnym. SGGW, Warszawa 2004, s. 187-199.

Obszary wiejskie posiadają korzystne warunki do rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki. Dotyczy to zwłaszcza regionów o niskim poziomie uprzemysłowienia, małym udziale zatrudnienia w zawodach pozarolniczych, posiadających bogate walory przyrodniczo-krajobrazowe i kulturowe. Szczególnie dużą rolę może odegrać turystyka wiejska na terenach o niekorzystnych warunkach gospodarowania w rolnictwie (ONW), w których produkcja rolna jest utrudniona ze względu na niekorzystne warunki glebowo-przyrodnicze (obszary nizinne) i ukształtowanie terenu (obszary górskie). W zasięgu terenów ONW znajduje się łącznie 52% użytków rolnych. Tereny te cechuje duży udział ziem porzuconych (ugory i odłogi) oraz kilkakrotnie większy udział ludności związanej z rolnictwem, w stosunku do terenów znajdujących się poza wydzielonymi strefami ONW.<sup>18</sup>

Dużą część tych terenów zajmuje 69 wyznaczonych stref priorytetowych, czyli obszarów, które wykazują określone problemy środowiskowe i wymagają podjęcia działań naprawczych lub ochronnych. Obszary te zajmują wysoką pozycję w krajowym i międzynarodowym systemie obszarów chronionych ( status parku narodowego, parku krajobrazowego, proponowane ostoje sieci NATURA 2000). Cechuje je przewaga tradycyjnych typów krajobrazów rolniczych, różniących się pod względem wielkości gospodarstw i mozaiki użytków rolnych. Jednym z kryteriów wydzielenia stref priorytetowych było przeciwdziałanie tendencjom prowadzącym ku specjalizacji i intensyfikacji produkcji rolniczej.<sup>19</sup> Strefy te objęte są Programem Rolnośrodowiskowym, przewidującym m.in. na ich terenach: rozwój rolnictwa zrównoważonego, ekologicznego, utrzymanie ekstensywnego charakteru łąk i pastwisk, ochronę gleb i wód. Zajmują one ogółem 32,8% powierzchni kraju i 812 gmin wiejskich i miejsko-wiejskich (tab.1). Układ tych gmin zróżnicowany jest regionalnie. Najwięcej, bo ponad połowa gmin objętych strefami priorytetowymi znajduje się w woj. podlaskim. Jest to region o niższej od średniej krajowej jakości rolniczej przestrzeni produkcyjnej, niewielkim zanieczyszczeniu środowiska, cechuje go tradycyjny charakter gospodarki rolnej, duża mozaika lasów i użytkowanych w dużej części ekstensywnie łąk i pastwisk, na jego terenie znajdują się cztery parki narodowe. Region podlaski odznacza się też największym, w porównaniu do innych województw, udziałem gmin” problemowych” to jest takich, w których bariery rozwojowe występują w szczególnym nasileniu.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Plan rozwoju obszarów wiejskich na lata 2004-2006. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2003.

<sup>19</sup> Strefy priorytetowe Krajowego Programu Rolnośrodowiskowego. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2004.

<sup>20</sup> A. Rosner. (red.): Wiejskie obszary kumulacji barier rozwojowych. Wyd. IRWiR PAN, Warszawa 2002.

Tabela 1. Gminy wiejskie i miejsko-wiejskie w strefach priorytetowych oraz gminy zaliczane do problemowych (w układzie regionalnym)

Regiony	Liczba gmin	Odsetek gmin w strefach priorytetowych*	Odsetek gmin problemowych**
Dolnośląskie	113	45,9	5,2
Kujawsko-pomorskie	127	29,9	12,5
Lubelskie	193	40,4	26,4
Lubuskie	74	33,8	2,7
Łódzkie	159	23,3	10,0
Małopolskie	166	30,7	1,2
Mazowieckie	279	40,9	23,3
Opolskie	68	36,8	–
Podkarpackie	144	41,7	11,1
Podlaskie	105	65,7	37,1
Pomorskie	98	28,6	2,0
Śląskie	118	32,2	4,2
Świętokrzyskie	102	34,3	29,4
Warmińsko-mazurskie	100	31,0	14,0
Wielkopolskie	207	31,4	4,8
Zachodnio-pomorskie	103	49,5	9,7
<i>Ogółem</i>	<i>2171</i>	<i>34,6</i>	<i>14,0</i>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: \* Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2004-2006. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Warszawa 2003.

\*\* A. Rosner/red./: Wiejskie obszary kumulacji barier rozwojowych. PAN IRWiR, Warszawa 2002.

Kolejnymi regionami o wysokim udziale obszarów cennych przyrodniczo, a zarazem gmin problemowych (przewyższającymi znacznie średnią krajową) są lubelskie i mazowieckie.

Większość regionów o dużym udziale obszarów wykazujących problemy rolno-środowiskowe, a także obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania w rolnictwie, to jednocześnie tereny o dużych walorach turystycznych. Duże szanse ich rozwoju stwarza więc turystyka wiejska. Celem polityki władz lokalnych tych obszarów powinno więc być, z jednej strony zachowanie naturalnego charakteru tych terenów oraz ochrona przyrody, z drugiej – udostępnianie ich turystom. Formy turystyki i ich intensywność muszą być jednakże ściśle powiązane z realizacją wymienionego powyżej celu. Obszary te predestynowane są do rozwoju turystyki alternatywnej „przyjaznej środowisku”, a więc przede wszystkim agroturystyki i ekoturystyki.

Rozwojowi agroturystyki sprzyja też większe zainteresowanie mieszkańców miast turystyką alternatywną oraz poznaniem specyfiki wiejskiego stylu życia i pracy (w krajach UE z wypoczynku na wsi korzysta ok. 25% mieszkańców). I chociaż liczba gospodarstw świadczących usługi agroturystyczne

systematycznie wzrasta, nadal jednakże stanowią one tylko ok. 0,5 % ogółu gospodarstw rolnych w Polsce.

Duże różnice dają się zaobserwować w liczbie gospodarstw agroturystycznych analizowanych w ujęciu regionalnym i lokalnym. Najwięcej gospodarstw rolnych świadczących usługi turystyczne znajduje się na terenie województw o dużej atrakcyjności turystycznej, tj.: małopolskim, warmińsko-mazurskim, pomorskim i podlaskim. Województwa te odznaczają się też największą liczbą gospodarstw agroturystycznych przypadających na jedną gminę, znacznie przekraczającą średnią krajową (tab.1)

Tabela 2. Liczba gospodarstw rolnych świadczących usługi turystyczne w 2004 roku (w ujęciu regionalnym)

Region	Agroturystyka	Ekoturystyka	Średnio w gminie
Dolnośląskie	450	30	4,2
Kujawsko-Pomorskie	170	2	1,3
Lubelskie	120	1	0,6
Lubuskie	78	-	0,9
Łódzkie	169	1	1,1
Małopolskie	2004	42	12,3
Mazowieckie	320	12	1,2
Opolskie	85	2	1,3
Podkarpackie	560	14	4,0
<i>Podlaskie</i>	<i>707</i>	<i>13</i>	<i>6,9</i>
Pomorskie	837	16	8,7
Śląskie	520	26	4,6
Świętokrzyskie	279	19	2,9
Warmińsko-Mazurskie	854	22	8,8
Wielkopolskie	420	4	2,1
Zachodnio-Pomorskie	457	10	4,5
<i>Ogółem</i>	<i>8030</i>	<i>214</i>	<i>3,8</i>

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Obok gospodarstw agroturystycznych, coraz powszechniejszym zjawiskiem w tych regionach, a także w innych regionach atrakcyjnych turystycznie przeważnie w sąsiedztwie większych miast są również tzw. „drugie domy”, wznoszone przez mieszkańców miast na działkach zakupionych od rolników i jeszcze do niedawna użytkowanych rolniczo. W sąsiedztwie osiedli domków letniskowych rozwijają się wszelkiego rodzaju usługi, pojawia się także rynek zbytu dla lokalnych produktów.

Na zakończenie opracowania warto przytoczyć wyniki badań empirycznych prowadzonych w Zakładzie Dziedzictwa Kulturowego i Rozwoju Wsi Katedry Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa SGGW, dotyczące m.in.

postaw mieszkańców wsi wobec turystyki.<sup>21</sup> Badania empiryczne nt. "Turystyka wiejska szansą rozwoju terenów pogranicza wschodniego" ( w ramach projektu badawczego KBN) przeprowadzone zostały w 2006 r. na terenie 13 gmin wiejskich. Populację badawczą tworzyli: wiejscy kwaterodawcy, wybrani losowo mieszkańcy wsi, turyści oraz przedstawiciele samorządów lokalnych.

W niniejszym opracowaniu przedstawione zostaną wstępne wyniki badań dot. postaw mieszkańców wsi wobec podejmowania i rozwijania działalności turystycznej, przeprowadzonych wśród 294 losowo wybranych mieszkańców z sześciu gmin wiejskich, tj. Krynki, Dubicze Cerkiewne i Mielnik (woj. podlaskie) oraz Wola Uhruska, Rokitno i Dorohusk (woj. lubelskie).

Wspólną cechą badanych gmin jako podstawowych jednostek podziału terytorialnego jest: po pierwsze ich peryferyjne położenie we wschodnim regionie przygranicznym, po drugie - położenie na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania w rolnictwie; po trzecie - niska gęstość zaludnienia; po czwarte - duży udział lasów w ogólnej powierzchni gminy, po piąte – duże walory krajobrazowe umożliwiające rozwój na ich obszarach funkcji turystycznej.

Tabela 3. Charakterystyka badanej populacji mieszkańców

Wyszczególnienie	Wola Uhruska	Rokitno	Dorohusk	Krynki	Dubicze Cerkiewne	Mielnik
Liczba badanych ogółem	50	50	46	50	51	47
Badani wg płci (%):						
Mężczyźni	48,0	52,0	45,7	48,0	45,1	51,0
Kobiety	52,0	48,0	54,3	52,0	54,9	49,0
Badani wg wieku (%):						
Do 29 lat	6,0	10,0	26,1	10,0	15,7	21,3
30 – 39	12,0	26,0	28,2	12,0	21,6	29,8
40 – 49	36,0	30,0	34,8	18,0	37,3	14,9
50 – 59	30,0	34,0	4,4	30,0	17,6	21,3
Pow.60 lat	16,0	-	6,5	30,0	7,8	10,6
Badani wg poziomu wyksz. (%):						
Wyższe	6,0	4,0	15,2	10,0	3,9	4,1
Niepełne wyższe	12,0	-	15,2	4,0	5,9	5,9
Średnie	30,0	36,0	36,9	30,0	49,0	36,0
Zasadnicze	34,0	28,0	23,9	4,0	29,4	41,3
Podstawowe	18,0	24,0	6,5	47,0	11,8	9,7
Niepełne podst.	-	8,0	2,3	5,0	-	2,0

<sup>21</sup> Postawa to względnie trwała struktura (lub dyspozycja do pojawienia się takiej struktury) procesów poznawczych, emocjonalnych i tendencji do zachowań, w której wyraża się określony stosunek wobec danego przedmiotu. Mika S.: Psychologia społeczna.. PWN, Warszawa 1984, s.116.



1	2	3	4	5	6	7
Liczba użytkown. gosp. rolnych - w tym o pow. (%):	47	43	37	47	44	34
Do 10 ha	63,8	66,4	81,1	29,8	54,5	73,5
10 – 20 ha	27,6	30,6	13,5	63,8	45,5	26,5
Pow. 20 ha	8,6	3,0	5,4	6,4	-	-
Źródła dochodu rodzin (%):						
Gosp. rolne	84,0	79,0	52,1	92,0	78,4	65,9
Własna działaln. pozarolnicza	4,0	26,0	32,6	28,0	15,7	19,1
Praca najemna	52,0	21,0	59,0	-	51,0	57,4
Renta/emerytura	62,0	53,0	52,2	66,0	66,6	38,3
inne	-					

Źródło: badania własne

Na terenie badanych gmin znajduje się łącznie 43 gospodarstw agroturystycznych, najczęściej w gminach Wola Uhruska (13) i Dubicze Cerkiewne (11), najmniej bo tylko po cztery gospodarstwa w Rokitnie i Dorohusku. Należy zaznaczyć, iż w prowadzonych przed kilkoma laty badaniach Instytutu Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, gminy Dubicze Cerkiewne i Wola Uhruska zaliczone zostały do gmin problemowych.<sup>22</sup>

W badaniach interesowało nas, m.in jak mieszkańcy wsi oceniają decyzje osób, które podjęły działalność turystyczną i świadczą już usługi turystyczne. Większość badanych (66%) wskazało, iż decyzje te były słuszne, najczęściej w gminach: Krynki, Wola Uhruska i Mielnik. Tylko dwie osoby stwierdziły, iż były to decyzje błędne, pozostałe nie potrafiły ocenić słuszności tychże decyzji. W badaniach interesowało nas również czy badani dostrzegają możliwość poprawy swojej sytuacji finansowej. Na to pytanie twierdząco odpowiedziało 46,7% osób, najczęściej w gm. Wola Uhruska i Dorohusk, najmniej w gm. Krynki i Dubicze Cerkiewne. Możliwość poprawy sytuacji finansowej widzą badani w: wyjeździe i podjęciu pracy zarobkowej zagranicą, rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej zaś osoby prowadzące taką działalność w jej rozwoju, powiększeniu i modernizacji gospodarstwa rolnego, wzroście opłacalności produkcji rolnej, kształceniu dzieci, zmianie dotychczasowego miejsca pracy. Z uwagi na duże walory przyrodnicze i kulturowe badanego regionu 31,0% rozważało możliwość podjęcia działalności turystycznej – najczęściej w gminach Wola Uhruska, Dubicze Cerkiewne i Mielnik, najmniej w gm. Rokitno. Były to z reguły osoby młodsze wiekiem, z wykształceniem średnim bądź zasadniczym zawodowym. Osoby powyżej 55 roku życia podkreślały, iż podeszły wiek i stan zdrowia stanowił główną barierę w rozważaniu takiej możliwości. Wśród rozważanych możliwości

<sup>22</sup>A. Rosner.(red): op.cit.

na plan pierwszy wysuwa się działalność agroturystyczna, w dalszej kolejności – organizacja imprez turystycznych, gastronomia, kwatery prywatne, wypożyczalnia sprzętu turystycznego. Najczęściej wymienianymi barierami które uniemożliwiły rozpoczęcie tej działalności były: brak środków finansowych, brak wiedzy i informacji, brak czasu, brak akceptacji ze strony rodziny. Można przypuszczać, iż inspiracją do zastanawiania się nad rozpoczęciem działalności turystycznej był przykład sąsiadów, którzy już taką działalność rozwijają, najwięcej bowiem gospodarstw agroturystycznych funkcjonuje w gminach Wola Uhruska i Dubicze Cerkiewne. Z kolei badani z gm. Mielnik (najmniej gospodarstw agroturystycznych) rozważając taką możliwość brali pod uwagę dużą atrakcyjność turystyczną gminy i niewykorzystany dotychczas jej potencjał turystyczny.

Ta pozytywna ocena działań przedsiębiorczych sąsiadów oraz rozważane możliwości podjęcia działalności turystycznej są swego rodzaju miernikiem postaw badanych wobec przedsiębiorczości.

Najczęściej wskazywanymi barierami w rozwoju przedsiębiorczości na wsi, podobnie jak w przypadku rozpoczęcia działalności turystycznej, były:

- \* brak środków finansowych na rozpoczęcie własnej działalności
- \* brak wiedzy
- \* obawa przed ryzykiem
- \* postawa zachowawcza.

I chociaż zdecydowanie najwięcej osób wskazuje na barierę o charakterze ekonomicznym, tj. brak środków finansowych, to analizując łącznie kolejne wypowiedzi można powiedzieć, iż przeważają bariery o charakterze psychologicznym i edukacyjnym. Są one jednakże znacznie bardziej złożone i trudniejsze do przezwyciężenia. Analiza barier w podejmowaniu działalności przedsiębiorczej wskazuje na potrzebę wzmocnienia działań edukacyjnych i doradczych wśród mieszkańców wsi. Jest to postulat pod adresem ośrodków doradztwa rolniczego, które poprzez działania edukacyjne, informacyjne i pomoc doradczą mogą oddziaływać nie tylko na sferę wiadomości i umiejętności, ale też na sferę postaw i zachowań. Działania te podejmowane były przez pracowników ODR z dużym skutkiem szczególnie w początkowych etapach rozwoju agroturystyki w Polsce. Rozwój przedsiębiorczości oraz aktywizacja społeczności wiejskich to ważne zadania wyznaczone ośrodkom doradztwa rolniczego także przez wprowadzoną pod koniec 2004 roku ustawę o jednostkach doradztwa rolniczego.

Innym ważnym czynnikiem o charakterze instytucjonalnym jest aktywność władz i samorządów lokalnych na rzecz rozwoju przedsiębiorczości. Zadano więc badanym pytanie - czy władze lokalne/gminne stwarzają klimat do rozwoju przedsiębiorczości. Odpowiedzi badanych były bardzo krytyczne, w ich świetle rysuje się smutny obraz aktywności władz lokalnych na rzecz wspierania rozwoju przedsiębiorczości w gminie. Odpowiedzi twierdzącej udzieliło bowiem tylko

26,3% badanych, najwięcej w gminach: Dorohusk i Dubicze Cerkiewne, najmniej w gminie Rokitno. W gminie Mielnik prawie połowa badanych nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie, co może oznaczać, iż działania te były dla nich nie zauważalne. Spośród 60 osób udzielających pozytywnej odpowiedzi, ponad połowa wskazywała na organizację szkoleń, znacznie mniej bo tylko 18,3% na pomoc doradczą, w dalszej kolejności rozwój infrastruktury oraz stosowanie ulg podatkowych. Negatywna ocena władz samorządowych gminy może się przedkładać na to, iż jak wcześniej wspomniano duży odsetek badanych upatruje możliwości poprawy sytuacji finansowej rodziny w czasowej bądź stałej migracji i podejmowaniu pracy w mieście, bądź zagranicą.

### **Podsumowanie**

Analiza struktury funkcjonalnej obszarów wiejskich wykazała, iż nadal występuje przewaga obszarów o charakterze monofunkcyjnym, co przemawia za potrzebą dalszego różnicowania działalności gospodarczej na wsi. Uwzględniając aktualną sytuację wsi i rolnictwa i istniejące bariery ich zrównoważonego rozwoju, można stwierdzić, iż jedną z najbardziej skutecznych form ożywienia społeczno-gospodarczego polskiej wsi jest rozszerzanie jej funkcji turystycznej. Potwierdzają to doświadczenia krajów o długoletnich tradycjach rozwoju turystyki wiejskiej, a także doświadczenia tych regionów i gmin wiejskich w naszym kraju, które jako pierwsze dostrzegły szansę rozwoju poprzez turystykę. W Polsce dotychczasowy rozwój turystyki wiejskiej nie wpływa jeszcze znacząco na strukturę funkcjonalną większości obszarów wiejskich. Szczególnie pożądane jest rozszerzanie funkcji turystycznych obszarów wiejskich położonych peryferyjnie i o niekorzystnych warunkach rozwoju rolnictwa, tam bowiem turystyka wiejska/agroturystyka może okazać się jedynym sposobem poprawy standardu życia mieszkańców. Aby jednak turystyka stała się istotnym czynnikiem zrównoważonego rozwoju wsi, również ona musi mieć charakter zrównoważony, to znaczy, jej skala, formy i ich intensywność nie mogą nie uwzględniać aspektu środowiskowego. Proces przechodzenia od funkcji rolniczych do funkcji rolniczo-turystycznych obszarów wiejskich jest zjawiskiem dającym się już wyraźnie zaobserwować w ostatnich latach. Jednakże stopień jego zaawansowania zróżnicowany jest w skali regionalnej i lokalnej. Wielorakie korzyści z rozwoju turystyki wiejskiej osiągane przez rodziny rolnicze i inne osoby świadczące usługi turystyczne, a także całe społeczności lokalne przemawiają za potrzebą zdynamizowania tego procesu. Podkreślone to zostało wyraźnie m.in. w dokumentach strategicznych opracowanych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Ważnym czynnikiem stymulującym rozwój turystyki na obszarach wiejskich jest wspieranie poczynań rolników i innych mieszkańców wsi przez

samorządy gminne, nadawanie jej odpowiedniej rangi w strategiach rozwoju lokalnego, a także budowanie partnerstwa na rzecz jej rozwoju.

### **Literatura**

- Bański J.: Geografia polskiej wsi. PWE, Warszawa 2006.
- Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J. (red.): Przyszłość wsi polskiej – wizje, strategie, koncepcje. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2001.
- Kłodziński M.: Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin wiejskich i małych miast. IRWiR PAN, Warszawa 2006.
- Krajowy Plan Strategiczny Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2007.
- Ocena ex-ante Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Raport Agrotec SpA. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2006.
- Polska wieś po wejściu do Unii Europejskiej. Fundacja na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa, Warszawa 2004.
- Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2004-2006. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2003.
- Pozarolnicza działalność gospodarstw rolnych. GUS, Warszawa 2003.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa i Obszarów Wiejskich. GUS, Warszawa 2006.
- Rosner A. (red.): Wiejskie obszary kumulacji barier rozwojowych. IRWiR PAN, Warszawa 2002.
- Sikorska-Wolak I. (red.): Turystyka w rozwoju lokalnym. SGGW, Warszawa 2004.
- Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.
- Strefy priorytetowe Krajowego Programu Rolnośrodowiskowego. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Warszawa 2004.

### **Streszczenie**

Celem opracowania było ukazanie znaczenia turystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Przedstawiono sytuację społeczno-ekonomiczną obszarów wiejskich jako przesłankę rozwoju funkcji turystycznych. Dokonano analizy struktury funkcjonalnej obszarów wiejskich i ukazano możliwości rozszerzenia ich funkcji turystycznych. Zaprezentowano wstępne wyniki badań nt. Turystyka wiejska szansą rozwoju terenów pogranicza wschodniego, ze szczególnym uwzględnieniem postaw mieszkańców wsi wobec podejmowania i rozwijania działalności turystycznej/agroturystycznej.

### **Summary**

The summary is to show the importance of tourism in the development of agricultural areas. The social-economical situation of agricultural areas has been presented as a circumstance for development of touristic functions. The functional structure of agricultural areas has been analysed and it has been shown the possibilities of widening their touristic function. It has been presented the initial results of research: Agricultural tourism as a chance for the development of east borderland, with the emphasize on the attitudes of the inhabitants of the village towards the development of touristic/agrotouristic activity.

**Irena Jędrzejczyk**  
Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Miejsce wsi w rozwoju turystyki w świetle dokumentów programowych i planistycznych**

### **Wstęp**

Celem opracowania jest poznanie wybranych ważniejszych dokumentów planistycznych i programowych rozwoju turystyki na poziomie międzynarodowym i krajowym oraz poznanie odniesień tych dokumentów do aktywizacji obszarów wiejskich przez turystykę.

Głównym problemem podjętym w opracowaniu jest zapewnienie odpowiedniego miejsca dla wsi w hierarchii celów rozwojowych turystyki w polskim obszarze Jednolitego Rynku Europejskiego.

Przyjęto założenie, że cele główne polskich i europejskich dokumentów planistycznych i programowych związanych z turystyką są koherentne z celami rozwoju obszarów wiejskich, a w szczególności z celami zatrudnieniowymi i dochodowymi, nawet wtedy gdy brak zapisów odnoszących się bezpośrednio do wsi.

Opracowanie ma charakter przeglądowny a podstawowym źródłem informacji są poddane czynnościom analitycznym i ocenie wybrane dokumenty, o których mowa wyżej.

Opracowanie obejmuje swoim zakresem przedmiotowym zagadnienia wiejskiej przestrzeni turystycznej, strategii rozwoju turystyki w Polsce, Jednolitego rynku turystycznego w Unii Europejskiej oraz strategii rozwoju zrównoważonego i rozwoju turystyki zrównoważonej. W opracowaniu nie podjęto oceny sposobów realizacji przedsięwzięć objętych zapisami dokumentów planistycznych i programowych ani też oceny źródeł ich finansowania.

### **Obszary wiejskie jako przestrzeń turystyczna**

Korzystne położenie wobec wielkich i średnich aglomeracji miejskich, włączenie w struktury rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, znaczny potencjał kulturowy i dobrze zachowane środowisko przyrodnicze, czynią z polskich obszarów wiejskich atrakcyjne miejsce do zwiedzania i wypoczynku, zarówno dla turystów krajowych jak i zagranicznych. W polskiej literaturze przedmiotu trudno doszukać się jednomyślności w definiowaniu obszarów wiejskich, a takiej

definicji dla wiejskiej przestrzeni turystycznej po prostu nie ma. Zwykle formułowana jest pełna definicja przestrzeni miejskiej (miasta), zaś wszelka przestrzeń pozostała tj. nie miejska określana jest jako obszar wiejski.

Brak pozytywnej definicji obszaru wiejskiego powoduje, że określany on też bywa jako tereny rezerwowe (w domniemaniu dla celów urbanizacji) lub jako przestrzeń uzupełniająca, komplementarna<sup>1</sup>. Podstawą wyróżnienia obszarów wiejskich są zarówno specyficzne cechy osiedleńcze oraz charakterystyczna struktura użytkowania ziemi z wyraźną przewagą użytkowania rolniczego i leśnego w różnych proporcjach tych ostatnio wymienionych cech względem siebie.

W literaturze przedmiotu tak zagranicznej jak i krajowej można spotkać różne klasyfikacje obszarów ze względu na strukturę użytkowania ziemi. Dla potrzeb niniejszej pracy przyjmuje się<sup>2</sup> sześć typów użytkowania ziemi, a mianowicie:

- Typ I leśny:

lasa zajmują ponad 70% powierzchni ogólnej danej jednostki przestrzennej,

- Typ II leśno-rolniczy:

lasa zajmują 40-70% powierzchni ogólnej,

użytki rolne zajmują ponad 20% powierzchni ogólnej,

- Typ III rolniczo-leśny:

użytki rolne zajmują 40-70% powierzchni ogólnej,

lasa zajmują powyżej 20% powierzchni ogólnej,

- Typ IV rolniczy:

użytki rolne zajmują ponad 70% powierzchni ogólnej,

- Typ V rolniczo-zurbanizowany:

użytki rolne zajmują 40-70% powierzchni ogólnej,

powierzchnia zabudowana zajmuje powyżej 20% powierzchni ogólnej,

- Typ VI zurbanizowany:

powierzchnia zabudowana zajmuje powyżej 40% powierzchni ogólnej.

W literaturze przyjmuje się, że typy użytkowania ziemi od I do V charakterystyczne są dla obszarów wiejskich przy wyraźnej dominacji rolniczego i rolniczo-leśnego typu użytkowania. Zachodzące zmiany polegające głównie na postępującej urbanizacji powodują, że coraz powszechniej obszary wiejskie odpowiadają cechom typu rolniczo-zurbanizowanego. Jest to też powód, dla którego takie tradycyjne kryteria jak gęstość zaludnienia czy udział zatrudnionych w rolnictwie przestają być przydatne dla celów delimitacyjnych.

W praktyce badawczej pojęcie „wiejski” jest z reguły używane w odniesieniu do małych jednostek osiedleńczych lub do obszarów cechujących się niską gęstością zaludnienia, niewielką ilością miejsc pracy, wysokim udziałem zatrudnionych

---

<sup>1</sup> I. Jędrzejczyk. : Inwestycje w infrastrukturę ochrony środowiska na obszarach wiejskich, w: Infrastruktura techniczna a ekologia terenów wiejskich, praca zbiorowa pod red. A. Gruszczyńskiego, Katedra Technicznej Infrastruktury Wsi, AR Kraków, Kraków –Dobczyce, 2001.

<sup>2</sup> I. Jędrzejczyk, (1985): Analiza zakresu i struktury kompleksu zagospodarowania turystycznego regionu, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, praca doktorska – maszynopis powielony, s. 241.

w rolnictwie i leśnictwie jak również taką strukturą użytkowania ziemi, w której dominuje użytkowanie rolnicze i leśne.

Jak widać nie pojedyncza cecha lecz zespół cech pozwala określić granice przestrzeni wiejskiej. W dalszych rozważaniach przyjęto uproszczony sposób wyróżnienia obszarów wiejskich opierając się na kryterium formalno-prawnym i uznano, że są to obszary położone poza granicami administracyjnymi jednostek przestrzennych posiadających prawa miejskie.

Na obszarach wiejskich tak rozumianych występuje dominacja elementów przyrodniczych nad antropogenicznymi, co czyni je szczególnie przydatnymi dla wypoczynku i rekreacji.

Jednak dla pełnego wykorzystania tego potencjału niezbędne jest ukierunkowanie rozwoju turystyki na szczeblu administracji rządowej poprzez wskazanie wśród strategicznych kierunków jej rozwoju form takich jak agroturystyka, ekoturystyka czy szerzej pojmowana turystyka wiejska.

### **Strategia rozwoju turystyki w Polsce i inne ważniejsze dokumenty programowe**

Ustawa z dnia 4 września 1999 r. o działach administracji rządowej (tekst jednolity - Dz. U. z 2003 r. nr 159, poz. 1548 z późn. zm.) przyznała ministrom kompetencję inicjowania i opracowywania polityki Rady Ministrów w stosunku do działów którymi kierują. Ponadto, ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2006 r. nr 227. poz. 1658) stanowi, iż politykę rozwoju realizuje się m.in. przy pomocy strategii sektorowych, opracowywanych przez właściwego ministra.

W związku z najnowszymi zmianami kompetencyjnymi, które weszły w życie od 23 lipca 2007 r. oraz w związku z tym że w 2006 roku skończył się okres realizacji kilku ważnych dokumentów programowych (takich jak *Strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006*, *Rządowy program wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006*) weryfikacji poddany został dokument dotyczący nowej perspektywy budżetowej pod nazwą *Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013*. Weryfikacji poddane zostały kierunki rozwoju gospodarki turystycznej stosownie do zmian kompetencyjnych polegających na przesunięciu uprawnień ds. rozwoju turystyki z Ministerstwa Gospodarki do nowoutworzonego Ministerstwa Sportu i Turystyki. Dotychczasowe zobowiązania Rządu RP, mające na celu harmonijny i zrównoważony rozwój sektora turystycznego w Polsce i zaangażowane wszystkich podmiotów działających na rzecz rozwoju turystyki (takich jak jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, organizacje branżowe, środowisko naukowe) dla realizacji tego celu stało się przedmiotem oceny.

Weryfikacja zapisów dokumentu obejmuje misję, cel nadrzędny, cele wiodące, obszary priorytetowe i cele strategiczne. Za trafną uznaje się w tej ocenie diagnozę gospodarki turystycznej, uwarunkowania rozwoju turystyki i analizę SWOT sektora turystycznego oraz przedstawia powiązania sektora turystycznego z innymi sektorami i dziedzinami gospodarki. Krytyce poddane zostały natomiast makroekonomiczne wskaźniki realizacji strategii rozwoju turystyki, źródła finansowania oraz system monitoringu i ewaluacji.

Dotychczasowe zadania Ministra Gospodarki dotyczące gospodarki turystycznej (nadane Ustawą z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej) przejął Minister Sportu i Turystyki, należą do nich m.in.:

- zagospodarowanie turystyczne kraju;
- mechanizmy regulacji rynku turystycznego.

Zadania te znajdują swoje odzwierciedlenie w budżecie państwa poprzez wydatki przeznaczone na dział turystyka, obejmujące:

- upowszechnianie turystyki;
- pozostałą działalność (w szczególności wspieranie, wytyczanie i konserwacja szlaków turystycznych).

Minister Sportu i Turystyki jako minister właściwy do spraw turystyki dzieli się swoimi kompetencjami i zadaniami w zakresie zagospodarowania turystycznego obszarów wiejskich oraz w zakresie regulacji rynku agroturystycznego z Ministrem Gospodarki oraz Ministrem właściwym ds. rozwoju wsi.

*Strategia...* została poddana ocenie ze względu na kryteria ekologiczne, sporządzono prognozę oddziaływania przedsięwzięć rozwojowych zapisanych w *Strategii* na środowisko, wykonanej przez Instytut na rzecz Ekorozwoju w Warszawie. Pierwszą Prognozę wykonano w kwietniu 2005 r. do wersji Strategii z dnia 21 marca 2005 r., a jej aktualizacja została wykonana w sierpniu 2006 r. Przedmiotem prognozy są poszczególne zagadnienia Strategii dotyczące: uwarunkowań, analizy SWOT, misji, celów oraz działań, źródeł finansowania oraz systemu ewaluacji Strategii. Prognoza została wykonana zgodnie z ustawą z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. Nr 129 poz. 902 z późniejszymi zmianami) oraz Dyrektywą 2001/42/WE z dn. 27 czerwca 2001 w sprawie oceny skutków niektórych planów i programów dla środowiska.

Ocenę stanu i prognozy rozwoju turystyki bądź priorytety w tym zakresie zawierają następujące opracowania planistyczne:

1. *Program konwergencji. Aktualizacja 2005* przyjęty przez Radę Ministrów w styczniu 2006 roku,
2. *Strategia Rozwoju Kraju 2007 – 2015* przyjęta przez Radę Ministrów 27 czerwca 2006 roku,
3. *Narodowa Strategia Spójności* przyjęta przez Radę Ministrów 14 lutego 2006 roku



4. *Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007 – 2013* dotyczące nowej perspektywy budżetowej Unii Europejskiej oraz
5. *Krajowy Program Reform 2005 – 2008*,
6. *Diagnoza stanu rozwoju turystyki do 2006 roku i prognozy na lata 2007 – 2013*.

W skali makroekonomicznej realizacja *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013* wpisuje się w realizację celów strategicznych Unii Europejskiej określonych w odnowionej *Strategii Lizbońskiej*, a także priorytetów *Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015*, celu strategicznego *Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013* oraz priorytetów *Krajowego Programu Reform 2005-2008*.

### **Miejsce wsi w dokumentach dotyczących Jednolitego Rynku Turystycznego Unii Europejskiej**

W ramach odnowionej *Strategii Lizbońskiej* zostały zaproponowane uaktualnione cele strategiczne w Komunikacie Komisji Europejskiej pod nazwą *Wspólne działania na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia - nowy początek Strategii Lizbońskiej* – [COM (2005)24], zaakceptowane przez Radę Europejską w dniach 22-23 marca 2005 r. Są nimi wzrost gospodarczy i zatrudnienie pozostające w pełnej zgodności z celem zrównoważonego rozwoju. W dokumencie tym wiele uwagi poświęca się kreowaniu miejsc pracy na obszarach wiejskich i budowaniu modelu wsi wielofunkcyjnej.

Dokumentem operacyjnym w stosunku do *Strategii...* były komunikaty o kierunkach polityki w poszczególnych sektorach. I tak do turystyki odnosił się Komunikat Komisji z 22 marca 2006 r. zatytułowany *“Odnowiona polityka turystyczna UE: Ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej”*.

Zgodnie z tym dokumentem do głównych wyzwań stojących przed turystyką europejską należą: globalizacja, zmiany demograficzne, rozwój transportu, spadek udziału Europy w światowym rynku turystycznym. Europa koncentruje się na podnoszeniu swojej konkurencyjności, elementem budowy przewagi konkurencyjnej jest także turystyka.

Przyjęto, że *“odnowiona europejska polityka turystyczna”* powinna być prowadzona w oparciu o dotychczas zdobyte doświadczenia i nawiązywać do dokumentów, stwarzających podwaliny pod Jednolity Rynek Turystyczny w Europie, takich jak:

1. Komunikat Komisji z 13 listopada 2001 roku pod nazwą *Pracując wspólnie na rzecz przyszłości europejskiej turystyki*;
2. Uchwała Rady z 21 maja 2002 r. w sprawie *przyszłości turystyki europejskiej*;
3. Komunikat Komisji, Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Gospodarczego i Społecznego oraz Komitetu Regionów z dnia 25

listopada 2003 roku pod nazwą *Podstawowe kierunki dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej*;

4. Zalecenia Rady z 18 kwietnia 2005 r. w sprawie *zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej*.

Jak już wspomniano głównym celem odnowionej polityki turystycznej jest podniesienie konkurencyjności europejskiego biznesu turystycznego i konkurencyjności europejskich destynacji turystycznych oraz stworzenie większej liczby lepszych miejsc pracy poprzez zrównoważony wzrost turystyki w Europie i na świecie. Wśród destynacji turystycznych o znaczącym potencjale turystycznym i wielkich szansach rozwojowych wymienia się we wszystkich dokumentach obszary wiejskie.

Instrumentami realizacji polityki turystycznej są:

- koordynacja działań prowadzonych w ramach Komisji,
- współpraca na szczeblu krajowym z zainteresowanymi podmiotami,
- podejmowanie na szczeblu Wspólnoty działań wspierających rozwój turystyki, w tym wspierających rozwój turystyki na obszarach wiejskich.

Komunikat wymienia działania, które służą realizacji celów rozwojowych turystyki. Pierwszym z proponowanych kierunków działań jest włączenie środków spoza sektora wywierających wpływ na turystykę w główny nurt polityki turystycznej. W ramach tego kierunku prowadzone będą działania mające na celu:

- aktywne promowanie poprawy jakości regulacji prawnych dotyczących turystyki;
- koordynację polityk sektorowych, mających wpływ na turystykę, w tym wspólnej polityki rolnej;

Ocena wpływu regulacji prawnych na turystykę ma być stosowana w szerszym zakresie niż do tej pory. Biorąc pod uwagę fakt, że duża liczba polityk ma wpływ na turystykę, ma to sprawić, że turystyka zostanie w pełni uwzględniona we wszystkich pracach legislacyjnych. Nierozstrzygnięte wnioski legislacyjne zostaną poddane przeglądowi, a istniejące przepisy europejskie będą upraszczane zgodnie z zasadami określonymi w Komunikacie Komisji *“Poprawa otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej”* (COM 2005). Co roku identyfikowane będą inicjatywy mogące mieć wpływ na turystykę, a zawarte w programie prac Komisji. Ma to sprawić, aby na wczesnym etapie uwzględniony został ich wpływ na konkurencyjność sektora turystycznego. Poprawie ma ulec także wykorzystanie dostępnych europejskich instrumentów finansowych.

Drugim z proponowanych kierunków działań jest promowanie zrównoważonej turystyki. W ramach tego kierunku przewiduje się:

- opracowanie i wdrożenie Agendy 21 dla turystyki,
- działania wspierające zrównoważony rozwój turystyki, a przedmiotem szczególnej troski są obszary cenne przyrodniczo, w tym obszary pozostające

w różnych formach ochrony prawnej, jak i obszary leśne i rolnicze nie objęte formalną ochroną prawną.

Na początku prac nad Agendą 21 dla turystyki powołano w roku 2004 Grupę ds. Zrównoważonego Rozwoju Turystyki. Opracowane przez nią sprawozdanie stanowi podstawę do przyjęcia w 2007 roku *Europejskiej Agendy 21 dla turystyki*. Ponieważ opracowanie i wdrożenie Agendy 21 jest procesem długofalowym, dlatego Komisja planuje podjęcie już obecnie konkretnych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej.

Trzecim z proponowanych kierunków działań jest poprawa świadomości turystycznej i transparentności turystyki. W ramach tego kierunku prowadzone będą takie działania jak:

- nowelizacja Dyrektywy Rady 95/57/WE w sprawie zbierania informacji statystycznych w dziedzinie turystyki oraz wdrożenie *rachunku satelitarne go turystyki*;
- specjalne publikacje dla branży i administracji turystycznej,
- rozwój Europejskiego Portalu Turystycznego,
- zbadanie możliwości promowania wzorców zrównoważonej turystyki – być może poprzez europejską nagrodę dla najlepszych destynacji turystycznych w Europie (*European Destinations of Excellence Award*).
- organizacja corocznego Europejskiego Forum Turystyki.

Wzmocnienie działań promocyjnych pozwoli na dalszy wzrost liczby turystów do Europy, co wpłynie korzystnie na wzrost gospodarczy i wzrost zatrudnienia. Spośród wielu beneficjentów tego procesu wymienia się gminy wiejskie i mieszkańców wsi.

W dokumentach planistycznych i programowych dotyczących Jednolitego Rynku Turystycznego formułuje się zadania dla Państw Członkowskich. W zapisach *Strategii...* wymienia się w szczególności zadania:

- uczestniczenia we wdrażaniu koncepcji współpracy między zainteresowanymi podmiotami z sektora turystyki za pomocą otwartej metody koordynacji,
- wyłonienia organów specjalizujących się w prowadzeniu badań w dziedzinie turystyki oraz zachęcania ich do wzajemnego łączenia się na szczeblu europejskim,
- promowania należytego wykorzystywania instrumentów finansowych i niefinansowych Wspólnoty z korzyścią dla sektora turystyki,
- wdrożenia rachunku satelitarne go,
- propagowania zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji,
- popierania dobrowolnego wykorzystywania przez przedsiębiorstwa i miejscowości turystyczne wskaźników zrównoważonego rozwoju w dziedzinie turystyki.

## **Miejsce wsi w dokumentach dotyczących środowiska i zrównoważonego rozwoju**

Debata nad zrównoważonym rozwojem turystyki datuje się od Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 roku. Strategię zrównoważonego rozwoju turystyki określano podczas wielu konferencji, m.in. na Konferencji Ministrów Ochrony Środowiska w Sofii w 1995 roku podpisano *Panuropejską Strategię Ochrony Różnorodności i Krajobrazu*, która zakłada proekologiczną politykę turystyczną. W roku 1997 roku w czasie Konferencji Ministrów Ochrony Środowiska w Berlinie nt. *Różnorodności biologicznej i zrównoważonej turystyki* opracowano deklarację rozwoju turystyki przyjaznej dla środowiska. Poważny wkład wniosły dwie największe organizacje turystyczne: Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) oraz Światowa Organizacja Turystyki (UN WTO) opracowując zasady zrównoważonego rozwoju turystyki. Na tej podstawie Rada Europy opracowała zalecenia zrównoważonego rozwoju turystyki, które można zakwalifikować do trzech grup, a mianowicie:

1. polityki władz krajowych, regionalnych i lokalnych, podejmujących inicjatywy legislacyjne dla stworzenia podstaw prawnych rozwijania zrównoważonej turystyki i podejmujących inicjatywy programowe dla opracowania strategii rozwoju tej turystyki;
2. wdrażania zasad zrównoważonej turystyki w różnych sektorach i branżach działalności turystycznej;
3. badań naukowych relacji zachodzących między turystyką a środowiskiem.

Według zaleceń, zrównoważona turystyka powinna przejawiać się taką formą aktywności turystycznej, która odbywa się z poszanowaniem środowiska przyrodniczego, gwarantując długotrwałe zachowanie jego walorów. Zrównoważona turystyka jest wyrazem kompromisu między konkurencyjnymi interesami gospodarki turystycznej a potrzebami ekosystemów. W szerszym ujęciu, turystyka zrównoważona polega na korzystaniu z materialnych i niematerialnych zasobów środowiska z zachowaniem równowagi na płaszczyznach: ekologicznej, społecznej, przestrzennej i ekonomicznej.

W dniu 16 czerwca 2006 r. na Szczycie UE przyjęto *Zaktualizowaną strategię zrównoważonego rozwoju UE*, której nadano charakter integrujący różnego rodzaju dokumenty strategiczne. Sformułowano w niej siedem priorytetów, a mianowicie:

- płaszczyzna współpracy pod nazwą *zmiany klimatyczne i zielona energia*, z celem ograniczenia zmian klimatycznych, ich kosztów oraz negatywnych konsekwencji dla społeczeństwa i środowiska;
- zrównoważony transport, z celem osiągnięcia takiego transportu, który z jednej strony zaspokoi potrzeby społeczne w zakresie gospodarczym, socjalnym i ekologicznym, a z drugiej – będzie ograniczał niepożądany wpływ na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko;

- zrównoważona produkcja i konsumpcja, z celem promowania zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji;
- ochrona i zarządzanie zasobami przyrodniczymi, z celem poprawy zarządzania i przeciwdziałania rabunkowej eksploatacji zasobów przyrodniczych, nieodnawialnych wraz z uznaniem wartości jakie niosą za sobą usługi ekosystemów;
- zdrowie publiczne, z celem promowanie zdrowego stylu życia dla wszystkich oraz poprawy ochrony zdrowia ludzkiego;
- społeczna integracja, rozwiązanie problemu demograficznego i migracji, z celem tworzenia społecznie zintegrowanego społeczeństwa, biorąc pod uwagę solidarność wewnątrz- i między pokoleniową oraz zapewnienie i podnoszenie jakości życia mieszkańców, jako podstawowy warunek dobrobytu każdej jednostki.

Uwzględniając wyniki prowadzonej debaty społecznej a także wyniki prac weryfikacyjnych prowadzonych przez Ministra Sportu i Turystyki oraz pilotażowe wyniki prac badawczych odnoszących się do problemów podejmowanych przez Strategię rozwoju turystyki na lata 2007-2013 przyznać trzeba, iż dokument ten pomimo uwag krytycznych pozostaje w zgodzie ze *Strategią zrównoważonego rozwoju UE*, jak również z krajowym dokumentem pod nazwą „Polityka Ekologiczna Państwa na lata 2007-2010 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2011-2014” oraz „Krajową Strategię Ochrony i Umiarkowanego Użytkowania Różnorodności Biologicznej wraz z Programem Działań”.

Wszystkie priorytety określone w tych dokumentach dotyczą bezpośrednio obszarów wiejskich i wiejskiej przestrzeni turystycznej. Priorytety te zgodne są z celami Programu Działań na Rzecz Środowiska UE oraz Odnowioną Strategią UE dotyczącą Trwałego Rozwoju.

Korzyści, jakie niesie ze sobą rozwój turystyki zrównoważonej dla wiejskich terenów recepcyjnych to przede wszystkim pobudzenie przedsiębiorczości wśród miejscowej ludności, w zakresie różnorodnych usług świadczonych turystom. Wzrost potencjału ekonomicznego sprawia, że poprawiają się warunki codziennej egzystencji mieszkańców terenów wiejskich, nawet jeśli turystyka nie jest główną funkcją rozwojową lecz towarzyszącą podstawowej funkcji rolniczej.

Znaczący odsetek obszarów wiejskich w Polsce pozostaje w ramach europejskiej sieci obszarów chronionych Natura 2000. Bez wątpienia turystyka może zapewnić bardzo korzystne użytkowanie lokalnych zasobów turystycznych. Promowanie prośrodowiskowych form turystyki, takich jak agro- i ekoturystyka, wraz z tworzeniem zielonych miejsc pracy oraz propagowanie zarządzania środowiskowego w turystyce i podnoszenie świadomości ekologicznej poprzez turystykę młodego pokolenia, rodzin z małymi dziećmi jest jednym z celów polityki turystycznej państwa.

## Zakończenie

Zmiany uwarunkowań prawnych przynoszące przesunięcie kompetencji i zadań w zakresie rozwoju gospodarki turystycznej stały się przedmiotem debaty w środowiskach naukowych i biznesowych związanych z turystyką.

Z jednej strony zmiany te rodzą obawę środowisk turystycznych, że procesy rozwojowe turystyki zdominowane zostaną przez cele związane z rozwojem sportu a w szczególności z intensyfikacją inwestycji infrastrukturalnych potrzebnych do wywiązania się ze zobowiązań dotyczących wielkich imprez sportowych takich jak Euro 2012.

Z drugiej strony przedmiotem wątpliwości i obaw jest odejście od ekonomicznego ujęcia turystyki jako biznesu i postrzeganie turystyki głównie jako pewnej aktywności ruchowej.

Tymczasem w dokumentach programowych i planistycznych Unii Europejskiej z turystyką związanych podejście biznesowe jest powszechne, a za najważniejsze problemy uznaje się integrację ekonomiczną i finansową na rynku biur podróży, na rynku hotelarskim etc a także problemy środowiska przyrodniczego jako podstawy rozwoju biznesu turystycznego.

Weryfikacja zapisów *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007 – 2013* nie doprowadziła wprawdzie do jej odrzucenia ale wobec wskazanych źródeł finansowania pojawiają konkurencyjne cele nieturystyczne, w tym wskazane już wyżej cele sportowe.

Przeprowadzona w niniejszym opracowaniu ocena zgodności polskiego dokumentu Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013 z celami dokumentów Unii Europejskiej pozwala stwierdzić taką zgodność. Rozwój wiejskich obszarów turystycznych i form turystyki opartych na walorach tych obszarów znalazł swoje miejsce w hierarchii celów rozwojowych turystyki zawartych w dokumentach dotyczących zarówno rynku polskiego jak i Jednolitego Rynku Europejskiego.

Cele główne polskich i europejskich dokumentów planistycznych i programowych związanych z turystyką są koherentne z celami rozwoju obszarów wiejskich, a w szczególności z celami zatrudnieniowymi i dochodowymi, nawet wtedy gdy brak zapisów odnoszących się bezpośrednio do wsi.

Wyniki przeprowadzonej w niniejszym opracowaniu analizy a także doświadczenia związane z dokumentami opracowanymi w ramach programu PHARE jeszcze przed aktem akcesyjnym Polski do Unii Europejskiej pozwalają sformułować ogólny wniosek korzystania z wypracowanych gotowych już rozwiązań, nawet jeśli dokumenty te nie uzyskały statusu dokumentów rządowych tak jak *Strategia Rozwoju Krajowego Produktu Turystyczne Polski* finansowana z Programu PHARE lub jeśli taki status uzyskały ale utraciły swoją aktualność wskutek nowych uwarunkowań prawnych, politycznych i innych.

## Literatura

- Butowski L., Projekty wspierające rozwój turystyki w ramach polityki spójności unii europejskiej, rocznik naukowy wydawnictwo wsztir im. M. Orłowicza w Warszawie, tom vi/2007.
- Jędrzejczyk I., Przedsiębiorstwo turystyczne podmiotem europejskiej polityki rozwoju rynku wewnętrznego i usług, w: Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym, pr.zbior. pod red. Grzegorza Gołębskiego, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.
- Jędrzejczyk I., Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategie zarządzania firmą, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Jędrzejczyk I., Inwestycje w infrastrukturę ochrony środowiska na obszarach wiejskich, w: Infrastruktura techniczna a ekologia terenów wiejskich, praca zbiorowa pod red. A. Gruszczyńskiego, Katedra Technicznej Infrastruktury Wsi, AR Kraków, Kraków –Dobczyce 2001.
- Jędrzejczyk, I., Analiza zakresu i struktury kompleksu zagospodarowania turystycznego regionu, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, praca doktorska – maszynopis powielony, 1985.
- Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy, pr. zbior. pod red. Małgorzaty Bednarczyk, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006
- Walasek J., Koncepcja produktu w strategiach rozwoju polskiej turystyki, Rocznik Naukowy Wydawnictwo WSzTiR im. M. Orłowicza w Warszawie, tom VI/2007.

## Streszczenie

Referat prezentuje miejsce obszarów wiejskich w dokumentach strategicznych i programach rozwoju turystyki.

Dla realizacji programów związanych z rozwojem turystyki samorządy mogą pozyskać środki z wielu źródeł (publicznych i prywatnych). Mogą również współpracować w tym celu z innymi podmiotami. Dokument strategiczny jest społeczno – ekonomiczną konstrukcją, w relacji z którą wszystkie siły polityczne osiągnęły porozumienie i wyrażają wolę jego realizacji.

Ważnym elementem tej strategii jest szeroki udział społeczności w procesie jej tworzenia, co zwiększa jej końcową wartość. Strategia nie jest jednakże zamkniętym dokumentem.

## Summary

The paper presents the position of rural areas in strategic documents and programmes for tourism development.

For the realisation of many years' development programmes connected with tourism, a country government may gain finance from many sources (public and private) as well as cooperate in this range with other entities. The document strategy is a social-economic construction of country, in relation to which the whole political forces reached an agreement and expressed a will of its realization. A very important element of the strategy was a wide participation of society in the process its creation, which increase the final value of it. However, the strategy is not a close document.

*Development Strategy of Tourism in Poland for the years 2007 – 2013* is a document, which defines fundamental directions and methods of acting to increase the rate of country development and associate with a big family of regions from United Europe.

It is worth to emphasize that *Development Strategy of Tourism for the years 2007 – 2013* in the range of improvement of competitiveness of the country indicate – as one of indirect purposes – development of tourism function on rural areas. In a development of this function following purposes were indicated:

- a development of tourism and accompanying infrastructure,
- a development of rural infrastructure,
- creating a system of connections of tourism infrastructure with rural infrastructure,
- defining and a development of rural tourism product,
- a development of tourism in a strict correlation with a natural environment protection,
- creating an image of rural areas as a tourism market,
- education of rural human resources to service tourist traffic and tourism management.

Country strategies have autonomous character, however they should also take into consideration directions accepted in strategies from european and international programmes.



**Anna Woźniak**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Wydział Ekonomiczno – Rolniczy SGGW

## **Turystyka w polityce regionalnej Unii Europejskiej**

### **Wstęp**

Turystyka odgrywa coraz większą rolę w rozwoju regionalnym, a wielokierunkowy rozwój poszczególnych regionów może sprzyjać rozwojowi funkcji turystycznych. Dzięki tym zjawiskom otwierają się nowe możliwości. Ludność zyskuje miejsca pracy i dodatkowe lub alternatywne dochody oraz możliwość sprzedaży regionalnych wyrobów czy produktów z gospodarstw rolniczych. Region zaś zyskuje szansę na rozwój przedsiębiorczości, rozwój kulturalny, promowanie twórczości, uwydatnianie dziedzictwa kulturowego o wymiarze regionalnym, wspieranie wzajemnej wrażliwości na kulturę i historię, jak i promowanie lokalnych atrakcji turystycznych i produktów markowych. To wszystko daje możliwość uzyskania dodatkowych dochodów i rozwoju regionu w przyszłości.

Należy jednak podkreślić, że efekty te nie są możliwe bez wcześniejszych działań o charakterze organizacyjnym i inwestycyjnym, a to z kolei wymaga niejednokrotnie dużych nakładów finansowych, których w wielu regionach brakuje. Takie właśnie wsparcie finansowe jest od wielu lat realizowane w ramach polityki regionalnej Unii Europejskiej a od 2004 roku stało się także udziałem regionów w Polsce.

### **Geneza i ewolucja europejskiej polityki regionalnej**

Region w Unii Europejskiej nie jest pojęciem jednoznacznym. Zróżnicowanie historyczne, polityczne i kulturowe poszczególnych państw członkowskich powoduje, że to pojęcie jest w różnych państwach różnie rozumiane za region uważa się najczęściej jednostkę polityczną i terytorialną usytuowaną bezpośrednio po władzy centralnej.

W praktyce istnieje spore zróżnicowanie w pojęciu regionu zarówno w sensie politycznym (jako władzy i jej kompetencji) jak i terytorialnym (obszar). W poszczególnych państwach regiony mają różny zasięg i różny poziom kompetencji<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Szerzej na ten temat: „Samorząd terytorialny i administracja w wybranych krajach”, pod red. Jana Jeżewskiego, Wrocław 1999r.

Zróżnicowanie regionalne poszczególnych państw członkowskich UE skłoniło Komisję Europejską do wprowadzenia jednolitego systemu statystycznego, który służyłby głównie do porównywania danych. W połowie lat sześćdziesiątych Urząd Statystyczny Wspólnot Europejskich – EUROSTAT, ustanowił nomenklaturę statystyczną opartą o trzy poziomy statystyczne – NUTS2 (Niveaux d'Unites Teritoriales Statistiques). Każdy z krajów członkowskich został zobowiązany do stworzenia wspólnie z EUROSTAT systemu jednostek tejże nomenklatury, w celu usystematyzowania systemu zbierania informacji na temat sytuacji ekonomiczno-społecznej panującej na poszczególnych szczeblach<sup>3</sup>.

Europejska polityka regionalna ma na celu wyrównywanie dysproporcji w rozwoju gospodarczym, społecznym i przestrzennym za pośrednictwem redystrybucji środków budżetowych w przekroju międzyregionalnym. Zmierza ona do harmonijnego rozwoju Unii Europejskiej, a więc do niwelowania różnic i osiągania spójności między poszczególnymi regionami<sup>4</sup>.

Polityka regionalna określana jest również terminem polityka strukturalna lub polityka spójności społeczno-gospodarczej<sup>5</sup>. Celem europejskiej polityki regionalnej jest dążenie do poprawy konkurencyjności regionów słabych, niedoinwestowanych, czy restrukturyzowanego przemysłu.

Od połowy lat osiemdziesiątych w Unii Europejskiej realizowana jest polityka spójności, która jest umocowana w Traktacie o utworzeniu Wspólnoty Europejskiej. Jest ona pojęciem znacznie szerszym niż polityka regionalna, gdyż sama polityka spójności obejmuje szereg działań, których częścią składową jest polityka regionalna. Jej celem jest dążenie do osiągnięcia **spójności społeczno-gospodarczej**. Działania zmierzające do jej osiągnięcia polegają na poprawie konkurencyjności obszarów najbiedniejszych oraz zmniejszeniu różnic rozwojowych poszczególnych regionów, z uwzględnieniem dwóch podstawowych wskaźników poziomu rozwoju danego terytorium, czyli Produktu Krajowego Brutto na 1 mieszkańca oraz stopy bezrobocia<sup>6</sup>. Dążenie do spójności społeczno-gospodarczej jest również naczelnym celem europejskiej polityki regionalnej. Spójność oznacza stopień, w którym zróżnicowania w zakresie dobrobytu ekonomicznego i społecznego między regionami lub grupami w ramach Wspólnoty są politycznie i społecznie zaakceptowane<sup>7</sup>.

---

2 Nomenklatura NUTS została w 1996 roku wzbogacona o dwa kolejne szczeble o znaczeniu lokalnym – NUTS IV i NUTS V.

<sup>3</sup> K. Głębicka, M. Grewiński „Europejska Polityka Regionalna” Elipsa, Warszawa 2003r., s. 122.

<sup>4</sup> K. Głębicka, M. Grewiński „Europejska Polityka Regionalna” s. 32.

<sup>5</sup> Niektórzy autorzy stosują nazwę regionalna, polityka strukturalna np. K. Duczkowska-Małysz „Wspólna Polityka Rolna i polityka regionalna Unii Europejskiej – Czy szansa dla Polski?” w: ”Strategie rozwoju obszarów wiejskich – zarządzanie projektami europejskimi” pod redakcją Małgorzaty Duczkowskiej-Piaseckiej; Olsztyn 2000; s.71.

<sup>6</sup> Ibidem.

<sup>7</sup> Casaca P., Polityka spójności, [w:] Polityka regionalna i fundusze strukturalne w UE..op.cit., s.20.

## Początki europejskiej polityki regionalnej (lata 1957-1975)

Jeszcze przed podpisaniem Traktatów w Rzymie ustanawiających dwie Wspólnoty europejskie – EWG i Euratom, trwały dyskusje na temat włączenia do zapisów traktatowych kwestii związanych z potrzebą prowadzenia na obszarze integrujących się państw wspólnotowej polityki regionalnej, która prowadzić miała do niwelowania dysproporcji regionalnych i harmonijnego rozwoju całego obszaru EWG. W Traktacie ustanawiającym EWG została zapisana konieczność tworzenia warunków niezakłóconej konkurencji i zniesienie wszelkich form protekcjonizmu - co samoistnie przyczyniać się miało do równomiernego rozwoju Wspólnot i automatycznego niwelowania dysproporcji regionalnych i nierówności społecznych. Na mocy Traktatu o EWG powołano nową instytucję finansową - Europejski Bank Inwestycyjny (EBI), który dysponował początkowo kapitałem własnym w wysokości 1 mld ECU. Działalność jego miała przyczynić się do podnoszenia konkurencyjności regionów poszkodowanych poprzez inwestycje w modernizację i powstawanie nowych przedsiębiorstw.<sup>8</sup>

Duże znaczenie dla polityki rozwoju regionalnego na płaszczyźnie europejskiej miało utworzenie w 1967 roku Dyrekcji Generalnej ds. Polityki Regionalnej, której zadaniem było przygotowanie koncepcji przyszłej europejskiej polityki regionalnej. Powstała ona w wyniku fuzji instytucji trzech Wspólnot: EWG, EWWiS i Euratomu.

Europejska polityka regionalna nabierała znaczenia pod koniec lat sześćdziesiątych także z dwóch innych ważnych powodów: pierwszym była koncepcja ustanowienia do roku 1980 Unii Gospodarczej i Walutowej; drugim - perspektywa rozszerzenia Wspólnoty o kolejne kraje, które borykały się także z licznymi problemami regionalnymi<sup>9</sup>.

Kolejnym ważnym wydarzeniem był Szczyt Paryski w 1972 roku. Właśnie tam zdecydowano o powołaniu do 31 grudnia 1973 roku nowego funduszu regionalnego, który miałby wspierać biedniejsze regiony EWG, w tym także przyczyniać się do asekuracji podejmowanych zmian strukturalnych i sektorowych. Nowy fundusz miał także rozwiązywać problemy, jakie pojawiły się w 1973r wraz z rozszerzeniem. Wspólnot o nowe trzy kraje: Irlandię, Wielką Brytanię i Danię.

Na Szczycie Paryskim potwierdzono ostatecznie wprowadzenie niewielkich, ale bardzo istotnych zmian w działaniu dwóch funkcjonujących już funduszy strukturalnych - Europejskiego Funduszu Społecznego i Europejskiego Funduszu Orientacji i Gwarancji Rolnej (Sekcja Orientacji). Europejski Fundusz Społeczny, który od 1957 roku był wspólnotowym instrumentem socjalnym, angażującym się przede wszystkim w interwencje na rzecz przekwalifikowań pracowników

<sup>8</sup> Pietrzyk I., Polityka regionalna UE i regiony w państwach członkowskich, Warszawa 2001, ss. 62-63.

<sup>9</sup> Casaca P., Polityka spójności, w: Polityka regionalna i fundusze strukturalne UE, pod red. M.Kozaka, Łódź 1998, s. 22.

migrujących i zagrożonych utratą pracy, stał się od tego momentu także instrumentem polityki regionalnej, mającym koncentrować swoje wsparcie na regionach problemowych<sup>10</sup>.

Także, istniejący od 1964 roku, Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnej otrzymał swój regionalny wymiar, chociaż środki Sekcji Orientacji stanowiły tylko 5% całości budżetu tego funduszu<sup>11</sup>.

W 1973 roku Komisja przygotowywała listę potencjalnych regionów, które należałoby wesprzeć ze środków nowego funduszu. Niestety ze względu na trudności, wynikające z negocjacji między poszczególnymi państwami na temat podziału środków funduszu regionalnego, a także z przyczyn obiektywnych, min. światowego kryzysu naftowego i recesji gospodarczej, która dotknęła całą Europę, powołanie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego opóźniło się i ostatecznie nastąpiło w marcu 1975 roku.<sup>12</sup>

### **Rozwój europejskiej polityki regionalnej w latach 1975-1985**

Utworzenie w 1975 r. Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR)<sup>13</sup> stanowiło uwieńczenie starań Komisji Europejskiej oraz Parlamentu Europejskiego w zakresie kształtowania się wspólnotowej polityki regionalnej, która nabrała od tej pory aktywnego charakteru. Powołany fundusz miał służyć przede wszystkim niwelowaniu różnic regionalnych, ale także, czego nie należy zapominać, miał rekompensować Wielkiej Brytanii wysokie koszty partycypacji w budżecie Wspólnot. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego otrzymał na trzy pierwsze lata działalności środki w wysokości 1,3 miliarda ECU, w tym 300 mln ECU w roku 1975 i po 500 mln w następnych dwóch latach<sup>14</sup>.

W rozporządzeniu dotyczącym Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego znalazły się dwie podstawowe zasady, które miały być ściśle przestrzegane przez państwa-beneficjentów.

Pierwsza z nich to zasada dodatkowości, która polegać miała na tym, że nowe instrumenty wspierania nie mogły wypierać lub zastępować istniejących już publicznych lub prywatnych środków przeznaczanych na cele regionalne. Drugą zasadą była globalna koordynacja wspólnotowych, narodowych i lokalnych wysiłków w planowaniu rozwoju regionalnego w celu osiągnięcia wysokich efektów rozwiązywania problemów ekonomicznych i socjalnych w regionach<sup>15</sup>.

---

<sup>10</sup> Grewiński M., Europejski Fundusz Społeczny jako instrument integracji socjalnej UE, Warszawa 2001, ss. 70-78.

<sup>11</sup> Olszewski M., Polska a system regionalnej polityki strukturalnej UE, Warszawa 2001, s. 23.

<sup>12</sup> Jasiński P., Europa jako szansa..., op.cit., s. 38.

<sup>13</sup> Rozporządzenie Rady 724/75/EWG z 21.03.1975r.

<sup>14</sup> Pietrzyk I., Polityka regionalna ... op.cit., s. 77 i 79.

<sup>15</sup> Casaca P., Polityka spójności, op.cit. s. 24.

Pierwsze lata funkcjonowania EFRR polegały wyłącznie na wspieraniu narodowych polityk regionalnych, które opracowywane były przez każde państwo członkowskie osobno. Środki EFRR były kierowane głównie na regiony, które były objęte już krajowymi instrumentami wspierania regionalnego. Wnioskującym o subwencje mogło być jedynie państwo. Wynikało to z silnego centralizmu w procesie podejmowania decyzji w ówczesnym systemie politycznym krajów członkowskich<sup>16</sup>. Państwa członkowskie miały także obowiązek upubliczniania efektów dotacji wspólnotowych, które dla poszczególnych projektów nie mogły przekraczać 20-30% kosztów całkowitych<sup>17</sup>.

W 1979 roku podjęto pierwszą istotną reformę Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Z ogólnego budżetu funduszu 5% wydzielono na finansowanie polityki rozwoju regionalnego na poziomie Komisji Europejskiej. Były to od tej pory *środki pozakwotowe (hors quota)*. Środki funduszu były wydatkowane w kilkuletnim horyzoncie czasu.<sup>18</sup>

Kolejną reformę EFRR podjęto w 1984 r. Wiązało się to z poszerzeniem Wspólnoty o Grecję w roku 1981, która była w całości mocno zapóźniona w rozwoju w stosunku do państw członkowskich WE, a także z perspektywą integracji dwóch innych biednych państw- Portugalii i Hiszpanii, które ostatecznie zostały przyjęte do Wspólnot w roku 1986.

Jedną ze zmian w działaniu EFRR polegała na zastąpieniu *kwot krajowych* określonymi procentowo *widelkami interwencji*. Określano za ich pomocą maksymalny i minimalny próg pomocy dla danego kraju. Dzięki tej zmianie powiększyła się pula środków funduszu pozostająca w gestii Wspólnot z 5% do ponad 11%. Zmiana ta pozwoliła ograniczyć automatyczne przyznawanie dotacji. Ponadto w ramach reformy postanowiono także zwiększyć koncentrację środków EFRR oraz podnieść maksymalny poziom jego dotacji<sup>19</sup>.

Przedstawione wyżej reformy stanowiły znaczący krok w rozwoju ponadnarodowej polityki regionalnej Wspólnot Europejskich. Wprowadzone zmiany stały się jednak impulsem do dalszych poprawek, które nastąpiły bardzo szybko, bo już w Jednolitym Akcie Europejskim, a następnie przy okazji *Wielkiej Reformy* polityki strukturalnej.

---

<sup>16</sup> Spośród wszystkich krajów członkowskich Wspólnoty, jedynie Niemcy miały zdecentralizowany system podejmowania decyzji (struktura federalna RFN).

<sup>17</sup> Rozporządzenie 724/75 z 21.03.1975 roku, art. 4, p.2b.

<sup>18</sup> Rozporządzenie Rady 214/79, a także Szlachta J., Programowanie rozwoju regionalnego UE, op.cit., s. 26.

<sup>19</sup> Rozporządzenie 1787/84 z 19.06.1984 r.

## Reforma Polityki Regionalnej (lata 1986- 1992)

Podpisany w 1986r. Jednolity Akt Europejski (JAE)<sup>20</sup> ostatecznie wzmocnił znaczenie polityki regionalnej wewnątrz Wspólnoty. Uzyskanie spójności i harmonijnego rozwoju całej Wspólnoty, a nie tylko najbogatszych i prężnych regionów, stało się głównym zadaniem dla wszystkich członków EWG.

W 1987 roku przedstawiono dokument pod nazwą *Pierwszy Pakiet Delors'a*, którego następstwem tego było wprowadzenie następujących zmian:

- redukcja wydatków budżetowych Wspólnoty na rolnictwo z 60% do 50%<sup>21</sup>,
- zwiększenie wydatków na politykę strukturalną z 16% na 25% całości budżetu, co w praktyce odpowiadało podwojeniu środków funduszy strukturalnych,
- dodatkowe orientowanie systemu wpływów w Produkcie Socjalnym Brutto.

Zmiany te nie weszły jednak natychmiast w życie. Zwrot nastąpił dopiero na szczycie w Brukseli w lutym 1988 roku, kiedy to zadecydowano o reformie finansowej i funduszy strukturalnych. Na lata 1989-1993 przeznaczono na wszystkie fundusze około 63 mld. ECU. Najwięcej środków otrzymały wówczas: Hiszpania 22,9%, Włochy 17,3%, Portugalia 13,2%, Grecja 12,4%. Bogatsze kraje otrzymały znacznie mniejsze sumy.

Obok reformy ustroju finansowego bardzo ważną zmianą było całkowite przebudowanie struktury zadań, celów i priorytetów wspierania funduszy strukturalnych, a także przeobrażenie metod zarządzania, kontroli i samych środków pomocy regionalnej. Większość z wprowadzonych wówczas zmian jest aktualna w procedurach wspierania regionalnego do dnia dzisiejszego.

Do najważniejszych zmian w tym zakresie należało:

1. Skoncentrowanie interwencji na dynamicznych celach.
2. Wprowadzenie nowych metod interwencyjnych, decentralizacja, dojście do programów i projektów.
3. Wzmocnienie koordynacji wszystkich instrumentów finansowych Wspólnoty.
4. Ulepszenie i ułatwienie reguł zarządzania, monitoringu, oceny i kontroli.
5. Uelastycznienie i uwolnienie środków strukturalnych.
6. Współfinansowanie projektów przez wszystkie fundusze strukturalne.
7. Ustanowienie instytucji „Inicjatyw Wspólnotowych” w celu skuteczniejszego wpływania na interwencje strukturalne.
8. Wydzielenie środków na wspieranie zatrudnienia i walkę z bezrobociem.

<sup>20</sup> Jednolity Akt Europejski zawarty w lutym 1986 r. wszedł w życie 01.07. 1987r.

<sup>21</sup> Mimo, że zmalał % udział wsparcia na rolnictwo, to jednak realnie przeznaczono więcej środków finansowych na ten sektor gospodarki. W 1988 r. przeznaczono na rolnictwo 27,5 mld. ECU z budżetu Wspólnoty, a w 1993 r. 35,2 mld. ECU.

## **Zmiany funduszach strukturalnych (lata 1993-1999)**

W roku 1993 nastąpiła kolejna reforma funduszy strukturalnych. Większość zasad zostało utrzymanych chociaż dokonano zmian w budżecie, na nowo zdefiniowano niektóre cele i zadania, dokonano korekt w części Inicjatyw Wspólnotowych. Utworzenie na mocy Traktatu z Maastricht organu opiniodawczego - Komitetu Regionów, a także nowych funduszy strukturalnych-Funduszu Spójności (FS)<sup>22</sup> i Instrumentu Finansowego Ukierunkowania Rybołówstwa (IFUR), wymagało zweryfikowania podziału zadań dla interwencji w polityce regionalnej.

Reforma z 1993 roku spowodowała znaczne zwiększenie środków finansowych. Budżet funduszy strukturalnych na lata 1994-1999 wyniósł ponad 140 mld. ECU, w tym na regionalny cel 1 przeznaczono aż 96 mld. ECU. Największe środki, bo aż 52% otrzymał EFRR, następnie 30% EFS, 16% EFOiGR i tylko 2% IFUR.

Na Fundusz Spójności, który wspiera tylko państwa posiadające niższy od 90% wskaźnik przeciętnego PKB w Unii Europejskiej, przeznaczono dodatkowo 15,5 mld. ECU. Do grupy państw otrzymujących pomoc z tego funduszu należały w latach 1994-1999 cztery kraje: Portugalia, Hiszpania, Grecja i Irlandia. Głównymi zadaniami Funduszu Spójności było inwestowanie w ochronę środowiska naturalnego, wspieranie rozwoju infrastruktury drogowej i kolejowej oraz inwestycje w transeuropejskie sieci komunikacyjne.

## **Agenda 2000 i reforma funduszy strukturalnych (lata 2000-2006)**

Komisja Europejska przedłożyła 15.07.1997 roku dokument AGENDA 2000, który stanowił propozycje zmian w polityce regionalnej Wspólnoty, w związku z rozpoczynającym się w 2000 roku nowym okresem wspierania strukturalnego (2000-2006), a także ze względu na zamiar rozszerzenia Wspólnoty w najbliższej przyszłości o nowe kraje. Komisja Europejska zawarła w nim bardzo odważne propozycje zmian w polityce strukturalnej dotyczące wszystkich funduszy, w tym także ogólnych zmian w przepisach ramowych. Agenda 2000 została przyjęta przez Radę Europejską w marcu 1999 roku na Szczycie w Berlinie. W ramach reformy finansowania zaproponowano na lata 2000 – 2006 przeznaczenie na politykę strukturalną 0,46% Produktu Socjalnego Brutto Unii Europejskiej, co stanowi 37% całego budżetu Wspólnoty, a także dodatkowe przeznaczenie około 5 % środków budżetowych na rozwój obszarów wiejskich. Oznacza to zatem skierowanie w tym okresie 213 mld. euro na cztery fundusze strukturalne i Fundusz Spójności. Około 45 mld. ECU z budżetu Unii zostało zarezerwowanych dla krajów, które wstąpią do Unii Europejskiej w najbliższych

---

<sup>22</sup> Fundusz Spójności nie należy do grupy funduszy strukturalnych, ale ma strukturalne zastosowanie.

latach, w tym 7 mld. ECU na cele dostosowawcze do czasu wejścia do Wspólnoty i pełnej integracji.

Podczas Agendy 2000 zdecydowano także o wspieraniu niektórych regionów UE w ramach *Pomocy Przejściowej*. Jest ona udzielana na okres 3 - 5 lat regionom, które przestały lub przestaną spełniać kryteria celu 1 albo 2. *Pomoc Przejściowa* jest stopniowo zmniejszana (aż do 2005 roku) a jej budżet na lata 2000-2006 zaplanowano na sumę 11,1 mld euro. Należy pamiętać, że żaden region UE nie może być jednocześnie wspieranym w ramach celu 1, 2 lub w ramach *Pomocy Przejściowej*.

### Proponowane zmiany na lata 2007-2013

W 2003 roku Komisja Europejska zainicjowała debatę na temat przyszłości polityki spójności, a w tym polityki regionalnej po 2006 roku. W 2004 roku Komisja opublikowała III Raport Spójności<sup>23</sup>. Zawarła w nim propozycje zmian, które potwierdziła jeszcze w propozycji aktów prawnych ogłoszonych w połowie roku. Komisja zaproponowała, aby priorytety polityki strukturalnej w latach 2007-2013 były osiągnięte w ramach trzech nowych celów:

1. **Konwergencja (convergence)** – w ramach tego celu przewiduje się wspieranie wzrostu i tworzenia nowych miejsc pracy w najmniej rozwiniętych państwach i regionach; obejmie regiony o PKB per capita mniejszym niż 75% średniej wspólnotowej (UE 25);
2. **Regionalna konkurencyjność i zatrudnienie (regional competitiveness and employment)** – zakłada się, że na ten cel zostanie przeznaczonych 18% środków na politykę spójności. W ramach tego celu przewidziane są dwa podstawowe priorytety:
  - wspieranie zmian regionalnych w regionach nie kwalifikujących się do uzyskiwania pomocy w ramach celu konwergencja ze względu na przekroczenie 75% PKB per capita
  - wspieranie zmian na rynkach pracy, finansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego
3. **Europejska współpraca terytorialna (European territorial cooperation)** – zadaniem tego celu będzie wspieranie terytorialnej konkurencyjności, promowanie harmonijnego i zrównoważonego rozwoju terytorium UE; zakłada się, że w ramach tego celu zostanie wydatkowane 4% środków na politykę spójności. Źródłami ich finansowania miałyby być jedynie trzy fundusze:
  - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego,
  - Europejski Fundusz Społeczny
  - Fundusz Spójności.

---

<sup>23</sup> Raport spójności jest dokumentem, który Komisja Europejska opracowuje cyklicznie; analizowana jest w nim sytuacja społeczno-gospodarcza we Wspólnocie.



W ramach obszarów wiejskich planowana jest lepsza organizacja instrumentów finansowych. Dla sektorów rolnictwa i rybołówstwa Komisja proponuje stworzenie nowych instrumentów funkcjonujących poza polityką strukturalną, zastępujących dotychczasowe fundusze strukturalne: Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnej - sekcja orientacji (EAGGF) oraz Finansowy Instrument Orientacji Rybołówstwa (FIG ). Oznaczałoby to w praktyce m.in. likwidację Europejskiego Funduszu Orientacji i Gwarancji Rolnej. Dla finansowania rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich ma powstać nowy instrument w ramach WPR nazywany Funduszem Rozwoju Rolnictwa.

Komisja zakłada również odejście od koncepcji Inicjatyw Wspólnotowych, a działania podejmowane w ramach Inicjatyw zostałyby włączone do zaproponowanych trzech celów.

Bardzo ważnym obszarem dotyczącym europejskiej polityki regionalnej jest respektowanie wszystkich zasad, które dotyczą procesu planowania, zarządzania, wdrażania i kontroli środków strukturalnych. Najważniejsze zasady regionalnej polityki strukturalnej to:

1. **Koncentracji** - środki płynące z Unii Europejskiej są przeznaczone dla regionów, które znajdują się w najtrudniejszej sytuacji ekonomicznej; do tej grupy kwalifikują się regiony objęte pomocą w ramach **celów** funduszy strukturalnych
2. **Partnerstwa – wertykalnego**, czyli współpracy Komisji Europejskiej z odpowiednimi władzami krajowymi, regionalnymi i lokalnymi; dzięki temu środki pomocowe kierowane są do obszarów, które potrzebują największego wsparcia oraz **horyzontalnego**, czyli prowadzenia konsultacji władz samorządowych i rządowych z partnerami społecznymi najbardziej zainteresowanymi planowanymi działaniami, co zwiększa efektywności i celowość pomocy.
3. **Programowania (planowania)** – pomoc przeznaczona jest na program trwałego rozwiązywania problemów danej gałęzi gospodarki lub danego regionu, w praktyce oznacza to konieczność formułowania wieloletnich planów rozwoju gospodarczego i wykorzystania środków publicznych; plany te opracowywane są w drodze konsultacji partnerskich.
4. **Kompatybilności (zgodności)** z zapisami traktatów, celami i instrumentami innych wspólnych polityk (*przede wszystkim konkurencji*) oraz z wytycznymi ochrony **środowiska**.
5. **Współfinansowania (dodatkowości, dodawalności)** – oznacza, że dofinansowanie z UE ma uzupełniać fundusze z budżetu krajowego; nie powinny ich więc zastępować; rozmiary współfinansowania UE są jasno określone i wynoszą najczęściej:
6. Do 75% dla regionów celu 1 (w tym nie mniej niż 50 % pomocy publicznej)
7. Do 50% i co najmniej 25% środków publicznych w regionach celu 2 i 3.

- a. W wypadku inwestycji generującej przychody:
  - b. Infrastruktura – do 40% (regiony celu 1) i do 25% (regiony celu 2)
  - c. Przedsiębiorstwo – do 35% kosztów (regiony celu 1) lub do 15% (regiony celu 2), z możliwością podniesienia o 10% w wypadku finansowania małych lub średnich przedsiębiorstw.
8. **Pomocniczości (subsydiarności)** – nie jest bezpośrednio zasadą polityki strukturalnej; jest to natomiast podstawowa zasada funkcjonowania UE; władze wyższego szczebla nie mogą podejmować działań w sprawach, których załatwienie leży w gestii władz niższego szczebla; na tej zasadzie opierają się stosunki pomiędzy Komisją Europejską a państwami członkowskimi i regionami.

### **Źródła finansowania rozwoju turystyki i regionów w Polsce w latach 2007-2013**

Według danych Ministerstwa Rozwoju Regionalnego<sup>24</sup> w całym kraju realizowanych będzie ok. 2,8 tys. projektów inwestycyjnych z zakresu rozwoju turystyki i agroturystyki, które łącznie uzyskają dofinansowanie w wysokości blisko 900 mln zł. Dodatkowo osoby zatrudnione w branży turystycznej mogą korzystać ze szkoleń współfinansowanych z unijnych funduszy, pozyskiwania funduszy UE na finansowanie turystyki i wdrożenie innowacyjnych rozwiązań, na dofinansowanie promocji i wizerunku w mediach elektronicznych ale także z kursów dla pilotów wycieczek czy kursów żeglarskich.

W latach 2007-2015 środki na rozwój turystyki będą dostępne przede wszystkim w ramach regionalnych programów operacyjnych, ale również w Programie Innowacyjna Gospodarka oraz Programie Rozwój Polski Wschodniej.

### **Finansowanie rozwoju turystyki w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych**

Celem głównym europejskiej polityki regionalnej jest dążenie do poprawy konkurencyjności regionów słabych, niedoinwestowanych.

Cel ten realizowany jest poprzez następujące cele szczegółowe:

- CEL 1 – (regionalny) obejmuje regiony zapóźnione w rozwoju - podstawowym kryterium zakwalifikowania regionu do pomocy jest dochód PKB na jednego mieszkańca poniżej 75% PKB w UE; tym celem są objęte również regiony słabo zaludnione (poniżej 8 mieszk. na jeden km<sup>2</sup> oraz obszary najbardziej oddalone.

---

<sup>24</sup> [www.mrr.gov.pl](http://www.mrr.gov.pl)

- CEL 2 – (regionalny) wspieranie terenów silnie uzależnionych od upadającej gałęzi gospodarki.
- CEL 3 - (horyzontalny) pomoc w modernizacji rynku pracy poprzez szkolenia zawodowe, lokalne inicjatywy w zakresie zatrudnienia oraz poprawa dostępu do rynku pracy.

W przypadku Regionalnych Programów Operacyjnych na lata 2007- 2013 to zarządy województw podjęły decyzję, ile pieniędzy przeznaczą na ten cel na swoim terenie i na jakie inwestycje te fundusze będą przeznaczone.

Z raportu Ministerstwa Rozwoju Regionalnego wynika, że w ramach RPO wspierane będą m. inn.:

Działania z zakresu turystyki wspomagające rozwój regionów:

- adaptacja zabytków ,
- poprawa bazy noclegowej,
- rozwój i modernizacja infrastruktury gastronomicznej oraz w zakresie kuchni regionalnej,
- utworzenie systemów i centrów informacji turystycznej ( w tym internetowej),
- infrastruktura służąca rozwojowi aktywnych form turystyki,
- budowa i modernizacja obiektów sportowych i rekreacyjnych,
- infrastruktura turystyczna i rekreacyjna (m.in. parki, ścieżki zdrowia, plaże, kąpieliska, przystanie wodne, ściany wspinaczkowe, szlaki turystyczne i przyrodnicze, ścieżki rowerowe, porty i przystanie żeglarskie, pomosty cumownicze, miejsca biwakowania, oznakowanie tras i szlaków),
- budowa parkingów, wypożyczalni sprzętu, przechowalni bagażu itd.,
- rozwój usług związanych z turystyką,
- rozwój infrastruktury turystycznej na terenach Parków Narodowych, Natura 2000 i podobnych,
- infrastruktura na potrzeby turystyki kongresowej, targowej i wystawowej,
- inwestycje w dziedzinie służb i organizacji ratowniczych takich jak Policja, GOPR, WOPR).

Promocja działalności i aktywności turystycznej:

- inwestycje promujące turystykę,
- utworzenie systemu badania rynku turystycznego,
- system informacji turystycznej (bazy danych, sieć terminali informacyjnych w ośrodkach turystycznych i kulturowych,
- system wizualizacji i oznakowania atrakcji turystycznych regionu,
- organizowanie regionalnych imprez kulturalnych ,
- lokalne i regionalne pamiątkarstwo i promocja produktów regionalnych.

Działania z zakresu turystyki kulturowej:

- wsparcie finansowe zespołów fortyfikacyjnych oraz budowli obronnych,

- inwestycje na terenie zespołów pałacowo-parkowych, parków oraz zabytków sztuki ,
- przedsięwzięcia związane z pozyskiwaniem i ochroną obiektów archeologicznych ,
- inwestycje z zakresu dziedzictwa kulturowego (obiekty i wydarzenia) ,
- budowa szlaków turystyczno-kulturowych.

**Ochrona przyrody:**

- ochrona obiektów dziedzictwa przyrodniczego,
- utrzymanie wysokich standardów ekologicznych przez poprawę funkcjonowania infrastruktury ochrony środowiska przyrodniczego,
- ochrona różnorodności gatunkowej i ekosystemowej,
- inwestycje związane z ochroną parków, obiektów przemysłowych i powojkowych ,
- adaptacja obiektów zabytkowej architektury do świadczenia funkcji wystawienniczo-promocyjnych, obsługi ruchu turystycznego, aktywności kulturalnej,
- odnowa terenów zdegradowanych obszarów miast, przywracania ich wartości historycznych..

### **Program Innowacyjna Gospodarka i Program Rozwój Polski Wschodniej**

Dodatkowym źródłem środków na rozwój turystyki w latach 2007-2015 jest Program Innowacyjna Gospodarka

Głównym celem Programu jest rozwój polskiej gospodarki w oparciu o innowacyjne przedsiębiorstwa.

Cel ten zostanie osiągnięty poprzez realizację następujących celów szczegółowych:

- Zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw
- Wzrost konkurencyjności polskiej nauki
- Zwiększenie roli nauki w rozwoju gospodarczym
- Zwiększenie udziału innowacyjnych produktów polskiej gospodarki w rynku międzynarodowym
- Tworzenie trwałych i lepszych miejsc pracy
- Wzrost wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych w gospodarce

W ramach tego programu realizowany będzie m. in. priorytet „Polska gospodarka na rynku międzynarodowym” oraz projekty promujące turystyczne walory Polski i inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym.

Z kolei głównym celem Programu Rozwój Polski wschodniej jest przyspieszenie tempa rozwoju społeczno – gospodarczego Polski Wschodniej (tj. województw:

lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i warmińsko – mazurskiego). W ramach tego celu realizowane będą następujące priorytety:

1. Nowoczesna gospodarka;
2. Wojewódzkie ośrodki wzrostu;
3. Infrastruktura transportowa;
4. Pomoc techniczna .

Z funduszy przeznaczonych na ten projekt będą współfinansowane zadania związane z promocją, tego regionu i przyciąganiu do województw większej liczby inwestorów i turystów biznesowych. Wspierane będą również projekty z zakresu budowy i modernizacji infrastruktury umożliwiającej organizację targów, wystaw, kongresów i konferencji o znaczeniu ponadregionalnym i międzynarodowym.

Ponadto, w ramach PO RPW planowana jest realizacja jednego kompleksowego projektu, obejmującego 5 województw Polski Wschodniej, polegającego na wytyczaniu i oznakowaniu oraz budowie tras rowerowych o znaczeniu ponadregionalnym i międzynarodowym.

### **Podsumowanie**

Istnieje wiele czynników wpływających na rozwój turystyki i rozwój poszczególnych regionów.

Jednymi z najważniejszych są odpowiednie prawo, jak też kierunki i źródła finansowania z Unii Europejskiej, które powinny dobrze służyć rozwojowi turystyki, wyzwalaniu aktywności i zdrowej konkurencyjności regionów oraz stymulowaniu jakości usług. Nie można jednak pominąć innych czynników. Wzrost konkurencyjności regionu wymaga systematycznego wpływu na kształtowanie świadomości proturystycznej i wysokiego poziomu kształcenia a kreowanie nowoczesnych produktów turystycznych wymaga wykorzystywania najnowszych zdobyczy techniki, w tym internetu. Coraz większą rolę w podnoszeniu konkurencyjności regionu odgrywa także pobudzanie i wykorzystanie aktywności społeczności lokalnych i właściwe zagospodarowanie przestrzeni.

Najważniejsze jednak wydaje się zintegrowanie tych wszystkich czynników w celu jak najlepszego wykorzystania różnorodnych szans i możliwości.

### **Literatura**

Jeżewski J. (red): Samorząd terytorialny i administracja w wybranych krajach. Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999.

Głębińska K, Grewiński M. : Europejska Polityka Regionalna, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2003.

Casaca P.: Polityka spójności. W: Polityka regionalna i fundusze strukturalne w UE. Wyd. Instytut Europejski, Łódź 1998.

Pietrzyk I. : Polityka regionalna UE i regiony w państwach członkowskich. Wyd. PWN, Warszawa 2007.

Grewiński M.: Europejski Fundusz Społeczny jako instrument integracji socjalnej UE. Wy. Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2001.

www.mrr.gov.pl: Fundusze unijne wspierają rozwój turystyki. Informacja prasowa z dnia 12 lipca 2007. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

### **Streszczenie**

W pracy podjęto próbę przedstawienia polityki regionalnej unii europejskiej począwszy od jej zarania aż do chwili obecnej. Przedstawiono również najważniejsze założenia tej polityki przyjęte na lata 2007 – 2013 oraz możliwości finansowania rozwoju turystyki i regionów w Polsce w latach 2007-2013.

### **Summary**

The thesis aims at presenting the local policy of the European Union from its beginnings up to the present moment. Also it includes the basic assumptions for the policy for the years from 2007 to 2013 together with the possibilities of financing the development of tourism and the regions of Poland in the years from 2007 to 2013.

**Katarzyna Gralak**

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Partnerstwo lokalne w procesie aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich w Polsce**

### **Wprowadzenie**

Wiele projektów związanych z rozwojem turystyki na obszarach wiejskich może być skutecznie realizowanych przez władze lokalne, pojedyncze instytucje i organizacje społeczne. Jednak niektóre przedsięwzięcia turystyczne, m.in. tworzenie szlaków turystycznych, promocja walorów turystycznych, przekraczają możliwości organizacyjne i finansowe pojedynczych organizacji działających w gminie. Wówczas lokalne organizacje, instytucje, władze samorządowe oraz inne zainteresowane podmioty i osoby decydują się na długotrwałą współpracę i tworzą tzw. *lokalne partnerstwa*, których istotą są wspólne działania rzecz aktywizacji społeczno-gospodarczej, sprzyjające bezpośrednio lub pośrednio poprawie warunków rozwoju funkcji turystycznej.

Budowanie lokalnego partnerstwa na rzecz rozwiązywania problemów społecznych, gospodarczych, ekologicznych oraz wspieranie inicjatyw lokalnych jest najbardziej pożądanym kierunkiem w obszarze polityki turystycznej i w działalności władz lokalnych jako bezpośrednich realizatorów zadań.

Celem opracowania jest przedstawienie roli partnerstwa lokalnego w procesach zarządzania rozwojem turystyki na obszarach wiejskich, ze szczególnym uwzględnieniem jego znaczenia w procesie formułowania i wdrażania lokalnych strategii, programów i planów rozwojowych.

### **Partnerstwa lokalne w rozwoju obszarów wiejskich**

Zasada partnerstwa oznacza ścisłą współpracę wszystkich partnerów zaangażowanych w proces programowania i wdrażania działań funduszy strukturalnych (Komisja Europejska, władze kraju członkowskiego, władze regionalne i lokalne, partnerzy społeczni i gospodarczy, organizacje pozarządowe, środowiska opiniotwórcze). Jest to wówczas partnerstwo wertykalne. Prowadzenie konsultacji władz samorządowych i rządowych z partnerami społecznymi najbardziej zainteresowanymi planowanymi działaniami, co zwiększa efektywność i celowość pomocy stanowi partnerstwo horyzontalne. Partnerstwo to włączenie w proces podejmowania decyzji i ich realizację odpowiednich szczebli władz wspólnotowych i krajowych, jak również instytucji i środowisk regionalnych oraz lokalnych, najlepiej znających potrzeby i możliwości swego regionu.

Pojęcie partnerstwa jest zatem bardzo szerokie, istnieje też wiele jego rodzajów. Najczęściej pojawiające się w literaturze rodzaje partnerstwa to: partnerstwo publiczno-prywatne, partnerstwo sektorowe, partnerstwo projektowe, partnerstwo lokalne (międzysektorowe). Partnerstwo, według słownika PWN, oznacza współuczestniczenie w czymś, bycie partnerem. Zasada partnerstwa jest jedną z podstawowych zasad funkcjonowania UE, wdrażania funduszy strukturalnych i programów wspólnotowych. Struktury partnerskiej wymagają m.in. program na rzecz rozwoju obszarów wiejskich LEADER+, w którym udział wymaga zbudowania partnerstwa trójsektorowego w formie Lokalnej Grupy Działania oraz program EQUAL na rzecz wyrównywania szans na rynku pracy, który wymaga stworzenia dwóch partnerstw: Partnerstwa na Rzecz Rozwoju i Partnerstwa Międzynarodowego. W programie LEADER „partnerstwo” rozumiane jest dwójako - jako współpraca pomiędzy różnymi podmiotami publicznymi i prywatnymi oraz jako instytucja, którą tworzy określona grupa ludzi, ponosząca odpowiedzialność za wspólne działania na rzecz społeczności lokalnej.

Specyficzną formą partnerstwa jest partnerstwo lokalne. Termin ten pojawia się w publikacjach i opracowaniach dotyczących problematyki rozwoju lokalnego, mimo to nie posiada jak dotychczas w pełni opracowanej, wyczerpującej i konkretnej definicji. Partnerstwo lokalne w najprostszym ujęciu to forum współpracy partnerów, wspólnie realizujących określone działania na rzecz<sup>1</sup>:

- rozwoju obszarów wiejskich,
- turystyki, agroturystyki, ekoturystyki,
- ochrony środowiska,
- wspierania przedsiębiorczości,
- promocji regionu,
- aktywizacji społeczności lokalnych,
- tworzenia nowych miejsc pracy,
- ochrony i popularyzacji dziedzictwa kulturowego.

Takie pojmowanie partnerstwa lokalnego jest jednak zbyt ogólne i niewystarczające. Uszczegóławiając to zagadnienie, przyjąć należy precyzyjną definicję partnerstwa lokalnego, która ujmuje partnerstwo jako platformę współpracy pomiędzy różnorodnymi partnerami, którzy wspólnie, w sposób systematyczny, trwałe i z wykorzystaniem innowacyjnych metod oraz środków planują, projektują, wdrażają i realizują określone działania i inicjatywy, których celem jest rozwój lokalnego środowiska społeczno-gospodarczego i budowa tożsamości lokalnej wśród członków danej społeczności<sup>2</sup>. Partnerstwo lokalne oznacza porozumienie instytucji publicznych, przedsiębiorstw i organizacji

---

<sup>1</sup> P. Znaniński, Partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wyd. Stowarzyszenie Na Rzecz Ekorozwoju Agro-Group, Białystok 2005, s. 3.

<sup>2</sup> E. Flasińska, M. Pilzak, H. Rogala, Przez współpracę do sukcesu. Partnerstwo lokalne na rynku pracy. Wyd. ZWP MPiPS, Warszawa 2007, s. 10.



pozarządowych, które chcą wspólnie działać na rzecz swojego regionu, powiatu, gminy lub osiedla.

Partnerstwo lokalne jest zatem dobrowolną koalicją organizacji i instytucji z co najmniej dwóch sektorów, posiadającą wewnętrzną strukturę organizacyjną oraz plan działania obejmujący zestawienie projektów, charakteryzujących się zintegrowanym podejściem do rozwoju lokalnego<sup>3</sup>. Tak zdefiniowane partnerstwo odpowiada zasadom programu LEADER i najbardziej zaawansowanemu podejściu do wspólnego, międzysektorowego działania na rzecz rozwoju lokalnego.

Inicjatorem tworzenia partnerstw na poziomie lokalnym są różne podmioty, w tym<sup>4</sup>:

- *osoby fizyczne i organizacje społeczne*, wówczas działalność partnerstwa koncentruje się na problemach społecznych i realizacji projektów związanych z edukacją i ochroną dziedzictwa kulturowego;
- *przedsiębiorcy*, wówczas partnerstwo nastawione jest na realizację projektów ekonomicznych, sprzyjających poprawie konkurencyjności gospodarki;
- *władze lokalne*, wówczas partnerstwa koncentrują uwagę na całokształcie problemów rozwojowych gminy i aktywnie uczestniczą w tworzeniu i realizacji długofalowych planów rozwojowych.

Z tego względu partnerstwa lokalne funkcjonujące na obszarach wiejskich w Polsce można podzielić na dwie zasadnicze grupy. Są to:

- partnerstwa formalne, posiadające osobowość prawną (stowarzyszenia i fundacje),
- partnerstwa nieformalne, nie posiadające osobowości prawnej (niesformalizowana aktywność obywatelska).

Ze względu na obszar działalności wyodrębnia się partnerstwa działające na rzecz rozwoju lokalnego (w wielu obszarach jednocześnie) oraz tzw. partnerstwa sektorowe, prowadzące działalność w określonym obszarze życia społeczno-gospodarczego, jakim jest najczęściej: gospodarka, rynek pracy, innowacje, kultura, zdrowie i opieka zdrowotna, edukacja.

Ze względu na sposób realizacji działań, możemy wyróżnić dwa zasadnicze rodzaje partnerstw lokalnych<sup>5</sup>:

- *partnerstwa koordynujące* - stawiają sobie za cel koordynowanie rozwoju lokalnego i funkcjonowanie jako instytucja, co oznacza trwałą współpracę różnych organizacji, instytucji i osób w realizacji różnorodnych zadań wspierających rozwój lokalny. Partnerstwem jest np. *zespół ds. rozwoju lokalnego* odpowiedzialny za opracowanie i wdrażanie strategii rozwoju gminy;.

---

<sup>3</sup> P. Znaniński, Partnerstwo..., wyd. cyt., s. 7.

<sup>4</sup> J. Duriasz-Bulhak, Milewski R.: Partnerstwo w rozwoju lokalnym. Wyd. Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa 2003, s. 9.

<sup>5</sup> Tamże, s.8.

- *partnerstwa wykonawcze (projektowe)* - realizują jeden konkretny projekt i działają w jednym, ściśle określonym obszarze (np. wytyczenie szlaku rowerowego lub wydanie lokalnego przewodnika z mapami). Cele partnerstwa są ściśle określone w projekcie, a powołanie takiego partnerstwa jest często związane z wymogami konkursowymi, stawianymi przez podmiot, który finansuje realizację zadania.

Specyficzną formą partnerstwa lokalnego są klastry (grona), obejmujące grupę instytucji i organizacji, w tym przedsiębiorstw, które:

- są wzajemnie ze sobą powiązane;
- działają na określonym terenie (powiat, województwo, gmina, region);
- najczęściej związane są z określoną branżą,
- są wobec siebie komplementarne (uzupełniają się);
- we współpracy osiągają wyższy stopień efektywności, niż gdyby działały osobno (efekt synergii).

Cechą klasycznych klastrów jest występowanie w nich zarówno przedsiębiorstw, jak i instytucji działających w sferze badawczo-rozwojowej (uczelnie, centra i instytuty badawcze, laboratoria, itp.). Współpraca tych dwóch sfer daje klastrów możliwość osiągnięcia efektu synergii, gdyż między sferą badawczo-rozwojową a przedsiębiorstwami następuje transfer technologii.

Formą partnerstwa, która realizuje działania w sferze promocji i rozwoju turystyki są Lokalne Organizacje Turystyczne (LOT). Stanowią one forum współpracy samorządów gminnych i powiatowych oraz organizacji branżowych i podmiotów gospodarczych działających w branży turystycznej. Do podstawowych zadań LOT należy integracja jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej, tworzenie i rozwój produktów turystycznych wokół lokalnych atrakcji turystycznych, promocja turystyczna a także prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej. Zgodnie z obowiązującym prawem organizacje te mają status stowarzyszenia z możliwością zrzeszania osób fizycznych i prawnych i są rejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym. Powstają w wyniku suwerennej decyzji wszystkich zainteresowanych rozwojem i promocją turystyki podmiotów w regionie. Stanowią istotny element nowego jakościowo i opartego na partnerstwie systemu promocji turystycznej kraju.

Od wyżej określonej formuły partnerstwa lokalnego należy odróżnić partnerstwo publiczno-prywatne (PPP), które oznacza umowę instytucji publicznej i organizacji prywatnej zawartą w celu zrealizowania określonego przedsięwzięcia ze sfery zadań publicznych<sup>6</sup>. Tak więc PPP to formalna umowa zawarta na czas określony pomiędzy jednostką administracji publicznej (partnerem publicznym) a agentem (partnerem prywatnym), na mocy której prywatny inwestor finansuje np.

---

<sup>6</sup> Ustawa o partnerstwie publiczno-prywatnym z dnia 28 lipca 2005 roku (Dz. U. Nr. 169, poz. 1420.).

utworzenie infrastruktury potrzebnej do świadczenia usługi publicznej, a następnie świadczy tę usługę przez czas ważności koncesji i pobiera za to opłatę.

### **Partnerstwo lokalne w planowaniu rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym**

Tworzenie optymalnych warunków rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym jest w świetle polskiego ustawodawstwa zadaniem własnym gminy. To gmina staje się kreatorem własnej polityki rozwoju i ma prawo decydować o kierunkach rozwoju turystyki na swoim terenie. Organom administracji rządowej przypisano w tym zakresie kształtowanie polityki turystycznej państwa oraz tworzenie programów rządowych o znaczeniu ponadlokalnym. A organom samorządowym na szczeblu regionalnym kształtowanie funkcji turystycznej poprzez strategie rozwoju regionalnego, plany zagospodarowania przestrzennego województw oraz egzekwowanie prawa wynikającego z Ustawy o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 r.

Wśród zadań samorządu gminnego istotnych dla aktywizacji turystycznej szczególnego znaczenia nabierają zadania związane z planowaniem rozwoju turystyki. Planowanie to zmierza do stworzenia właściwego środowiska, które będzie przyciągać turystów, inwestorów, kwalifikowanych pracowników, instytucje usługowe, czyniąc gminę atrakcyjnym konkurencyjnym miejscem wypoczynku. W procesie tym powinny być wykorzystane wszystkie miejscowe zasoby – zasoby naturalne, dziedzictwo kulturowe, zasoby instytucjonalne a także ludzkie.

Jednym z ważniejszych problemów, o którym często zapominają władze lokalne planując rozwój turystyki jest kwestia akceptacji tej formy działalności gospodarczej przez społeczność lokalną. Zwłaszcza w gminie rozwój turystyki musi odbywać się warunkach społecznej akceptacji, a model rozwoju turystyki musi być zaakceptowany przez wszystkie podmioty i organizacje zaangażowane w rozwój turystyki oraz zainteresowane korzyściami z niej płynącymi.

Za uspołecznionym podejściem do procesów rozwoju turystyki przemawia również fakt, że na wielu obszarach jej rozwój postrzegany jest przez społeczność lokalną jako zjawisko negatywne, ponieważ następuje bez planu i poza lokalną kontrolą, często jest narzucany z zewnątrz, kontynuuje się go wbrew priorytetom miejscowym i stylowi życia, ma negatywny wpływ na skalę trudności komunikacyjnych, oddziałuje niekorzystnie na infrastrukturę oraz pogarsza stan zasobów naturalnych i historycznych<sup>7</sup>.

Przekłada się to bezpośrednio na konieczność zaangażowania społeczności lokalnej w proces podejmowania decyzji dotyczących rozwoju turystyki. Udział

---

<sup>7</sup> Epa M.: Aktorzy rozwoju lokalnego i formy ich współpracy. Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Przysieku, Przysiek 2004.

różnorodnych grup interesu w procesie planowania rozwoju turystycznego obszaru, a także sposób zorganizowania takiego udziału, jest przejawem racjonalnego działania władz samorządowych, które angażują do procesów decyzyjnych mieszkańców, liczą się z ich zdaniem i zachęcają do wyrażania swoich poglądów, potrzeb i oczekiwań.

Partycypacja społeczna jest fundamentem współczesnej demokracji i w szerokim i powszechnym ujęciu oznacza dobrowolny udział obywateli w zarządzaniu sprawami publicznymi społeczności, której są członkami<sup>8</sup>. Można też przyjąć, że partycypacja społeczna jest procesem, w którym dwie lub więcej stron współdziałają w przygotowaniu planów, realizacji określonej polityki i podejmowaniu decyzji<sup>9</sup>.

W praktyce partycypacja mieszkańców obszarów wiejskich ogranicza się do klasycznych form, do których należą regulowane prawem: wybory, referenda, konsultacje społeczne, umożliwiające bezpośrednie spotkania władz lokalnych z mieszkańcami, ankiety i sondaże oraz postępowanie administracyjne (tj. prawo do zgłaszania skarg i zażaleń) i akcje bezpośrednie (np. happeningi).

Ograniczanie się tylko do tych form uczestnictwa jest jednak niewystarczające, zwłaszcza w procesie formułowania przez władze lokalne długofalowych planów rozwojowych, dotyczących całej gospodarki lokalnej, planów gospodarowania przestrzenią gminną, programów ochrony środowiska, programów rozwoju turystyki lub gospodarki odpadami. Zasadniczym zadaniem władz lokalnych jest stwarzanie szans mieszkańcom do podejmowania różnych innych form aktywności, dostosowanych do ich potrzeb i możliwości rozwiązywania konkretnych lokalnych problemów. Jedną z tych form jest organizowanie się mieszkańców w grupy oraz wspólne działanie osób o zbliżonych poglądach lub interesach. Grupy te powstają oddolnie, spontanicznie, na zasadzie dobrowolnego udziału obywateli i funkcjonują w formie organizacji społecznych, niezależnie od struktur państwowych i samorządowych i najczęściej mają charakter niesformalizowany. Przykładem niesformalizowanych organizacji w gminach wiejskich są m.in. lokalne komitety społeczne (np. budowy wodociągu, kanalizacji, telefonizacji, itp.).

Organizacje społeczne reprezentują w gminie sektor pozarządowy, który w przeciwieństwie do sektora publicznego charakteryzuje: niezależność poszczególnych organizacji, uproszczona, niehierarchiczna struktura, zróżnicowane źródła finansowania, działania wynikające bezpośrednio z potrzeb ludzi, brak skrupowania procedurami i przepisami oraz duża elastyczność stosowanych metod. Do efektów ich działań należy m.in. przyczynianie się do

---

<sup>8</sup> J. Górniak, J. Hausner, S. Mazur, S. Kołdras, R. Paszkowska, *Komunikacja i partycypacja społeczna*. Wyd. MSAP, Kraków 1999, s. 41.

<sup>9</sup> J. Kwiatkowski, *Partycypacja społeczna i rozwój społeczny*. Wyd. Agencja Wydawniczo-Reklamowa MT, Warszawa 2003, s. 9.

aktywizacji społeczności, wzbudzanie wśród mieszkańców poczucia podmiotowości i współgospodarzenia gminą, aktywne kształtowanie opinii lokalnej, wyłanianie liderów społecznych, a także upowszechnianie i internalizacja wśród mieszkańców celów gminnej strategii i bieżącej polityki.

Najwyższy poziom uczestnictwa mieszkańców w zarządzaniu rozwojem lokalnym dotyczy włączania organizacji pozarządowych, lokalnego biznesu oraz inicjatyw obywatelskich, czyli mniej sformalizowanych grup obywateli, w rozwiązywanie problemów lokalnych i podejmowanie kluczowych decyzji dotyczących wspólnoty lokalnej<sup>10</sup>. W tym podejściu reprezentanci społeczności lokalnych stają się zarówno źródłem informacji, współautorami koncepcji, oceniają i akceptują projekty strategii i planów jak również są realizatorami przyszłych działań. Powstaje lokalne i trwałe partnerstwo działające na rzecz rozwoju lokalnego.

W przypadku rozwoju funkcji turystycznej na poziomie lokalnym partnerstwo powinno być tworzone w celu:

- opracowania strategii rozwoju lokalnego,
- przygotowywania operacyjnych planów działania (programu rozwoju turystyki),
- realizacji projektów strategicznych.

Efektywne prowadzenie lokalnej polityki turystycznej umożliwi strategia rozwoju lokalnego, która jest wyrazem całościowej koncepcji rozwoju gminy, bez której władze lokalne nie są w stanie sprawnie i skutecznie zarządzać jej rozwojem. Gminy turystyczne, w tym zwłaszcza miasta o wysokiej randze ośrodka turystycznego, powinny posiadać odrębny i wynikający ze strategii rozwoju lokalnego dokument planistyczny, dotyczący wyłącznie gospodarki turystycznej.

Tradycyjnie, strategie rozwoju lokalnego powstawały przy wykorzystaniu modelu eksperckiego lub ekspercko-konsultacyjnego, w którym społeczność władze lokalne angażowały tylko do zaopiniowania finalnego opracowania.

Przeciwieństwem takiego modelu jest „planowanie partnerskie”, które można nazwać także „planowaniem z udziałem społecznym” lub planowaniem partycypacyjnym (uspołecznionym). Jest to model nowoczesny, zgodny z zaleceniami Agendy 21, która zakłada uspołeczniony, partnerski i dynamiczny proces planowania i realizacji zmierzający do osiągnięcia celu, jakim jest trwały i zrównoważony rozwój. Motorem rozwoju turystyki w tym podejściu powinna być społeczność lokalna, gotowa ponieść nakłady i angażować się w ten proces. Zadaniem władz lokalnych jest natomiast tworzenie optymalnych warunków wyzwalających aktywność mieszkańców i ich zaangażowanie w sprawy lokalne, związane z aktywizacją turystyczną obszaru gminy.

---

<sup>10</sup> M. Zawicki, S. Mazur, J. Bober, Zarządzanie w samorządzie terytorialnym, Wyd. MSAP, Wyd. MSAP AE w Krakowie, Kraków 2004, s. 18.

Planowanie rozwoju turystyki z udziałem społecznym jest procesem złożonym, w którym bierze udział wiele podmiotów. Samorząd gminny nie jest jedynym uczestnikiem tego procesu, aczkolwiek decydującym. Obok gminy i innych korporacji samorządowych (związków gmin, stowarzyszeń i porozumień) w planowaniu rozwoju turystyki udział biorą inne podmioty, w tym przedstawiciele administracji ponadlokalnej i regionalnej, reprezentujące sektor publiczny oraz przedstawiciele sektora prywatnego (zwłaszcza branży turystycznej) i pozarządowego (organizacje społeczne).

Ważne jest ażeby władze lokalne inicjując prace nad strategią powołały zespół, działający w oparciu o zasadę partnerstwa, reprezentujący wszystkie sektory gospodarki lokalnej, który na podstawie analizy zasobów lokalnych sformułuje wizję rozwoju gminy, zidentyfikuje strategiczne cele działania oraz propozycje konkretnych projektów realizacyjnych. Okazuje się, że mieszkańcy są cennym źródłem wiedzy i pomysłów, a ich udział sprzyja podniesieniu jakości decyzji oraz angażowaniu się w proces realizacji tych decyzji.

Współdecydowanie o wszystkich rozpatrywanych problemach i realizowanych projektach oznacza jednocześnie współodpowiedzialność za decyzje niekorzystne. Oznacza to, że reprezentanci społeczności lokalnej, powinni uczestniczyć od początku w procesie planowania, we wszystkich jego etapach, począwszy od fazy oceny wartości lokalnych zasobów turystycznych, poprzez formułowanie wizji, ustalanie celów aż do wyboru optymalnej strategii i sposobów jej realizacji.

Możliwości partycypacji w planowaniu rozwoju turystyki zależą od tego czy społeczność lokalna jest zdolna do współpracy i czy władze lokalne stwarzają klimat do współpracy. Wola współpracy na rzecz rozwoju lokalnego wynika natomiast z potrzeby wpływu na sprawy lokalne, zainteresowania współudziałem w życiu publicznym.

### **Partnerstwa lokalne na rzecz turystyki w ramach Programu Odnowy Wsi**

Partnerstwa lokalne podejmujące działania na rzecz rozwoju turystyki powstają też niezależnie od istniejących struktur samorządowych. Przykładem są grupy partnerskie tworzone w ramach programu odnowy wsi, realizowanego w Polsce w kilku województwach od 1996 r. W latach 2004-2006 program ten włączono do SPO „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich”, na realizację którego przeznaczono kwotę 90 mln euro. Program odnowy wsi zakłada wspieranie oddolnych inicjatyw mieszkańców, którzy chcą polepszyć swoje otoczenie poprzez realizację przedsięwzięć w zakresie infrastruktury, edukacji, kultury materialnej i niematerialnej, usług itp. Zasadnicza rola w jego wdrażaniu jest przypisana sołectwom, które wybierają swoich liderów

i tworzą *grupy odnowy wsi*, przygotowują programy rozwoju (tzw. sołeckie strategie rozwoju), współpracują z gminą, która jest koordynatorem programu, ustalają najważniejsze przedsięwzięcia dla wsi oraz wnoszą wkład finansowy lub rzeczowy do ich realizacji.

Pierwszą próbę zastosowania tego podejścia w Polsce podjęto na Opolszczyźnie w 1996 r. Do programu przystąpiło 65 gmin i 347 sołectw. Doświadczenia województwa opolskiego we wdrażaniu procesów odnowy wsi stały się impulsem i inspiracją podobnych działań w innych regionach. Udane próby przeniesienia doświadczeń Opolszczyzny na większą skalę zostały podjęte 2001 r. w województwie pomorskim, a Program Odnowy Wsi wpisano do Kontraktu Wojewódzkiego na lata 2001-2002. W programie tym uczestniczyło 95 wsi.

W 2002 r. działania na rzecz odnowy wsi podjął także Śląski Związek Gmin i Powiatów, uruchamiając w wybranych obszarach województwa śląskiego Program Pilotażowy „Odnowa wsi śląskiej”. Program w 2003 roku wpisano w strategię rozwoju województwa śląskiego. Uczestniczy w nim obecnie 7 gmin oraz 40 sołectw<sup>11</sup>. Jednym z projektów turystycznych zrealizowanych w ramach programu odnowy wsi w województwie śląskim jest turystyczny szlak pieszy na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej „Dróżki św. Idziego”, udostępniony turystom 1 września 2007 r. Inicjatorem powstania nowej trasy turystycznej była Grupa Odnowy Wsi Zrębice oraz Jurajskie Stowarzyszenie Turystyki Wiejskiej. Motywem przewodnim szlaku jest postać świętego, którego kult w okolicach Olsztyna sięga czasów średniowiecza. Szlak eksponuje walory kulturowe gminy Olsztyn i stanowi część szerszego projektu pn. „Szlaki turystyki rekreacyjnej i miejsca dziedzictwa kulturowego w gminie Olsztyn”<sup>12</sup>. Przykładem funkcjonowania partnerstwa lokalnego jest Lokalna Grupa Działania „Spichlerz Górnego Śląska”, zrzeszająca mieszkańców miejscowości Chudów, położonej w powiecie gliwickim. LGD w ramach szeregu działań na rzecz wykorzystania potencjału turystycznego wsi założyła Izbę Regionalną. Izba prezentuje wiele cennych eksponatów dziedzictwa kulturowego, w tym wyposażenie tradycyjnych, wiejskich chat oraz bogatą kolekcję starych, często zabytkowych przedmiotów codziennego użytku z przełomu XIX i XX w. Samodzielną inicjatywą Grupy Odnowy Wsi Suszec pod przewodnictwem sołtysa wsi, która pozwala wyzwolić inicjatywę społeczną mieszkańców, odbudować społeczeństwo obywatelskie oraz aktywizować grupy społeczne (przede wszystkim rolników) jest cykliczna impreza turystyczna „Suszecki Jarmark Przedświąteczny”. Jarmark jako inicjatywa lokalna, w swojej pierwotnej formule ma nawiązywać do dawnego „Prawa Targowego” nadawanego miejscowościom o znacznej samodzielności. Każda edycja Jarmarku

---

<sup>11</sup> Program Odnowy Wsi województwa śląskiego. Katowice 2006.

<sup>12</sup> [www.olsztyn.ug.gv.pl/ngo](http://www.olsztyn.ug.gv.pl/ngo)

jest adresowana do mieszkańców wsi Zrębice, jak i mieszkańców sąsiednich wsi (Kryry, Rudziczka, Woszczyce, Zgoń) i miast (Żory, Pszczyna, Katowice).

### **Partnerstwo międzysektorowe na rzecz rozwoju turystyki w ramach programu LEADER +**

W okresie poakcesyjnym ważne źródło wspierania rozwoju turystyki wiejskiej stanowi „Program Pilotażowy LEADER+” wdrażany w ramach SPO „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich”. Jego ideą jest wspieranie inicjatyw lokalnych, w oparciu o współpracę na poziomie regionalnym i lokalnym. Warunkiem uczestnictwa w programie jest powołanie lokalnego partnerstwa międzysektorowego. Myślą przewodnią partnerstwa jest zintegrowanie działań instytucji, organizacji, samorządów lokalnych, przedsiębiorców oraz wszystkich innych środowisk działających w regionie na rzecz rozwoju zrównoważonego i ochrony dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego. Cel ten jest osiągnięty poprzez partnerskie opracowanie i wdrożenie zintegrowanych strategii rozwoju obszarów wiejskich oraz wynikających z niej planów działania.

W celu inicjowania i realizacji przedsięwzięć rozwojowych powoływane są *Lokalne Grupy Działania* (LGD). Ich tworzenie i funkcjonowanie przebiega według ściśle określonych zasad zawartych w przepisach prawa. Lokalna Grupa Działania, powstająca w ramach programu Leader+, musi posiadać osobowość prawną i powinna mieć charakter partnerstwa trójsektorowego, tj. z udziałem przedstawicieli sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego (społecznego). Jednocześnie przynajmniej 51% składu organu zarządzającego daną LGD muszą stanowić przedstawiciele sektora prywatnego, np. przedsiębiorcy i rolnicy z danego obszaru. LGD mogą przybierać formę stowarzyszeń, fundacji, związków stowarzyszeń itp. Zasięg działania LGD może obejmować obszar danej gminy lub kilku gmin.

Pilotażowy program LEADER+ w Polsce jest wdrażany w ramach dwóch schematów. Schemat I obejmuje działania przygotowawczo–organizacyjne i szkoleniowe zmierzające do utworzenia Lokalnej Grupy Działania (LGD) oraz opracowanie przez grupę partnerską zintegrowanej strategii rozwoju obszarów wiejskich (ZSROW). W latach 2004-2006 powstało w Polsce 214 partnerstw działających w formie Lokalnych Grup Działania, których zasięg działania obejmuje prawie 42% powierzchni obszarów wiejskich w Polsce<sup>13</sup>. Do końca 2004 r. potencjalne partnerstwa mogły składać wnioski do Schematu I. W latach 2005-2006 w ramach Schematu I grupy partnerskie przygotowały zintegrowane strategie rozwoju obszarów wiejskich (ZSROW).

---

<sup>13</sup> Wykaz zarejestrowanych Lokalnych Grup Działania na stronie: [www.agro-info.org.pl](http://www.agro-info.org.pl).



Schemat II zakłada ubieganie się przez zarejestrowane Lokalne Grupy Działania o wsparcie finansowe dla działań zaplanowanych w opracowanej strategii rozwoju obszarów wiejskich. Schemat II umożliwia realizację kompleksowych projektów o charakterze wielosektorowym, uwzględniających w szczególności rozwój turystyki, ochronę oraz promocję środowiska naturalnego, krajobrazu i zasobów historyczno – kulturowych, popularyzację i rozwój produkcji wyrobów regionalnych, a także działania szkoleniowe. Działania te wpisują się w politykę Unii Europejskiej i są przewidziane w nowym PROW w latach 2007-2013.

Wnioski o finansowanie ZSRW można było składać od 2005 r. W efekcie tylko 80 LGD otrzymało środki na sfinansowanie projektów zawartych w opracowanych strategiach.

W województwie mazowieckim funkcjonuje obecnie 21 Lokalnych Grup Działania. Na obszarze Północnego Mazowsza działania na rzecz rozwoju turystyki realizuje m.in. LGD pn. *Lokalna Organizacja Turystyczna Północnego Mazowsza* (LOT PM). Jest najstarszą w województwie mazowieckim i jedyną lokalną organizacją turystyczną dysponującą własnym przedstawicielstwem w Warszawie. Funkcjonuje od 2004 r. jako stowarzyszenie. Działa na dużym obszarze, obejmującym powiaty: ciechanowski, makowski, mławski i przasnyski. Tworzy ją obecnie 24 członków, w tym 14 samorządów gmin i powiatów, kilka przedsiębiorstw i osób fizycznych. Przedstawiciele LOT PM współpracują z ważnymi instytucjami krajowymi i regionalnymi, związanymi z rozwojem turystyki: Urzędem Marszałkowskim, Ministerstwem Gospodarki, Stołecznym Biurem Informacji i Promocji Turystycznej oraz Polską Organizacją Turystyczną.

Partnerstwo w 2004 r. rozpoczęło przygotowania do uruchomienia dużego projektu służącego rozwojowi turystyki na obszarze Północnego Mazowsza i pozyskiwania środków finansowych na jego realizację. Efektem wspólnych działań samorządów, przedsiębiorców i lokalnych działaczy jest zintegrowany produkt turystyczny pn. Trasa Turystyczna „Panorama Północnego Mazowsza” rozwijany od czerwca 2006 r. Główną oś szlaku stanowi pętla samochodowa łącząca Warszawę z Mławą, Przasnyszem, Makowem Mazowieckim, a także okolicznymi atrakcjami turystycznymi Ciechanowa, Opinogóry, Rostkowa i Krasnego. Trasa umożliwia sprawny tranzyt przez wybrane, odpowiednio opisywane miejscowości, oraz wskazuje miejsca postoju i propozycje aktywności. Elementami oferty turystycznej obszaru są liczne lokalne produkty turystyczne, w tym m.in.: Noc Świętojańska w Karniewie, Festyn Rodzinny w Parku Krasieńskich w Krasnem, Odpust Świętojański w Czernicach Borowych, Dni Strzegowa, Piknik Opinogórski.

W przyszłości kolejne produkty lokalne powstaną wokół muzeów: Szlachty Mazowieckiej (zamek w Ciechanowie), Romantyzmu (Opinogóra), Pozytywizmu (Gołotczyzna) i zabytkowych parków, w tym w Krasnem. Istotne miejsce zajmuje

Rostkowo – ośrodek pielgrzymkowy związany ze św. Stanisławem Kostką, liczne zabytki sakralne i dworki. Na promocję oczekują miejsca związane ze sławnymi ludźmi, m.in. Zygmuntem Krasińskim, Aleksandrem Świętochowskim, Marią Konopnicką, Marią Skłodowską–Curie.

Projekt połączy w efekcie liczne działania w regionie w jednolity program imprez stacjonarnych i objazdowych, eksponując trasy i szlaki tematyczne, które można przemierzać samochodem, pieszo, konno, rowerem, czy jak w unikalnym przypadku tego regionu - zabytkową kolejką wąskotorową Mława-Przasnysz-Krasne-Maków Mazowiecki. Rolę koordynatora integrującego lokalne inicjatywy mieszkańców i podmiotów turystycznych oraz promującego poszczególne oferty turystyczne pełni Lokalna Organizacja Turystyczna PM. Trasa turystyczna jest elementem „Zintegrowanego Programu Rozwoju Turystyki i Infrastruktury Północnego Mazowsza”.

Na uwagę zasługuje również działalność Fundacji „*Aktywni razem*” z siedzibą w Łącku, która została utworzona w 2006 r. w ramach Schematu I Pilotażowego Programu LEADER+. Celem Fundacji są działania związane z rozwojem obszarów wiejskich regionu gąbińsko-włocławskiego, w szczególności działania w zakresie pełnego wykorzystania dziedzictwa kulturowego dla rozwoju, aktywizacji życia kulturalnego wsi, skutecznej ochrony i racjonalnego wykorzystania dziedzictwa przyrody oraz wzmocnienia i restrukturyzacji sektora turystycznego.

Fundacja zasięgiem swojego działania obejmuje obszar rozciągający się wzdłuż lewego brzegu Wisły, od granic Puszczy Kampinoskiej do Włocławka, tj. obszar miasta i gminy Gąbin oraz gmin: Gostynin, Iłów, Łąck, Nowy Duninów, Sanniki, Słubice, Szczawin Kościelny, Baruchowo, Kowal, Włocławek. Fundacja liczy obecnie 40 członków, w tym 12 przedstawicieli sektora publicznego, 17 - sektora społecznego i 11 - sektora prywatnego. Fundatorem Fundacji jest Stowarzyszenie Gmin Turystycznych Pojezierza Gostynińskiego.

Od lutego 2007 r. Fundacja realizuje schemat II Pilotażowego Programu Leader + polegający na realizacji podprojektów zawartych w Zintegrowanej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich regionu gąbińsko – włocławskiego.

Partnerstwo realizuje obecnie 2 projekty związane z rozwojem turystyki w regionie gąbińsko-włocławskim:

- 1) Koalicja na rzecz Wisły,
- 2) Terenowy system informacji.

Projekt „Koalicja na rzecz Wisły” dotyczy opracowania „Koncepcji zagospodarowania turystycznego terenów nadwiślańskich”. Jego realizacja będzie stanowiła wkład Lokalnej Grupy Działania w pełniejsze wykorzystanie Wisły jako atrakcji turystycznej.

Projekt „Terenowy System Informacji” zakłada przybliżenie turystom i mieszkańcom wiedzy o regionie poprzez stworzenie systemu drogowskazów

i tablic informacyjnych promujących dziedzictwo kultury, przyrody i obiekty materialnej bazy turystyki.. Tablice informacyjne zostaną umieszczone w plenerze, przy zabytkowych obiektach i zawierać informacje o tym, kiedy i jak powstały, komu służyły i jakich wydarzeń były świadkami. Drogozwozki będą informowały o położeniu najbardziej atrakcyjnych miejsc, zabytków w gminie, lokalizacji gospodarstw agroturystycznych i innych obiektów bazy noclegowej. Zakończenie realizacji projektu jest przewidziane w lutym 2008 r.

Przedstawione działania wybranych i aktywnych grup partnerskich wskazują, że bez aktywizacji mieszkańców nie ma jednak szans na przyciągnięcie dużej liczby turystów i dynamiczny rozwój turystyki.

### **Podsumowanie**

Wielu problemów dotyczących rozwoju turystyki i aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich nie można rozwiązać w skuteczny sposób na poziomie jednej gminy. Dotyczy to m.in. tworzenia terytorialnych produktów turystycznych, obejmujących kompleksową ofertę turystyczną obszaru, często większego niż gmina lub wybranego obszaru funkcjonalnego (doliny rzecznej, parku krajobrazowego itp.). Praktyka pokazuje, że wówczas niezbędne jest współdziałanie różnych organizacji i instytucji oparte na zasadach partnerstwa na poziomie ponadgminnym, które daje wymierne rezultaty wzrostu gospodarczego oraz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Mamy tutaj do czynienia z partycypacją o charakterze instytucjonalnym, której celem jest współpraca na rzecz wyodrębnionego obszaru, a która przyczynia się do eliminacji sztucznych granic administracyjnych. Partnerstwo oznacza posiadanie realnego wpływu w procesie wypracowania i wdrażania decyzji, jak również przejście odpowiedzialności za podjętą wspólnie decyzję.

Idea współpracy władz publicznych z podmiotami prywatnymi oraz organizacjami społecznymi na zasadzie partnerstwa spotyka się z coraz większym zainteresowaniem osób i instytucji zajmujących się rozwojem wsi oraz problematyką rozwoju turystyki na obszarach wiejskich, zwłaszcza turystyki wiejskiej.

### **Literatura**

Duriasz-Bulhak J., Milewski R.: Partnerstwo w rozwoju lokalnym. Wyd. Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa 2003.

Epa M.: Aktorzy rozwoju lokalnego i formy ich współpracy. Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Przysieku, Przysiek 2004.

Flaszyńska E., Pilzak M., Rogala H.: Przez współpracę do sukcesu. Partnerstwo lokalne na rynku pracy. Wyd. ZWP MPiPS, Warszawa 2007.

Górniak J., Hausner J., Mazur S., Kołdras S., Paszkowska R.: Komunikacja i partycypacja społeczna. Wyd. MSAP, Kraków 1999.  
Kwiatkowski J.: Partycypacja społeczna i rozwój społeczny. Wyd. Agencja Wydawniczo-Reklamowa MT, Warszawa 2003.  
Ustawa o partnerstwie publiczno-prywatnym z dnia 28 lipca 2005 roku.  
Zawicki M., Mazur S., Bober J.: Zarządzanie w samorządzie terytorialnym, Wyd. MSAP, Kraków 2004.  
Znaniński P.: Partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wyd. Stowarzyszenie Na Rzecz Ekorozwoju Agro-Group, Białystok 2005.

### **Streszczenie**

W artykule przedstawiono zagadnienia dotyczące znaczenia partycypacji społecznej i partnerstwa w rozwoju turystyki na obszarach wiejskich. Zwrócono uwagę przede wszystkim na udział mieszkańców w procesie planowania rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym. Przedstawiono również przykłady partnerstw lokalnych i ich rolę w realizacji zintegrowanych projektów na rzecz rozwoju turystyki.

### **Summary**

The article draws attention to the role of participation in local tourism development, especially in rural areas. It also emphasizes the role of local community in tourism planning. Moreover, there were described partnerships in Poland and its role in tourism projects realization at local and regional level.

**Ewa Stawicka**

Katedra Ekonomiki Edukacji Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Agroturystyka jako element wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich**

### **Wstęp**

Rozwój społeczno-ekonomiczny obszarów wiejskich w Polsce wyznacza obecnie nie produkcja rolna, ale przede wszystkim przedsiębiorczość pozarolniczą, gdyż takie połączenie będzie sprzyjać rozwojowi regionów. Poprawę warunków życia na obszarach wiejskich i kreowanie procesów rozwojowych umożliwia zatem w największym stopniu wdrażanie funkcji pozarolniczych.

Polska jako duży kraj w strukturze Unii Europejskiej wciąż charakteryzuje się dużym potencjałem rolnym, ale niestety również zbyt dużą liczbą rozdrobnionych gospodarstw. Jak wskazuje ostatni Spis Rolny (2002) pomimo zmniejszenia powierzchni użytków rolnych z 17,9 mln ha do 16,9mln ha, udział gospodarstw do 5 ha UR wzrósł z 70,2% do 72,4%, oraz o powierzchni 20 ha i więcej z 2,8% do 4,1%, natomiast wystąpił spadek gospodarstw o powierzchni 5-20 ha z 27% do 23,7%<sup>1</sup>. Zdecydowana większość polskich gospodarstw znajduje się zatem w grupie do 5 ha UR. Natomiast wyniki badań i analizy budżetów gospodarstw domowych wskazują, że najwyższym i stosunkowo satysfakcjonującym dochodem rozporządzalnym dysponowali członkowie rodzin rolniczych użytkujących gospodarstwa rolne o powierzchni dwudziestu i więcej ha. Rolnicy ci uzyskiwali dochody rozporządzalne i do dyspozycji, na poziomie wyższym aniżeli przeciętne gospodarstwo domowe w kraju, jednak niższym od przeciętnego gospodarstwa pracującego na własny rachunek. Wyjątkiem są niektóre gospodarstwa o powierzchni 0,10-1,00 i 15–19,99 ha, które osiągają wysoki dochód. Jest to spowodowane prowadzeniem intensywnych kierunków produkcji, których skala nie jest uzależniona od powierzchni UR np. uprawa pod osłonami<sup>2</sup>.

Polscy naukowcy zajmujący się zagadnieniem sytuacji dochodowej polskich gospodarstw wskazują, że na europejskim, średnim poziomie mamy zaledwie około 100 tys. gospodarstw i jest nadzieja, że w przyszłości będzie takich

---

<sup>1</sup> Raport z wyników Powszechnego Spisu Rolnego 2002

<sup>2</sup> Floriańczyk Z.: Wpływ instrumentów wspólnej polityki rolnej na poziom dochodów rolników w Polsce. IERiGŻ-PIB Warszawa, 2006.

gospodarstw około 200 tys<sup>3</sup>. Według Spisu Rolnego w Polsce jest 2 mln 933 tys. gospodarstw rolnych. Nasuwa się zatem pytanie, co będzie z gospodarstwami, które nie będą należały do tej grupy i mogą stanowić jedynie grupę gospodarstw socjalnych. Obecnie wspierane finansowo są wszystkie gospodarstwa, co stanowi możliwość uruchamiania działań pozarolniczych przez rolników. Środki finansowe z funduszy unijnych przeznaczone są bowiem na dofinansowanie do dochodów rolniczych, jak również na rozwój obszarów wiejskich. Koncepcja wielofunkcyjności obszarów wiejskich zawiera następujące elementy: wielofunkcyjność rolnictwa, zmianę struktury zatrudnienia i odchodzenie od rolnictwa jako dominującej funkcji obszarów wiejskich.

Celem referatu jest ukazanie ważności rozwoju pozarolniczych funkcji obszarów wiejskich ze szczególnym zwróceniem uwagi na agroturystykę oraz rozwój gospodarstw ekologicznych jako alternatywy w uzupełnianiu dochodów przez rolników.

### **Rozwój agroturystyki w Polsce**

Agroturystyka w wielu krajach Europy na stałe zdomowała się wśród powszechnie akceptowalnych form wypoczynku. Turystyka wiejska nie jest zjawiskiem nowym, również w Polsce, jednak dopiero po 1989 roku zainteresowanie turystów wypoczynkiem niedrogim a na łonie przyrody bardziej się uaktywniło. Polska wieś kuszą atrakcyjnością obszarów, tradycjami, sztuką rękodzieła ludowego oraz ciekawymi i tajemniczymi zabytkami architektonicznymi. Dodatkowo jest to wypoczynek tani, dostępny szerokiej rzeszy społeczeństwa. Wyniki badań przeprowadzone wśród turystów gospodarstw wiejskich wskazują, że typowi goście agroturystyczni to między innymi: mieszkańcy bloków dużych i średnich miast, rodziny średnio zamożne, rodzice z dziećmi w wieku szkolnym i przedszkolnym, rodziny przeważnie 3-4 osobowe, posiadacze samochodów osobowych, osoby nastawione na zwiedzanie i interesujące się ciekawostkami turystycznymi<sup>4</sup>. Jednak w Polsce z wypoczynku na wsi korzysta wciąż niewielu turystów około 0,5%, natomiast w pozostałych krajach Unii Europejskiej z wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym co czwarty

Pewnym jest zatem fakt, że o możliwościach rozwoju agroturystyki decyduje przede wszystkim atrakcyjność terenów, w których położone są gospodarstwa. Istotną jest również infrastruktura, która w realiach polskich jest jedną z najpoważniejszych barier w rozwoju pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich. Aby Polska stała się atrakcyjnym miejscem wypoczynku zarówno dla mieszkańców polskich miast, ale również coraz liczniej odwiedzających Polskę cudzoziemców, poprawie musi ulec jakość sieci komunikacyjnych, telefonizacja, gazyfikacja i kanalizacja wsi.

<sup>3</sup> Seminarium, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne – wypowiedź dr M. Brzóska, 14 maj 2007.

<sup>4</sup> www.agroturystyka.pl

J. S. Zegar wskazuje, że przyszłość rodzin wiejskich w dużej mierze zależy będzie od tworzenia na obszarach wiejskich dodatkowych miejsc pracy, ale poza rolnictwem<sup>5</sup>. Właściciele gospodarstw rolnych w celu poprawy swoich dochodów muszą uzupełniać produkcję rolną i podejmować inną działalność gospodarczą, rozszerzać zakres usług, np. agroturystykę, rękodzieło ludowe. Bardzo dobre efekty przynosi łączenie ofert np. turystyka i sprzedaż własnych produktów, produkty ekologiczne i zdrowa żywność. Szansą długofalowego rozwoju obszarów wiejskich stają się więc gospodarstwa typu agroekologiczne oraz typowe gospodarstwa ekologiczne.

Koniecznością jest również tworzenie grup producenckich zrzeszających przedsiębiorców w celu wspólnego działania, obniżania kosztów a także sprzedaży i promocji swoich usług, produktów i towarów. Istotne są bowiem zachowania kwaterodawców i ich działania zespołowe w celu np. tworzenia różnorodnych pakietów usług, produktów agroturystycznych, współpraca z władzami, podnoszenie jakości świadczonych usług, prowadzenie badań marketingowych, sprostaniu wymaganiom klientów. W Polsce kluczową rolę w organizacji działalności agroturystycznej spełniają dobrowolne zrzeszenia kwaterodawców, przybierając nazwę „stowarzyszeń” lub „izb”. Są to dobrowolne, samorządne, trwałe zrzeszenia o celach nie zarobkowych, które swoją działalność opierają na pracy społecznej członków w celu prowadzenia rozwiązań organizacyjnych i marketingowych. Natomiast ogólnokrajową reprezentację stowarzyszeń agroturystycznych tworzy Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Ze strony administracji rządowej na rzecz agroturystyki działają dwa resorty. Wiodącą rolę spełnia Ministerstwo Rolnictwa, poprzez podległe mu Krajowe Centrum Doradztwa Rolniczego i Obszarów Wiejskich oraz Ośrodki Doradztwa Rolniczego. W Ośrodkach istnieją stanowiska specjalistów ds. agroturystyki.

Obecnie w Polsce działa 121 stowarzyszeń agroturystycznych, z których 45 zarejestrowanych jest w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Najwięcej stowarzyszeń zarejestrowanych jest w województwie warmińsko-mazurskim (25) i świętokrzyskim (11). Największym zgłoszonym stowarzyszeniem jest Stowarzyszenie „Galiczyjskie Gospodarstwa Gościnne Bieszczady” działające na terenie województwa podkarpackiego, skupia ono 227 kwaterodawców i dysponuje 2550 miejscami noclegowymi<sup>6</sup>.

Agroturystyka jest jedną z szans rozwoju obszarów, ale wymaga profesjonalnego przygotowania i zarządzania. Przygotowanie rolników w decydujący sposób rzutuje na organizację ruchu wypoczynkowego, wyraża się to przede wszystkim we współpracy z biurami turystycznymi i instytucjami prowadzącymi promocję gospodarstw. Bardzo ważna jest dokładna i czytelna informacja, skierowana również do zagranicznych turystów, dotycząca miejsc noclegowych, możliwości wyżywienia, cenach, standardzie wypoczynku.

---

<sup>5</sup> J. S. Zegar, Kwestia dochodów chłopskich. W: Ubezpieczenia w rolnictwie. Materiały i Studia, 1(13), Warszawa.

<sup>6</sup> [www.agroturystyka.pl](http://www.agroturystyka.pl)

Znaczenie agroturystyki<sup>7</sup> i turystyki wiejskiej<sup>8</sup> jako alternatywnej formy wypoczynku systematycznie wzrasta. Liczba miejsc noclegowych w polskich gospodarstwach agroturystycznych zwiększyła się z 5,5 tys. w 1998 r. do 9,6 tys. w 2002 roku. Porównując tylko lata 2000 i 2001 można zaobserwować, że z roku na rok wzrasta liczba obiektów noclegowych (również zwiększeniu uległa liczba miejsc noclegowych) i to w większości województw. Na przykład w województwie mazowieckim liczba obiektów noclegowych wzrosła z 14 do 20, w województwie łódzkim z 11 do 60, podlaskim z 32 do 58, wielkopolskim z 65 do 154, dolnośląskim z 68 do 121, podkarpackim z 73 do 110. Najwięcej gospodarstw oferujących usługi agroturystyczne znajduje się w województwie małopolskim, podkarpackim, pomorskim, dolnośląskim, lubelskim i wielkopolskim<sup>9</sup>.

Jednak z rosnącej liczby obiektów i miejsc noclegowych oraz na podstawie prowadzonych badań dotyczących tego zagadnienia należy przypuszczać, że zdecydowana większość właścicieli gospodarstw agroturystycznych będzie rozszerzała swoją działalność w celu zwiększenia udziału dochodu z agroturystyki w dochodzie osobistym.

Rozwój agroturystyki jest również świetną alternatywą dla wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Z jej rozwoju wynika szereg korzyści społecznych, mianowicie:

- wzrost aktywności społeczności wiejskiej,
- integracja środowiska wiejskiego,
- rozwój samorządności lokalnej,
- zachowanie dziedzictwa kulturowego oraz wzrost zainteresowania nim,
- promocja wzajemnych relacji między turystami a mieszkańcami wsi i kontakt z innymi wzorcami kulturowymi,
- rozwój osobowy mieszkańców wsi i poprawa jakości życia społeczności wiejskiej [za W. Krupińska]<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> Agroturystyka to działalność polegająca na wynajmowaniu turystom nie więcej niż 5 pokoi gościnnych w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwach rolnych uzyskujących co najmniej 50% dochodów z działalności rolniczej. Jest związana z funkcjonującym gospodarstwem rolnym, pozwala na integrację ludzi z różnych środowisk [Sala, 2005, s. 54].

<sup>8</sup> Turystyka wiejska to działalność prowadzona przez gospodarstwa uzyskujące mniej niż 50% dochodów z działalności rolniczej, polegająca na świadczeniu usług hotelarskich lub na wynajmowaniu więcej niż 5 pokoi gościnnych w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwach rolnych oraz na wynajmowaniu sprzętu turystycznego, prowadzeniu pól namiotowych, campingów i świadczeniu innych usług turystycznych i rekreacyjnych [Sala, 2005, s. 54].

<sup>9</sup> S. Sala, Agroturystyka i turystyka wiejska w Polsce w obliczu integracji europejskiej. W: E. Pałka: Funkcje obszarów wiejskich. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce, 2005.

<sup>10</sup> W. Krupińska, Wybrane czynniki rozwoju działalności agroturystycznej w procesie dywersyfikacji gospodarstw rolnych. W: M. Kłodziński, W. Dzuna. Rolnictwo a rozwój gospodarstw rolnych. IRWiR PAN, Warszawa 2005.



## **Warunki rozpoczęcia działalności gospodarczej w zakresie agroturystyki w Polsce**

Przepisy prawne ściśle określają i definiują pojęcie działalności gospodarczej i przedsiębiorcy. Jednak uznanie świadczenia usług agroturystycznych jako działalności gospodarczej nakładałoby na rolnika szereg obowiązków. W szczególności są to :

- wpis do ewidencji działalności gospodarczej,
- uzyskanie numeru REGON,
- założenie konta bankowego,
- zgłoszenie działalności gospodarczej w urzędzie skarbowym,
- zgłoszenie działalności gospodarczej w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych,
- zgłoszenie działalności gospodarczej w państwowej Inspekcji Pracy,
- zgłoszenie działalności gospodarczej w Państwowej Inspekcji sanitarnej (w przypadku prowadzenia działalności gastronomicznej lub sprzedaży artykułów spożywczych)<sup>11</sup>.

Ułatwieniem w ramach świadczenia usług agroturystycznych (warunkiem jest działające gospodarstwo rolne) jest art. 3 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, mianowicie przepisów tej ustawy nie stosuje się do działalności wytwórczej w rolnictwie w zakresie upraw rolnych oraz chowu i hodowli zwierząt, ogrodnictwa, warzywnictwa, leśnictwa i rybactwa śródlądowego, a także wynajmowania pokoi, sprzedaży posiłków domowych i świadczenia w gospodarstwach rolnych innych usług związanych z pobytem turystów. Rolnicy mogą prowadzić dodatkową działalność usługową w ramach gospodarstwa rolnego. Wiąże się to również z obowiązkiem podatkowym, który w przypadku działalności agroturystycznej jest złożony i obszerny.

Rolnicy mogą jednak skorzystać ze zwolnienia z płacenia podatku dochodowego od osób fizycznych zgodnie z art.21 pkt 43 ustawy o podatku dochodowym z tytułu wynajmowania pokoi gościnnych przez osoby, które spełniają pewne warunki:

- budynki mieszkalne, w których wynajmowane są pokoje należą do gospodarstwa rolnego,
- pokoje wynajmują osobom przebywającym na wypoczynku, zwolnienie nie dotyczy wynajmu pokoi na stałe,
- wynajmowane pokoje znajdują się w budynkach mieszkalnych, nie podlegają zwolnieniu z podatku dochody uzyskiwane z wynajmowania domków turystycznych, a także pomieszczeń w budynkach np. gospodarczych adaptowanych na cele usługowe,
- budynki mieszkalne, w których wynajmowane są pokoje muszą być położone na terenach wiejskich, poza granicami miast,

---

<sup>11</sup> [www.bankier.pl](http://www.bankier.pl)

- liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza pięciu, jednak zwolnienie nie obejmuje odrębnie wynajmowanego miejsca pod ustawienie przyczep i namiotów, także w obrębie działki siedliskowej, a tym bardziej odrębnych pól namiotowych.

Dodatkowo zwolnienie obejmuje wszystkie osoby spełniające powyższe warunki, nawet jeżeli osiągają dodatkowe dochody z innych działalności np. handlowej. Zwolnienie obejmuje także dochody uzyskane z tytułu wyżywienia gości mieszkających w wynajmowanych pokojach<sup>12</sup>. Inne formy podatku jak: podatek dochodowy w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych, karta podatkowa, czy rozliczanie na zasadach ogólnych i podatek od towarów i usług wydają się mało atrakcyjne dla rolników.

Rolnicy, którzy prowadzą działalność gospodarczą pozarolniczą nie muszą należeć do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych (ZUS) w ramach ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego a nadal mogą być ubezpieczeni w Kasie Rolniczych Ubezpieczeń Społecznych (KRUS).

Muszą jednak spełnić pewne warunki:

- złożyć w kasie oświadczenie o kontynuowaniu ubezpieczenia w terminie 14 dni od dnia rozpoczęcia wykonywania pozarolniczej działalności gospodarczej,
- nadal prowadzić działalność rolniczą lub stale pracować w gospodarstwie rolnym, lub dziale specjalnym,
- nie być pracownikiem i nie pozostawać w stosunku służbowym,
- nie mieć ustalonego prawa do emerytury lub renty albo świadczeń z ubezpieczeń społecznych,
- kwota należnego podatku dochodowego z poprzedni rok podatkowy z pozarolniczej działalności gospodarczej nie przekracza w 2006 roku po zwaloryzowaniu 2643 zł.

Niezachowanie terminu złożenia oświadczenia o rozpoczęciu wykonywania działalności jest równoznaczne z ustaniem ubezpieczenia KRUS i ubezpieczenia w ZUS.

Jednak rolnicy, którzy prowadzą działalność określoną w art. 3 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej nie podlegają warunkom<sup>13</sup>.

### **Pomocowe fundusze inwestycyjne – wsparcie przedsięwzięć turystycznych na lata 2007-2013**

Na rozwój jednego z najbardziej rozwojowych sektorów gospodarki, czyli na rozwój turystyki Polska przeznaczy w latach 2007-2013 osiemdziesiąt mld euro, dokładnie na realizację Narodowej Strategii Spójności. Wsparcie przedsięwzięć turystycznych przewidywane jest w ramach dwóch priorytetów. Priorytetu 4: Inwestycje – Działanie 4.5. Inwestycje w produkty turystyczne

---

<sup>12</sup> [www.agroturystyka.pl](http://www.agroturystyka.pl)

<sup>13</sup> Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, Prawo działalności gospodarczej z dnia 19 listopada 1999 r. oraz ustawy, które regulują zagadnienia podatkowe i związane z ubezpieczeniem.

o znaczeniu ponadregionalnym; Priorytetu 6. Polska gospodarka na rynku międzynarodowym – Działanie 6.3. Promocja turystycznych walorów Polski.

Szczególnie dla rolników, ich małżonków lub domowników – w rozumieniu ustawy o ubezpieczeniu rolników, przewidziana jest również pomoc w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013 „Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej„.

W ramach tego programu zaproponowano koncentrację środków między innymi na działania:

1 - różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej. Celem tego działania jest poprawa jakości życia na obszarach wiejskich, przez promowanie dywersyfikacji działalności i tworzenie pozarolniczych źródeł dochodów i łagodzenie skutków bezrobocia, oraz na działanie 3 -Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw. Beneficjentami są osoby fizyczne, prawne lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, prowadzące działalność jako mikroprzedsiębiorstwo zatrudniające poniżej 10 osób i mające obrót nieprzekraczający równowartości w zł 2 mln euro.

Zakres pomocy obejmuje jednostki, które podejmują lub rozwijają działalność w zakresie:

- usług dla gospodarstw rolnych lub leśnictwa,
- usług dla ludności,
- drobnej wytwórczości, rzemiosła lub rękodzielnictwa,
- robót i usług budowlanych oraz instalacyjnych,
- usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem,
- usług transportowych,
- usług komunalnych,
- przetwórstwa produktów rolnych lub jadalnych produktów leśnych,
- magazynowania lub przechowywania towarów,
- wytwarzania materiałów energetycznych z biomasy,
- rachunkowości, doradztwa lub usług informatycznych<sup>14</sup>.

## **Podsumowanie**

Agroturystyka oraz łącząca się z nią ekoturystyka są ogromną szansą na pozyskiwanie dodatkowych źródeł dochodu dla rolników i ich rodzin, dodatkowo wpływa na zwiększanie atrakcyjności regionów i ożywienie gospodarki. Jak wskazuje szereg badań głównym motywem podejmowana decyzji o rozpoczęciu działalności agroturystycznej w gospodarstwie jest poszukiwanie dodatkowego źródła dochodu przez właścicieli gospodarstw rolnych oraz ich rodziny. Rozwojowi agroturystyki i turystyki wiejskiej sprzyja korzystny system

---

<sup>14</sup> [www.minrol.pl](http://www.minrol.pl)

podatkowy i ubezpieczeń społecznych, jak również możliwość korzystania z funduszy UE i różnego rodzaju dofinansowań. Zaznaczyć należy, że rozwój agroturystyki i turystyki wiejskiej zależeć będzie głównie od poprawy infrastruktury wiejskiej i podniesienia standardu kwater, jak również rozszerzenia oferty usług towarzyszących.

### **Literatura**

- Floriańczyk Z.: Wpływ instrumentów wspólnej polityki rolnej na poziom dochodów rolników w Polsce. IERiGŻ-PIB Warszawa, 2006.
- Pałka E.: Funkcje obszarów wiejskich. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce, 2005.
- Krupińska W.: Wybrane czynniki rozwoju działalności agroturystycznej w procesie dywersyfikacji gospodarstw rolnych. W: M. Kłodziński, W. Dzuna. Rolnictwo a rozwój gospodarstw rolnych. IRWiR PAN, Warszawa 2005.
- Sala S.: Agroturystyka i turystyka wiejska w Polsce w obliczu integracji europejskiej. W: E. Pałka: Funkcje obszarów wiejskich. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce, 2005.
- Spychalski G.: Mezoekonomiczne aspekty kształtowania rozwoju obszarów wiejskich. IRWiR PAN, Warszawa 2005.
- Witkowski K.: Ekologiczne gospodarstwa rolne jako czynnik zróżnicowanego rozwoju obszarów wiejskich. W: M. Kłodziński, W. Dzuna : Rolnictwo a rozwój obszarów wiejskich. IRWiR PAN, Wydział Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej, Akademia Rolnicza w Poznaniu, Warszawa 2005.
- Zegar J. S.: Kwestia dochodów chłopskich. W: Ubezpieczenia w rolnictwie. Materiały i Studia, 1(13), Warszawa 2003.
- [www.agroturystyka.pl](http://www.agroturystyka.pl)
- [www.ekoglob.most.org.pl](http://www.ekoglob.most.org.pl)
- [www.minrol.pl](http://www.minrol.pl)

### **Streszczenie**

Prezentowany tekst przedstawia zagadnienie agroturystyki na obszarach wiejskich. Autorka skupiła się nad analizą sytuacji społeczno – ekonomicznej na wsi i ukazała możliwości rozwoju tej działalności pozarolniczej jako alternatywy w poprawie dochodów rolników.

### **Summary**

The presented text shows problem agrotourist and rural tourism on rural areas. Author has concentrated in analysis of socio-economic situation on rural areas and presents agrotourist and rural tourism as a change to an upswing in economic activity.

**Lucyna Przezbórska**

Akademia Rolnicza im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu

## **Agroturystyka i turystyka wiejska w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich Wielkopolski**

### **Wstęp**

Pojęcia takie jak: wielofunkcyjność, wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich czy wielofunkcyjne rolnictwo są pojęciami bardzo szerokimi, odnoszącymi się do różnych wymiarów wsi i rolnictwa, stąd też często rozumiane są i interpretowane w różny sposób. Według Adamowicza<sup>1</sup> „wielofunkcyjność może być rozpatrywana w wąskim i poszerzonym zakresie(...) na poziomie rolnika, gospodarstwa rolnego, rolnictwa jako sektora lub działu wytwórczego czy określonego terytorium”. Stąd też na ogół funkcjonują równoległe dwa pojęcia: „wielofunkcyjne rolnictwo” i „wielofunkcyjne obszary wiejskie”.

Wielofunkcyjność rolnictwa związana jest z zadaniami, jakie pełni ono w stosunku do środowiska naturalnego i z jego wpływem na jakość krajobrazu wiejskiego (funkcje środowiskowo-przestrzenne), odpowiedzialnością rolnictwa za produkcję żywności o wysokiej jakości (funkcje produkcyjne) oraz wkładem rolnictwa w utrzymanie produktywności zasobów ziemi i środowiska naturalnego i społecznego dla potrzeb rozwoju społeczno-gospodarczego (funkcje usługowe)<sup>2</sup>. Wielofunkcyjne rolnictwo wytwarza więc, oprócz produktów żywnościowych i surowców dla przemysłu przetwórczego, inne produkty, towary i usługi, na które występuje zapotrzebowanie społeczne<sup>3</sup>. Zwykle taka dywersyfikacja działalności wynika z konieczności lepszego wykorzystania zasobów czynników produkcji (ziemi, pracy i kapitału) lub z konieczności zmniejszenia ryzyka produkcyjnego w rolnictwie i wahań dochodów rolniczych<sup>4</sup>.

Wielofunkcyjny rozwój wsi lub obszarów wiejskich przyczynia się do tego, że obszary te przyjmują i coraz powszechniej spełniają inne funkcje niż rolnicze, tj.: funkcje mieszkalne (rezydualne), turystyczne, przemysłowe, czy też inne funkcje usługowe<sup>5</sup>. W ten sposób wieś przestaje być miejscem zamieszkanym

---

<sup>1</sup> M. Adamowicz, Przesłanki rozwoju wielofunkcyjności rolnictwa i zmian we współczesnej polityce rolnej, [w:] Zagadnienia ekonomiki rolnej, 1(302)/2005, s.17-32, KER PAN, IERGŻ, SER PTE, Warszawa, 2005.

<sup>2</sup> M. Adamowicz, Przesłanki rozwoju... op. cit., Klepacka D.: Wielofunkcyjność jako koncepcja legitymująca wsparcie rolnictwa i obszarów wiejskich w UE, [w:] Wieś Jutra, 12(101)/2006, s.20, Wyd. Wieś Jutra, Warszawa, 2006.

<sup>3</sup> M. Adamowicz, Przesłanki rozwoju... op. cit.

<sup>4</sup> D. Klepacka, Wielofunkcyjność jako koncepcja... op. cit.

<sup>5</sup> D. Klepacka, Wielofunkcyjność jako koncepcja... op. cit.

przez tradycyjnych chłopów, w którym wytwarza się surowce rolne, a staje się integralnie powiązaną częścią gospodarki narodowej, obszarem, gdzie żyją ludzie związani zarówno z rolnictwem, jak i pozarolniczymi dziedzinami życia<sup>6</sup>. W literaturze wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich utożsamiany jest także z procesem aktywizacji wsi i dywersyfikacji działalności gospodarczej. Zgodnie z taką koncepcją rozwoju wielofunkcyjnego, przyszłość ludności wiejskiej związana jest nie tylko z rolnictwem, ale również z alternatywnymi dla niego działaniami gospodarki<sup>7</sup> oraz poszukiwaniem alternatywnych źródeł zarobkowania w zawodach związanych z otoczeniem rolnictwa i różnorodności form dochodowego wykorzystania wiejskich zasobów czynników wytwórczych<sup>8</sup>. Idea wielofunkcyjności zazwyczaj pojawia się także w kontekście zmniejszającej się roli rolnictwa w gospodarce narodowej<sup>9</sup>. Według Kłodzińskiego<sup>10</sup> wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich nie może oznaczać wyłącznie tworzenia nowych miejsc pracy na wsi. Strategia takiego rozwoju polega bowiem na większym zróżnicowaniu całej gospodarki obszarów wiejskich, a tym samym odejściu od monofunkcyjności, polegającej głównie na produkcji surowców rolniczych.

Powstanie i rozwój koncepcji wielofunkcyjnego rozwoju rolnictwa i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich wynikało z kilku przyczyn<sup>11</sup>:

1. Model monofunkcyjnego rozwoju terenów wiejskich i lokowania działalności pozarolniczej tylko w miastach okazał się niekorzystny ze względu na narastanie kryzysu mieszkaniowego, wyludnianie niektórych terenów wiejskich i deformację struktur demograficznych.
2. Na wsi powstał wysoki poziom bezrobocia trudnego do zwalczenia.
3. Istnieje ścisła zależność między modernizacją rolnictwa a wielofunkcyjnym rozwojem obszarów wiejskich: siła robocza uwalniana w procesie modernizacji rolnictwa powinna być wykorzystana w innych działach pozarolniczych.
4. Istnienie barier produkcyjnych i dochodowych w rolnictwie wymusza poszukiwanie alternatywnych, głównie pozarolniczych, możliwości zarobkowania.

---

<sup>6</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich w Polsce i w krajach UE*, Wyd. SGGW, Warszawa, 1997.

<sup>7</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój...* op. cit.

<sup>8</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój...* op. cit., Kamiński W.: *Warianty wielofunkcyjnego rozwoju wsi – uwarunkowania przestrzenne*, [w:] *Wielofunkcyjny rozwój wsi w aspekcie przewyższania przeludnienia agrarnego*, ZN AR im. H. Kołłątaja w Krakowie, nr 295, Sesja Naukowa z. 43, s.19-25, Wyd. AR w Krakowie, 1995; Borkowski J.: *Obszary wiejskie – niewykorzystany potencjał rozwojowy*, [w:] *Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J. red. Przyszłość wsi polskiej. Wizje, strategie, koncepcje*, s.33-41, ISP, Warszawa, 2001.

<sup>9</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój...* op. cit., *Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J.: Przyszłość wsi polskiej*, [w:] *Kolarska-Bobińska, Rosner A., Wilkin J. red. Przyszłość wsi polskiej. Wizje, strategie, koncepcje*, s.11-29, ISP, Warszawa, 2001.

<sup>10</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój...* op. cit.

<sup>11</sup> M. Kłodziński, *Wielofunkcyjny rozwój...* op. cit., Heller J.: *Regionalne i lokalne zróżnicowanie potencjału społeczno-ekonomicznego obszarów wiejskich w Polsce*, [w:] *Zag. Doradztwa Roln.*, nr 4(27)/2000, s.16-25, KCDRRiOW, Poznań, 2000.

Podstawowymi elementami wielofunkcyjnego rozwoju wsi i obszarów wiejskich są<sup>12</sup>:

1. rolnicza działalność produkcyjna,
2. działalność pozarolnicza, związana bezpośrednio z rolnictwem:
  - a. zaopatrzenie w materiały i środki produkcji,
  - b. usługi produkcyjne (np. mechanizacyjne, remontowo-budowlane, w zakresie ochrony roślin, itp.),
  - c. skup, magazynowanie, transport, handel produktami rolnymi,
  - d. agroturystyka.
3. działalność pozarolnicza, nie związana bezpośrednio lub w ogóle z rolnictwem, w tym:
  - a. turystyka wiejska (w tym także organizacja wypoczynku, urlopów, gastronomia, hotelarstwo),
  - b. gospodarka leśna,
  - c. pielęgnacja krajobrazu i ochrona środowiska,
  - d. wszelkie inne działalności produkcyjne i usługowe nie związane z rolnictwem.

Procesy rozwoju wielofunkcyjnego obszarów wiejskich przebiegają w dwóch kierunkach: jako dopływ idei, kapitału, koncepcji i rozwiązań organizacyjnych z zewnątrz oraz jako rozwój lokalnej przedsiębiorczości oraz gospodarczej aktywności mieszkańców wsi<sup>13</sup>.

Według Kłodzińskiego<sup>14</sup> rozwój wielofunkcyjny zależy przede wszystkim od uwarunkowań ekonomicznych, tj.: efektywności rolnictwa, wydajności pracy, wzrostu poziomu produkcji, poprawy struktury obszarowej gospodarstw, stworzenia nowych miejsc pracy na terenach małych miast i wsi, w tym zatrudnienia pozarolniczego, przeciwdziałania migracji ludności do miast i wyludnianiu się regionów, nowych form aktywności gospodarczej i tzw. efektu mnożnikowego tych działań. Rozwój obszarów wiejskich jest zdeterminowany przez bardzo wiele czynników, między innymi poprzez położenie gminy i tzw. rentę położenia, strukturę gospodarki, rangę i charakter rolnictwa w rozwoju mikroregionu, stan infrastruktury, sytuację demograficzną i poziom bezrobocia, strukturę społeczno-zawodową, stosunki własności i zasoby kapitału, sprawność instytucji wiejskich, postawy społeczne (skłonność do przedsiębiorczości) oraz cechy społeczno kulturowe społeczności lokalnych. Uważa się, że rozwojowi działów alternatywnych na terenach wiejskich może także sprzyjać struktura obszarowa gospodarstw rolnych (gospodarstwa średnioobszarowe) i niewykorzystane zasoby, zarówno pracy, jak i kapitału (w tym zasoby

---

<sup>12</sup> W. Kamiński, Warianty wielofunkcyjnego rozwoju... op. cit.

<sup>13</sup> J. Heller, Regionalne i lokalne zróżnicowanie... op. cit.

<sup>14</sup> M. Kłodziński, Wielofunkcyjny rozwój... op. cit.

mieszkaniowe)<sup>15</sup>. Zdaniem Kamińskiego<sup>16</sup> rozwój wielofunkcyjny jest determinowanych przez pięć głównych grup czynników: demograficzne (np. liczba i struktura ludności, gęstość zaludnienia, migracje, dwuzawodowość, bezrobocie, kwalifikacje i wykształcenie ludności, itp.), przyrodnicze (zasoby ziemi, jakość gleb, klimat, rzeźba terenu, lesistość, wartości krajobrazowe, itd.), kapitałowe, infrastrukturalne (głównie infrastruktura techniczna i społeczna) i pozostałe (zwłaszcza związane z polityką regionalną państwa, położeniem regionu, strukturą agrarną i własnościową). Wszystkie wymienione czynniki wpływają stymulująco lub hamująco na wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich, ale także na podejmowanie i funkcjonowanie przedsięwzięć turystycznych, które stanowią element rozwoju wielofunkcyjnego.

W niniejszym opracowaniu wielofunkcyjność obszarów wiejskich Wielkopolski analizowano na podstawie danych wtórnych pochodzących ze źródeł publikowanych i niepublikowanych: Głównego Urzędu Statystycznego (Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań, Powszechnego Spisu Rolnego, roczników statystycznych i innych opracowań GUS oraz US w Poznaniu i US w Olsztynie), Departamentu Turystyki w Ministerstwie Gospodarki, Instytutu Turystyki, Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” oraz Wielkopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Poznaniu.

### **Obszary wiejskie<sup>17</sup> Wielkopolski a warunki dla rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej**

Obszary wiejskiej Wielkopolski zajmują powierzchnię 2833,7 tys. ha, czyli 95,0% ogółu obszaru województwa i zamieszkuje je 1446,9 tys. osób, czyli 42,9% ogółu ludności regionu. W ostatnich latach zarówno udział, jak i liczba tej ludności zwiększa się (np. w latach 2000-2005 liczba ludności wiejskiej zwiększyła się o 37,7 tys. osób, a jej udział w liczbie ludności ogółem wzrósł o 0,8 pkt. procentowych). Jednocześnie na terenach wiejskich powoli zwiększa się przeciętna gęstość zaludnienia, która w 2005r. wynosiła około 51 osób na 1 km<sup>2</sup> (w 2000r. wynosiła 50 osób / 1km<sup>2</sup>), z dość znacznym zróżnicowaniem przestrzennym, wahając się od 22 osób / 1 km<sup>2</sup> w powiecie złotowskim do 91 osób / 1 km<sup>2</sup> w powiecie poznańskim. Słabiej zaludnione są w szczególności powiaty północno-zachodnie. Jednocześnie charakteryzują się one gorszymi warunkami dla prowadzenia działalności rolniczej (słabsze gleby), większą lesistością, słabiej rozwiniętą infrastrukturą oraz słabszym rozwojem sfery produkcyjno-usługowej.

---

<sup>15</sup> A. P. Wiatrak, Czynniki określające rozwój turystyki na obszarach wiejskich, [w:] Problemy Turystyki nr1/2(67/68)/1995, s. 15-24, IT, Warszawa, 1995; Kłodziński M.: Wielofunkcyjny rozwój... op. cit.

<sup>16</sup> W. Kamiński, Warianty wielofunkcyjnego rozwoju... op. cit.

<sup>17</sup> Opracowanie na podst.: Charakterystyka obszarów wiejskich w 2005r., GUS, US w Olsztynie, Olsztyn, 2006.



Woj. wielkopolskie charakteryzuje się dobrze rozwiniętym rolnictwem, o większej niż przeciętna dla Polski intensywności, zwłaszcza w przypadku produkcji zwierzęcej, a w szczególności chowu trzody chlewnej, której pogłowie stanowi blisko  $\frac{1}{4}$  część pogłowie krajowego. Duża intensywność produkcji trzody chlewnej, wyrażająca się między innymi obsadą trzody chlewnej na 100 ha gruntów ornych (w szczególności rejon: poznański, leszczyński, kaliski i pilski), z pewnością nie jest czynnikiem sprzyjającym rozwojowi agroturystyki (w 2005r. wynosiła ona 300,6 szt. / 100 ha gruntów ornych, podczas gdy średnia obsada w Polsce wynosiła 145 szt. / 100 ha gruntów ornych).

Wielkopolska jest także regionem o dużych zasobach ziemi wykorzystywanej rolniczo. Niemal 1,8 mln ha, czyli 64,0% obszaru województwa stanowią użytki rolne. Stanowią one bogactwo regionu, choć warunki glebowe, klimatyczne i zasoby wodne należą do przeciętnych. Wysokie wyniki produkcji rolniczej są w głównej mierze wynikiem wysokiej kultury rolnej i poziomu gospodarowania. Struktura upraw jest dość zróżnicowana, dominują zboża, ponadto uprawia się buraki cukrowe i rzepak, w ostatnich latach wyraźnie zmniejszyła się powierzchnia uprawy ziemniaków. Większy niż średnio w kraju jest także obszar uprawy warzyw, np. w rejonie leszczyńskim, w okolicach Poznania i Kalisza, natomiast w okolicach Konina rozwinęło się sadownictwo i uprawy warzyw. Dobrze rozwinięta gospodarka, obejmująca intensywne rolnictwo, powoduje czasem degradację środowiska przyrodniczego z punktu widzenia możliwości jego wykorzystania dla rozwoju turystyki. Z drugiej strony zróżnicowanie produkcji rolniczej może być jednym z czynników sprzyjających rozwojowi agroturystyki.

Szybko rozwijająca się uprawa szparagów, pieczarek i żywności ekologicznej (w 2005r. w woj. wielkopolskim działały 123 gospodarstwa ekologiczne i liczba ta szybko się zwiększa), a także powstawanie gospodarstw łowieckich i hodowla koni są przejawami rozwoju wielofunkcyjnego rolnictwa, które z kolei sprzyja powstawaniu gospodarstw agroturystycznych i rozwojowi obszarów wiejskich. Charakterystyczną cechą wielkopolskiego rolnictwa jest także hodowla koni. W woj. wielkopolskim jest najwięcej w kraju stadnin koni i stad ogierów. Znajduje się tu 10 stadnin, co stanowi aż  $\frac{1}{4}$  wszystkich tego typu obiektów w kraju. Hodowla koni ma wieloletnią tradycję w Racocie (pow. kościański), w Pępowie (pow. gostyński), w Golejewku (pow. rawicki), w Iwnie (pow. poznański), w Posadowie (pow. nowotomyski) i w Sierakowie (jeden z najstarszych obiektów w Polsce – zał. w 1829r., pow. międzychodzki). Hodowane są przede wszystkim konie krwi angielskiej, natomiast w Racocie prowadzi się eksperymentalnie hodowlę konika polskiego - tarpana. Ponadto niektóre obiekty mają swoje siedziby w wielkopolskich pałacach i dworach (np. Czarniejewo, Golejewko, Racot). Jazdę konną oferuje także wiele gospodarstw agroturystycznych, liczne szkółki jeździeckie i pensjonaty. Turystyka jeździecka,

będąca formą turystyki kwalifikowanej i ściśle powiązana z agroturystyką, może być konkurencyjna zarówno w skali kraju, jak i regionów przyległych. Jakkolwiek czynnikiem niesprzyjającym może być niedostateczna liczba oznakowanych tras konnych<sup>18</sup>.

W strukturze władania ziemią dominuje własność prywatna. Do rolników indywidualnych należy 83,4% powierzchni użytków rolnych, a przeciętna wielkość gospodarstwa jest większa niż średnia w kraju i wynosi 10,5ha (średnia wielkość gospodarstwa w Polsce wynosi 6,71ha), a gospodarstwa rolne - powyżej 10 ha, stanowią ponad 25% ogółu (najwięcej w rejonie pilskim). Wielkopolskie obszary wiejskie są na ogół dobrze wyposażone w urządzenia infrastruktury technicznej i społecznej, choć w skali regionu występuje dość duże zróżnicowanie. Wszystko to wskazuje na dobrą sytuację ekonomiczną i tendencje rozwojowe wielu gospodarstw. Mimo to coraz mniej osób pracuje w rolnictwie i coraz więcej gospodarstw rolnych na terenach wiejskich utrzymuje się nie tylko ze źródeł rolniczych (w 2002r. 29,7 tys. gospodarstw rolnych prowadziło działalność pozarolniczą). W 2005r. ponad 11,9 tys. indywidualnych gospodarstw rolnych, czyli 6,7% ogółu gospodarstw, uzyskiwało ponad 50% dochodów z działalności pozarolniczej (w całym kraju było to około 4,8% ogółu indywidualnych gospodarstw rolnych). Najczęściej prowadzono działalność w zakresie handlu i przetwórstwa przemysłowego, ponadto budownictwa, transportu oraz rybactwa i rybołówstwa. Wielofunkcyjny rozwój wsi w zakresie infrastruktury otoczenia rolnictwa i powstawanie na terenach wiejskich mikro, małych i średnich firm może sprzyjać zagospodarowaniu nadwyżki osób odchodzących z rolnictwa.

W Strategii rozwoju turystyki...<sup>19</sup> opracowanej dla woj. wielkopolskiego uznano, że agroturystyka i turystyka wiejska w niektórych rejonach Wielkopolski, zwłaszcza charakteryzujących się niskotowarowym, tradycyjnym rolnictwem, może stanowić ważny czynnik rozwoju tych obszarów. Jakkolwiek stwierdzono, że ze względu na strukturę i poziom rozwoju rolnictwa w tym regionie oraz stopień przeobrażenia krajobrazu naturalnego<sup>20</sup>, a także odległość od dużych miast, korzystne warunki do agroturystyki występują tylko na określonych terenach, między innymi w takich powiatach, jak: czarnkowsko-trzcianecki, międzychodzki, wolsztyński i złotowski oraz chodzieski, gnieźnieński, grodziski, kościański, leszczyński, nowotomyski, obornicki, ostrzeszowski, pilski, rawicki, słupecki, szamotulski, śremski i wągrowiecki. Uznano także pewną specyfiką województwa wielkopolskiego jest rozwój turystyki na obszarach wiejskich nie koniecznie związany z pobytami w gospodarstwach rolnych, lecz ze względu na pewne

<sup>18</sup> Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim (projekt), WOT, IT, 2006.

<sup>19</sup> Strategia rozwoju turystyki... op. cit.

<sup>20</sup> Według Strategii rozwoju turystyki... (op. cit.) barierą rozwojową turystyki, mimo dobrych warunków środowiskowych, może być degradacja środowiska w okolicach Śmiłowa, spowodowana przez działalność zakładu utylizacji odpadów zwierzęcych czy środowisko naturalne wsch. Wielkopolski mocno przekształcone przez odkrywkowe kopalnie węgla brunatnego.

unikatowe walory środowiskowo-kulturowe. Przykładem tego może być Agroekologiczny Park Krajobrazowy im. generała Dezyderego Chłapowskiego, utworzony na obszarach wiejskich między innymi w celu ochrony krajobrazu rolniczego o dużej wartości kulturowej.

W Strategii rozwoju turystyki...<sup>21</sup> dokonano, metodą bonitacji punktowej, syntetycznej oceny potencjału (walorów i / lub zasobów) powiatów woj. wielkopolskiego dla rozwoju agroturystyki. Określono, że najlepsze warunki dla rozwoju agroturystyki mają 4 powiaty położone na zachodzie regionu, tj.: wolsztyński, międzychodzki, czarnkowsko-trzcianecki i złotowski. Słabszym potencjałem rozwojowym dysponują powiaty zlokalizowane w centralnej, wschodniej i południowo-wschodniej części województwa. Nie oznacza to jednak, że zostały one zdyskwalifikowane dla rozwoju agroturystyki.

Według ekspertów opracowujących Strategię rozwoju turystyki<sup>22</sup>, agroturystyka w Wielkopolsce jest tą formą turystyki, która przy odpowiednich działaniach może być konkurencyjna nie tylko w skali regionalnej, ogólnokrajowej, ale nawet międzynarodowej. Jednak poza wynajmem kwater, powinna ona przedstawiać ofertę także dla innych klientów, np. dla turystów biznesowych, organizując spotkania folklorystyczne połączone z występami zespołów ludowych, a także przyjęcia ludowe w gospodarstwach, oparte na miejscowym produkcie turystycznym. Ponadto niewykorzystany wydaje się jeszcze potencjał kulinarny regionu. Podobnie jak w innych regionach kraju, w Wielkopolsce mógłby zostać stworzony szlak jadła wielkopolskiego. Dziedzictwo kulinarne regionu ma bogate zaplecze w postaci tradycyjnych produktów, np. serek twarogowy kozi witołdowski, borowik wielkopolski, ogórek kiszony „osiecki”, piwo noteckie, wielkopolska wieprzowina złotnicka, kiełbasa jałowcowa rokietnicka, pierogi z Wargowa, półgęski wędzone, „Andrutki Kaliskie”. Gospodarstwa powinny więc w większym stopniu wykorzystywać potencjał obszarów wiejskich, na których funkcjonują.

Ze względu na wysoką atrakcyjność wiejskiej przestrzeni turystycznej, walory przyrodnicze i kulturowe regionu agroturystyka i turystyka wiejska powinny więc być rozwijane, ale przy założeniu ciągłego podnoszenia standardów wiejskiej bazy noclegowej i wzbogacania oferty produktowej agroturystyki.

### **Agroturystyka i turystyka wiejska w Wielkopolsce**

Ze względu na różnorodność obszarów wiejskich Wielkopolski i ich rolniczy charakter, już na początku lat.90. określono ich potencjał dla rozwoju agroturystyki

---

<sup>21</sup> Strategia rozwoju turystyki... op. cit.

<sup>22</sup> Strategia rozwoju turystyki... op. cit.

i turystyki wiejskiej jako znaczny<sup>23</sup>. Najintensywniejszy rozwój tej formy turystyki przypada na lata 90. Pierwsze gospodarstwa agroturystyczne i kwatery turystyki wiejskiej zaczęły powstawać, często z inicjatywy ośrodków doradztwa rolniczego, jako propozycja uzyskania dodatkowych dochodów dla rolników i innych mieszkańców wsi. W latach 1990-1991 funkcjonowało w Wielkopolsce zaledwie 14 gospodarstw agroturystycznych i dysponowały one 80 miejscami noclegowymi. W kolejnych latach następował intensywny przyrost, zarówno liczby kwater, jak i miejsc noclegowych. Największe tempo przyrostu liczby obiektów i miejsc noclegowych w tego typu obiektach turystycznych notowano w latach 1992-1998. W 2000r. w całym regionie było już, według różnych źródeł pomiędzy 200 a 460 gospodarstw świadczących usługi turystyczne na terenach wiejskich i coraz bardziej wzrastało zainteresowanie ludności wiejskiej agroturystyką, przede wszystkim jako źródłem dodatkowego dochodu, ale również ze względu na pojawienie się unijnych źródeł finansowania przedsięwzięć z zakresu agroturystyki (SAPARD, SPO). PSR w 2002r. wykazał, że w woj. wielkopolskim funkcjonowało 307 gospodarstw agroturystycznych prowadzących działalność pozarolniczą wyłącznie w ramach tej jednej sekcji<sup>24</sup>. Stanowiły one około 0,15% ogółu indywidualnych gospodarstw rolnych regionu. W tym samym roku stowarzyszenia agroturystyczne w regionie i ośrodki doradztwa rolniczego podawały, że w Wielkopolsce funkcjonuje około 430 gospodarstw agroturystycznych. W 2006., według GUS i IT, w gminach woj. wielkopolskiego działało 440 kwater agroturystycznych, oferujących 4029 miejsc noclegowych, czyli około 5,4% miejsc noclegowych w kwaterach agroturystycznych w Polsce. Ponadto działały 253 obiekty określane jako pokoje gościnne, dysponujące 4324 miejscami noclegowymi (około 1,4% takich miejsc w Polsce). Eksperti IT podkreślają jednak, że zwłaszcza w grupie pokoi gościnnych, nierejestrowana „szara strefa” może znacznie przewyższać statystyki władz gminnych i obiektów tego rodzaju jest znacznie więcej<sup>25</sup>. Zmiany liczby obiektów i miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych w latach 1990-2006 przedstawia tabela 1, natomiast zmiany dotyczące pokoi gościnnych - tabela 2.

---

<sup>23</sup> Restrukturyzacja rolnictwa i obszarów wiejskich w woj. wielkopolskim, WODR w Poznaniu, Poznań, 2000.

<sup>24</sup> Pozarolnicza działalność gospodarstw rolnych, NSPLiM, PSR, GUS, Warszawa, 2003.

<sup>25</sup> Strategia rozwoju turystyki... op. cit.

Tabela 1. Liczba gospodarstw agroturystycznych<sup>26</sup> w Wielkopolsce, w latach 1990-2006

Lata <sup>1/</sup>	Liczba gospodarstw		Liczba miejsc noclegowych	
	w liczbach bezwzględnych	rok poprzedni=100	w liczbach bezwzględnych	rok poprzedni=100
1990	14	.	80	x
1991	14	100	80	100
1992	20	143	171	214
1993	38	190	330	193
1994	61	161	476	144
1995	91	149	730	153
1996	117	129	1007	138
1997	163	139	1297	129
1998	206	126	1793	138
1999	207	100	1887	105
2000	249	120	2168	115
2001	358	144	3353	155
2002	438	122	4234	126
2003	420	96	4401	104
2004	226	54	2814	64
2005	373	165	3456	123
2006	440	118	4029	117

Źródło: Dane 1/ dla lat 1990-1999 oraz z lat pochodzą z opracowania: Restrukturyzacja rolnictwa i obszarów wiejskich w woj. wielkopolskim, WODR, Poznań, 2000; 2/ dla 2000r. pochodzą z opracowania: Działania w zakresie agroturystyki i turystyki wiejskiej, BI 5/2001, DRW, MRiRW, ARiMR, Warszawa, 2001; 3/ dla lat 2001-2003 pochodzą z WODR w Poznaniu; 4/ dla lat 2004-2005 z opracowania Rozwój wiejskiej bazy noclegowej w Polsce, PFTW „GG” Warszawa, 20.06.2006; 5/ dla 2006r. pochodzą z opracowania: Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006 roku, MG, DT i GUS, Warszawa, 2006.

Agroturystyka jest specyficzną formą turystyki, choć ma wiele cech wspólnych z turystyką wypoczynkową oraz formami turystyki aktywnej. Specyfiką agroturystyki jest to, że rdzeniem produktu agroturystycznego, oprócz walorów środowiskowych, są gospodarstwa rolne i ich otoczenie. W wielofunkcyjnym

<sup>26</sup> W statystykach dotyczących bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania pojawiają się bardzo różne dane dotyczące zarówno kwater agroturystycznych, jak i pokoi gościnnych. Duże zmiany liczby gospodarstw agroturystycznych i oferowanych przez nie miejsc noclegowych pojawiające się z roku na rok nie zawsze wynikają z faktycznych zmian liczebności tych gospodarstw. Na przykład Instytut Turystyki podaje, że w 2004r. liczba gospodarstw agroturystycznych gwałtownie spadła aby w kolejnym roku znacznie wzrosnąć. Natomiast według PFTW „GG” liczba tych obiektów w 2005r. nie tyle wzrosła, co gminy zaczęły bardziej egzekwować przepisy Ustawy o usługach turystycznych i sami usługodawcy zgłaszają swoje obiekty do ewidencji. Ponadto dane dotyczące liczby gospodarstw agroturystycznych i miejsc noclegowych w tych gospodarstwach dla poszczególnych okresów czasu pochodzą z różnych źródeł i stąd pojawiają się pewne rozbieżności dotyczące tych wartości.

rozwoju wsi agroturystyka odgrywa bardzo ważną rolę ze względu na generowanie dodatkowych dochodów w rolnictwie i na wsi, tworzenie nowych miejsc pracy i powstawanie tzw. Efektu mnożnikowego turystyki na terenach wiejskich.

Tabela 2. Liczba pokoi gościnnych<sup>27</sup> w Wielkopolsce, w latach 2000-2006

Lata <sup>1/</sup>	Liczba kwater		Liczba miejsc noclegowych	
	w liczbach bezwzględnych	rok poprzedni=100	w liczbach bezwzględnych	rok poprzedni=100
2000	212	.	7038	.
2004	111	52	2660	38
2005	201	181	3737	140
2006	253	127	4324	116

Źródło: Dane 1/ dla 2000r. pochodzą z opracowania: Działania w zakresie agroturystyki i turystyki wiejskiej, BI 5/2001, DRW, MriRW, AriMR, Warszawa, 2001; 2/ dla lat 2004-2005 z opracowania: Rozwój wiejskiej bazy noclegowej w Polsce, PFTW „GG” Warszawa, 20.06.2006; 3/ dla 2006r. pochodzą z opracowania: Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006r., MG, DT i GUS, Warszawa, 2006.

Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych i pokoi gościnnych funkcjonujących w powiatach województwa wielkopolskiego w 2006r. obrazują dane zamieszczone w tabeli 3. Z analizy wynika, że najwięcej gospodarstw agroturystycznych funkcjonuje w powiatach: międzychodzkiem (49 jednostek), czarnkowsko-trzcieńskim (36 jednostek) i nowotomyskim (35 jednostek), a także po około 20 gospodarstw w powiatach: słupeckim, gnieźnieńskim, złotowskim, wolsztyńskim i konińskim.

Tabela 3. Liczba gospodarstw agroturystycznych i pokoi gościnnych oraz dostępnych w nich miejsc noclegowych według powiatów województwa wielkopolskiego w 2006r.

Powiat	Liczba obiektów		Liczba miejsc noclegowych w:	
	gosp. Agroturyst.	Pokoje gościnnych	gosp. Agroturyst.	Pokojach gościnnych
chodzieski	2	5	15	55
czarnkowsko-trzcieński	36	1	411	92
gnieźnieński	21	4	216	30
gostyński	0	8	0	131
grodziski	13	7	147	231
jarociński	10	6	93	138
kaliski	5	2	21	15

<sup>27</sup> Dane dotyczące pokoi gościnnych, w szczególności dotyczące lat 2004-2006, dotyczą zarówno obszarów miejskich, jak i wiejskich, jakkolwiek Instytut Turystyki zwraca uwagę, że w tej grupie obiektów, nierejestrowana „szara strefa” znacznie przewyższa statystyki gmin, a zjawisko to jest szczególnie charakterystyczne dla dużych miast, gdzie statystyki bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania praktycznie nie istnieją (Strategia rozwoju turystyki... op. cit).

1	2	3	4	5
kępiński	0	4	0	85
kolski	17	7	138	106
koniński	19	48	192	928
kościański	17	6	80	95
krotoszyński	2	3	10	43
leszczyński	6	3	76	33
międzychodzki	49	7	411	72
nowotomyski	35	8	204	141
obornicki	11	11	67	185
ostrowski	4	0	37	0
ostrzeszowski	14	11	191	455
pilski	14	6	123	24
pleszewski	12	7	113	75
poznański	16	34	155	365
rawicki	16	1	71	5
słupecki	22	9	272	251
szamotulski	15	11	134	87
średzki	5	4	40	64
śremski	6	4	57	100
turecki	6	5	56	40
wągrowiecki	16	22	59	350
wolsztyński	20	1	242	8
wrzesiński	10	4	115	75
złotowski	21	4	283	45
RAZEM:	440	253	4029	4324

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych urzędów powiatowych województwa wielkopolskiego, ODR-ów i stowarzyszeń agroturystycznych oraz opracowania: Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006r., MG, DT i GUS 2006.

Słabo rozwija się agroturystyka w powiatach zlokalizowanych na południu regionu: średzkim, śremskim, krotoszyńskim, gostyńskim, kaliskim, ostrowskim i kępińskim. Chociaż liczba gospodarstw agroturystycznych systematycznie i dość szybko wzrasta (o czym świadczą wskaźniki dynamiki liczby gospodarstw i oferowanych przez nie miejsc noclegowych), łącznie stanowią one zaledwie 0,24% ogółu indywidualnych gospodarstw rolnych województwa wielkopolskiego. Zaznaczyć także trzeba, że agroturystyka rozwija się też w powiatach, które w Strategii rozwoju turystyki...<sup>28</sup> określono jako słabiej predestynowane dla

<sup>28</sup> Strategia rozwoju turystyki... op. cit.

rozwoju tej formy turystyki i dysponujące słabszym potencjałem dla jej rozwoju, np. w powiecie konińskim, kolskim czy słupeckim.

W Wielkopolsce funkcjonuje ponad 250 pokoi gościnnych oferujących 4324 miejsca noclegowe. Najwięcej tego typu kwater działa w powiecie konińskim (turystyka pielgrzymkowa w okolicach Lichenia), poznańskim (turystyka targowa i biznesowa) i wągrowieckim (turystyka wypoczynkowa i aktywna). Zauważyć należy także, że gospodarstwa agroturystyczne posiadają przeciętnie mniej miejsc noclegowych niż pokoje gościnne (średnio jedno gospodarstwo agroturystyczne posiada 9 miejsc noclegowych, a jeden obiekt oferujący pokoje gościnne dysponuje 17 miejscami noclegowymi).

Trudno precyzyjnie ocenić, czy w przy takim poziomie rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej można już mówić o zaawansowanym poziomie rozwoju wielofunkcyjności obszarów wiejskich. Biorąc pod uwagę, że zróżnicowanie wykorzystania bazy noclegowej w gospodarstwach agroturystycznych jest bardzo duże, a średnie wykorzystanie miejsc noclegowych wynosi kilkanaście procent (z badań Legienisa<sup>29</sup> wynikało, że w woj. wielkopolskim w 2003r. wynosiło 11,6%), a w pokojach gościnnych na poziomie 20% (w 2003r. wynosiło średnio 21,8%), agroturystyka i turystyka wiejska zaczynają stanowić coraz istotniejsze miejsce pracy i źródło dochodów dla mieszkańców obszarów wiejskich, również poprzez efekt mnożnikowy turystyki.

### **Wielofunkcyjność obszarów wiejskich w Wielkopolsce**

O wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich świadczy, między innymi, rozwój firm pozarolniczych na terenach wiejskich, w szczególności sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. W 1999r. na terenach wiejskich Wielkopolski działało 72,1 tys. podmiotów<sup>30</sup>. Do 2005r. liczba ta wzrosła do 94,1 tys. jednostek, czyli aż o 22 tys. firm. Poziom aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej woj. wielkopolskiego w 2005r., mierzony liczbą podmiotów gospodarczych w rejestrze REGON na 1000 mieszkańców obszarów wiejskich, był dość zróżnicowany przestrzennie, wahając się od 40 w pow. tureckim do 124 w pow. poznańskim (tabela 4). Średnio w woj. wielkopolskim na 1000 mieszkańców obszarów wiejskich przypadało 67 pozarolniczych podmiotów gospodarczych - w 1999r. na 1000 mieszkańców przypadało ich 51<sup>31</sup>. Zdecydowaną większość firm działających

<sup>29</sup> H. Legienis, Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa, 2004.

<sup>30</sup> W. Poczta, L. Przezbórska, Zróżnicowanie regionalne rozwoju pozarolniczej aktywności gospodarczej na terenach wiejskich (ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki i turystyki wiejskiej), [w:] Poczta W., Wysocki F. red. Zróżnicowanie regionalne gospodarki żywnościowej w Polsce w procesie integracji z Unią Europejską, Wyd. AR im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań, 2002.

<sup>31</sup> W. Poczta, L. Przezbórska, Zróżnicowanie regionalne rozwoju... op. cit.



na wsi stanowią osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą (81,2% ogółu przedsiębiorstw na wielkopolskiej wsi).

Tabela 4. Liczba i struktura pozarolniczych podmiotów gospodarki narodowej znajdujących się w rejestrze REGON według wybranych sekcji na terenach wiejskich woj. Wielkopolskiego oraz ich liczba na 1000 mieszkańców obszarów wiejskich w 2005r. (stan w dniu 31.XII)<sup>32</sup>

Powiaty	Ogółem	W tym (w % ogółem):							ogółem na 1000 mieszkańców obszarów wiejskich
		przemysł	budownictwo	handel i naprawy	hotele i restauracje	transport, gospodarka magazynowa i łączność	pośrednictwo finansowe	obsługa nieruchomości	
chodzieski	1212	17,9	10,9	32,8	2,6	6,5	1,6	8,9	60
czarnk.-trzcian.	2608	13,6	11,7	31,3	2,8	6,6	2,3	8,2	57
gnieźniński	2922	11,6	14,3	30,5	2,2	8,0	2,6	11,1	59
gostyński	2316	13,4	14,9	27,5	1,2	4,6	2,8	10,5	53
grodziski	1991	12,5	14,1	28,7	2,8	7,4	1,2	12,0	65
jarociński	2143	10,4	14,9	31,4	2,3	6,4	2,4	11,1	50
kaliski	4430	12,5	9,6	31,1	1,7	5,4	2,1	9,9	56
kępiński	2727	20,9	10,4	31,8	2,8	4,8	1,6	7,8	67
kolski	2470	8,2	11,9	40,4	1,9	6,4	2,8	6,9	45
koniński	4898	8,8	11,5	35,2	3,6	7,5	3,3	7,8	46
kościański	2898	10,1	11,5	23,3	2,0	4,9	1,8	11,0	70
krotoszyński	1464	14,6	13,4	28,6	1,8	4,6	1,0	8,1	48
leszczyński	3963	13,0	14,8	27,1	2,2	5,8	2,3	8,4	87
międzychodzki	1347	15,1	10,8	32,5	3,3	8,2	2,1	7,3	69
nowotomyski	2524	15,3	15,7	28,8	3,3	6,1	2,0	8,0	68
obornicki	2036	16,0	17,4	27,5	2,0	6,3	1,9	9,7	75
ostrowski	4493	13,7	12,3	32,7	1,6	5,7	1,9	8,7	61
ostrzeszowski	2095	19,9	12,6	26,9	2,1	4,8	1,9	6,3	58
pilski	2296	10,5	10,1	34,4	3,0	6,0	2,8	8,8	49
pleszewski	2605	14,4	11,6	34,7	2,0	5,0	2,6	8,6	59
poznański	18515	14,3	12,7	31,3	2,0	5,0	2,6	14,9	124
rawicki	1546	13,2	12,9	28,6	1,8	5,0	1,8	8,7	52
śłupecki	2585	11,0	16,8	28,6	2,9	6,0	3,0	7,5	62

<sup>32</sup> Bez osób prowadzących indywid. gosp. rolne; bez miast na prawach powiatów, tj. Poznania, Kalisza, Konina i Leszna.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
szamotulski	2944	13,4	14,5	29,5	3,0	9,5	2,0	10,2	67
średzki	2415	13,7	14,1	29,2	3,7	7,6	2,3	10,2	73
śremski	1500	12,5	16,9	28,3	1,5	8,8	1,7	9,4	62
turecki	1956	12,6	10,4	34,7	1,3	6,0	2,7	6,3	40
wągrowiecki	2116	13,6	11,6	29,8	1,8	6,1	2,8	9,8	59
wolsztyński	3372	11,1	11,2	25,4	2,1	5,5	1,5	6,6	82
wrzesiński	2375	13,7	13,3	35,4	2,1	5,6	2,1	11,5	68
złotowski	1333	11,1	8,3	32,2	3,6	7,0	2,8	8,0	55
woj. wielkop.	94095	13,2	12,8	30,8	2,3	6,7	2,3	10,1	67

Źródło: Województwo wlkp., Podregiony, powiaty, gminy, 2006, US w Poznaniu, Poznań 2006.

Wśród 94,1 tys. podmiotów gospodarczych działających na wsi dominujące znaczenie (30,9%) posiadają jednostki handlowe i wykonujące naprawy, w drugiej kolejności firmy prowadzące działalność przemysłową (13,2%, w tym przetwórstwo przemysłowe) oraz działające w budownictwie (12,7%). Struktura podmiotów w poszczególnych powiatach jest też dość zróżnicowana (w szczególności dotyczy to działalności przemysłowej, budownictwa i obsługi nieruchomości) – tabela 4. Od 1999r. nie tylko zwiększyła się znacznie liczba pozarolniczych podmiotów działających na terenach wiejskich Wielkopolski, ale zmieniła się także struktura tych podmiotów, między innymi wyraźnie wzrosło znaczenie jednostek handlowych i naprawczych. Zwiększanie się liczby podmiotów gospodarczych na obszarach wiejskich jest jednym z elementów świadczących o wielofunkcyjnym ich rozwoju.

### **Podsumowanie i wnioski**

Przeprowadzone w pracy analizy wybranych elementów wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej, pokazują, że znaczenie funkcji pozarolniczych na wielkopolskiej wsi systematycznie wzrasta. Świadczy o tym, między innymi, szybki wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych i pokoi gościnnych od początku lat 90., ale także rozwój innych przedsięwzięć pozarolniczych na wsi. Szczególnie szybko rozwijają się na obszarach wiejskich przedsięwzięcia w zakresie handlu i napraw. Struktura rodzajowa pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich jest jednak dość zróżnicowana. Nowe firmy są zazwyczaj prowadzone przez osoby fizyczne i zdecydowanie więcej z nich powstaje i działa w centrum regionu, wokół aglomeracji poznańskiej. Gospodarstwa agroturystyczne natomiast, powstają i funkcjonują w całej Wielkopolsce, jednak najwięcej jest ich w północno-zachodniej i zachodniej części regionu, czyli tam gdzie warunki dla

produkcji rolniczej są słabsze. Taki rozwój obszarów wiejskich wskazuje na relatywne zmniejszenie się znaczenia rolnictwa w regionie, który w skali kraju uznawany jest za jeden z ważniejszych regionów rolniczych.

### Literatura

- Adamowicz M.: Przesłanki rozwoju wielofunkcyjności rolnictwa i zmian we współczesnej polityce rolnej, [w:] Zagadnienia ekonomiki rolnej, 1(302)/2005, s.17-32, KER PAN, IERiGŻ, SER PTE, Warszawa, 2005.
- Borkowski J.: Obszary wiejskie - niewykorzystany potencjał rozwojowy, [w:] Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J. red. Przyszłość wsi polskiej. Wizje, strategie, koncepcje, s. 33-41, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, 2001.
- Charakterystyka obszarów wiejskich w 2005r., GUS, Urząd Statystyczny w Olsztynie, Olsztyn, 2006.
- Działania w zakresie agroturystyki i turystyki wiejskiej, Biuletyn Informacyjny 5/2001, Departament Rozwoju Wsi, MRiRW, ARiMR, Warszawa, 2001.
- Heller J.: Regionalne i lokalne zróżnicowanie potencjału społeczno-ekonomicznego obszarów wiejskich w Polsce [w:] Zagadnienia Doradztwa Rolniczego, nr 4(27)/2000, s. 16-25, Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, Poznań, 2000.
- Kamiński W.]: Warianty wielofunkcyjnego rozwoju wsi - uwarunkowania przestrzenne, [w:] Wielofunkcyjny rozwój wsi w aspekcie przewyższania przeludnienia agrarnego, Zeszyty naukowe AR im. H. Kołłątaja w Krakowie nr 295, Sesja Naukowa zeszyt 43, s. 19-25, Wydawnictwo AR w Krakowie, 1995.
- Klepacka D.: Wielofunkcyjność jako koncepcja legitymująca wsparcie rolnictwa i obszarów wiejskich w Unii Europejskiej, [w:] Wieś Jutra, grudzień 12(101)/2006, s. 20, Wydawnictwo Wieś Jutra, Warszawa, 2006.
- Kłodziński M.: Wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich w Polsce i w krajach Unii Europejskiej, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 1997.
- Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J.: Przyszłość wsi polskiej [w:] Kolarska-Bobińska L., Rosner A., Wilkin J. red. Przyszłość wsi polskiej. Wizje, strategie, koncepcje, s. 11-29, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, 2001.
- Legienis H.: Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa, 2004.
- Poczta W., Przezbórska L.: Zróżnicowanie regionalne rozwoju pozarolniczej aktywności gospodarczej na terenach wiejskich (ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki i turystyki wiejskiej), [w:] Poczta W., Wysocki F. red. Zróżnicowanie regionalne gospodarki żywnościowej w Polsce w procesie integracji z Unią Europejską, Wyd. AR im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, 2002.
- Pozarolnicza działalność gospodarstw rolnych, Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań, Powszechny Spis Rolny, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2003.
- Restrukturyzacja rolnictwa i obszarów wiejskich w województwie wielkopolskim, Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Poznań, 2000.
- Rozwój wiejskiej bazy noclegowej w Polsce, PFTW „Gospodarstwa Gościnne” Warszawa, 20.06.2006.
- Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim (projekt), Wielkopolska Organizacja Turystyczna, Instytut Turystyki, 2006.
- Wiatrak A.P.: Czynniki określające rozwój turystyki na obszarach wiejskich, [w:] Problemy Turystyki nr 1/2 (67/68)/95, s. 15-24, Instytut Turystyki, Warszawa, 1995.

Województwo wielkopolskie, Podregiony, powiaty, gminy, 2006, US w Poznaniu, Poznań 2006.  
Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006 roku, Ministerstwo  
Gospodarki, Departament Turystyki i GUS, Warszawa, 2006.

### **Streszczenie**

W pracy przedstawiono wyniki analizy obszarów wiejskich województwa wielkopolskiego pod kątem ich wielofunkcyjnego rozwoju, ze szczególnym uwzględnieniem potencjału rozwojowego tych terenów oraz liczby i struktury podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON funkcjonujących na wsi. Ponadto zanalizowano rozwój agroturystyki i turystyki wiejskiej w województwie wielkopolskim w układzie powiatów i warunków dla rozwoju tego typu działalności. W analizach wykorzystano dane wtórne GUS, US w Poznaniu i Olsztynie, Instytutu Turystyki, Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, Departamentu Turystyki w Ministerstwie Gospodarki oraz Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” i ośrodków doradztwa rolniczego. W pracy przedstawiono kierunki zmian w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich Wielkopolski.

### **Summary**

The paper presents results of analysis of the multifunctional rural development of the Wielkopolska region. Number and structure of entities of the national economy in the REGON register (excluding persons tending private farms) and number and structure of agritourism and rural tourism entities have been analysed by counties (*powiaty*) and by years. Statistical data of National Statistical Office and Regional Statistical Office for the Wielkopolska region, Institute of Tourism, regional branch of the Polish National Tourist Office, Tourism Department of the Ministry of Economy and the Polish Federation for Rural Tourism “Hospitable Farms” were used for analyses. The paper describes trends of changes in rural development of the Wielkopolska region.

**Marzena Kacprzak**

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Rola produktów turystycznych w rozwoju obszarów wiejskich**

### **Wstęp**

Aktywność podmiotów zajmujących się gospodarką turystyczną, gmin i regionów turystycznych oraz podmiotów tworzących popyt na dobra i usługi turystyczne przejawia się na rynku. Podmioty tworzące popyt ujawniają swoje potrzeby dotyczące wypoczynku, które mają pokrycie w posiadanych przez nie funduszach. W celu zaspokojenia tych potrzeb turyści poszukują interesujących ich walorów turystycznych, które muszą być odpowiednio udostępnione oraz wzbogacone określoną ofertą dóbr materialnych i usług<sup>1</sup>. W ten sposób turystykę z uwagi na jej złożony charakter należy postrzegać wielopłaszczyznowo. Jest sferą aktywności gospodarczej i ważnym instrumentem zharmonizowanego rozwoju gospodarek narodowych państw Unii Europejskiej, ale też sferą działalności społecznej. Aktywność turystyczna oraz podróże są jednym z mierników poziomu życia mieszkańców i wskaźnikiem rozwoju cywilizacyjnego kraju i Wspólnoty Europejskiej<sup>2</sup>.

Jednym z pięciu priorytetowych obszarów turystyki polskiej uznanym przez ekspertów jest turystyka wiejska<sup>3</sup>.

### **Turystyka, turystyka wiejska, agroturystyka – pojęcia i cele rozwoju**

M. Drzewiecki<sup>4</sup>, w pojęciu turystyki mieści ogół zjawisk społecznych, ekonomicznych i przestrzennych, które związane są ze zmianą miejsca pobytu czyli z przemieszczaniem się. Wydaje się, iż przemieszczanie tego rodzaju powinno spełniać dodatkowo kilka warunków, a mianowicie: powinno trwać nie krócej niż dwadzieścia cztery godziny, nie może mieć zarobkowego tylko przyjemnościowego charakteru oraz musi być dobrowolne.

---

<sup>1</sup> S. Kornak, A. Rapacz, Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 13.

<sup>2</sup> Projekt - Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [w:] [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

<sup>3</sup> M. Drzewiecki, Agroturystyka, Wyd. Oficyna Wydawnicza OPO, Bydgoszcz 2001, s. 9.

<sup>4</sup> M. Drzewiecki, Agroturystyka, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz 1995, s. 4.

Kaspar<sup>5</sup> twierdzi, że „Turystyka obejmuje całość powiązań i zjawisk, które się pojawiają wskutek zmiany miejsca i w związku z wynikającym z tego pobytem osób, przy czym dla tych osób nowe miejsca pobytu nie są ani stałym miejscem zamieszkania, ani miejscem pracy”. Turystyka jest pewnym sposobem realizacji aktywności człowieka. Łączy się ze zmianą środowiska przyrodniczego, kulturalnego i społecznego, ze zmianą codziennego rytmu życia, wchodzenia w osobiste kontakty z przyrodą, kulturą i ludźmi. L. Tuross<sup>6</sup> definiuje turystykę jako formę aktywności ludzkiej, która ma szczególne znaczenie dla rozwoju osobowości, dla samokształcenia człowieka i przygotowania go do pełnienia różnorodnych społecznych ról, funkcji i zadań.

Szczególną formą turystyki jest turystyka wiejska. Jest to forma turystyki organizowana na obszarach wiejskich<sup>7</sup>. Jest dostosowana do istniejących tam warunków i racjonalnie wykorzystuje naturalne miejscowe zasoby. Turystyka wiejska – to pojęcie szersze niż agroturystyka, i obejmuje całokształt gospodarki turystycznej na terenach wiejskich. Jej domeną jest przestrzeń, bliskość natury i swoboda poruszania się. Ponadto, tego rodzaju turystyka stwarza możliwość osobistego kontaktu z mieszkańcami wsi i innymi turystami, sprzyja czynnej rekreacji. Agroturystyka to – ogólnie ujmując – usługa turystyczna realizowana w gospodarstwach rolnych. W wyniku przemian systemowych gospodarki kraju rolnictwo polskie znalazło się w trudnej sytuacji. Nastąpiło zubożenie znacznej części społeczeństwa, co zmniejszyło popyt na produkty rolne, w wyniku czego pojawiły się trudności ze zbytem, spadły relatywnie ceny produktów rolnych i dochody rolników. Trudności te dodatkowe zwiększone jeszcze zostały poprzez powrót na wieś osób zwalnianych z pracy w innych sferach gospodarki. Dlatego też agroturystyka rozpatrywana jest jako jedna z możliwych dróg wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich i możliwości alternatywnych źródeł dochodu dla ich mieszkańców<sup>8</sup>.

Wśród elementów rozwoju turystyki wiejskiej możemy wymienić<sup>9</sup>:

1. Walory krajobrazowe – popularnie mówimy przecież, że jedziemy nad morze, w góry czy nad jeziora. Ważna jest również obecność lasów, zbiorników wodnych, czy innych elementów podnoszących wartość krajobrazową terenu – wąwozów, ostańców skalnych, przełomów rzek. Ważne jest, że duża ich różnorodność ułatwia wybranie dla odpoczynku

---

<sup>5</sup> Cyt. za Gaworeckim W.: Turystyka, PWE, Warszawa 1998, s. 18.

<sup>6</sup> L. Tuross, Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej, Wyd. Stowarzyszenie Oświatowców Polskich, Warszawa 1997.

<sup>7</sup> Por. A. P. Wiatrak, Problemy ekologizacji turystyki wiejskiej [W:] S. Bosiacki (red.) Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku, Wyd. AWF, Poznań 2000, s. 72.

<sup>8</sup> M. Długokęcka, Usługi turystyczne jako forma aktywizacji obszarów wiejskich, Praca doktorska napisana w Katedrze Polityki Agrarnej i Marketingu SGGW, Warszawa 2001.

<sup>9</sup> M. Koniusz, Rozwój regionalny a turystyka wiejska [w:] M. Jalinik (red.) Regionalne aspekty rozwoju turystyki, Wyd. Agencja Wydawniczo-Edytorska EkoPress, Białystok 2006, 37-38.

regionu krajobrazowo odmiennego od tego, który na co dzień stanowi miejsce naszego zamieszkania.

2. Walory kulturowe, a wśród nich:

- zabytki architektury – pałace, dwory, kościoły, dzwonnice, budownictwo wiejskie,
- zabytki sztuki ogrodowej – parki, ogrody, układy alejowe,
- zabytki sztuki ludowej – młyny, kapliczki, krzyże przydrożne, stare chaty,
- miejsca historyczne – miejsca bitew, martyrologii.
- zabytki przyrody – pomniki przyrody, rezerваты, parki krajobrazowe, narodowe.

Agroturystyka to organizowanie pobytu turystów przez rodzinę rolniczą we własnym gospodarstwie rolnym<sup>10</sup>. Agroturystyka, jest także jedną z form pozarolniczej działalności rodzin rolniczych, które decydują się na organizowanie pobytu turystów we własnym gospodarstwie rolnym. Ofertę agroturystyczną stanowi zakwaterowanie w gospodarstwie, które może być połączone z całodziennym wyżywieniem lub możliwością zakupu świeżych produktów z gospodarstwa do samodzielnego sporządzania posiłków przez turystę. Agroturystyka to również możliwość: wypożyczenia konia, bryczki, sprzętu sportowego, organizowania kuligów, sprzedaży wyrobów rzemieślniczych, umożliwienie wędkowania, zajęcia się myślistwem, zbieranie i suszenie ziół, owoców i grzybów, jazdy konnej itp. Odwiedzającymi i korzystającymi z usług agroturystycznych są najczęściej turyści indywidualni lub małe grupy (np. rodziny z dziećmi)<sup>11</sup>.

Unia Europejska stawia na rozwój regionów, na wielokierunkowość działań w gospodarstwach wiejskich. Agroturystyka - lub szerzej turystyka wiejska - może być kołem napędowym takiego rozwoju. Rodzi bowiem zapotrzebowanie na wiele różnych usług np. handlu, gastronomii, piekarni, masarni, wypożyczalni rowerów czy szkółek jeździeckich<sup>12</sup>.

### **Cele i składniki rozwoju obszarów wiejskich**

Polska jest krajem zróżnicowanym przestrzennie pod względem warunków przyrodniczych i klimatycznych, stanu rozwoju gospodarczego, w tym wiodących

---

<sup>10</sup> A. P. Wiatrak, Wpływ turystyki na zagospodarowanie obszarów wiejskich [w:] Zagadnienia Doradztwa Rolniczego nr 1, Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, Kraków 1996, s. 35.

<sup>11</sup> M. Długokęcka, Specyfika usług agroturystycznych jako formy przedsiębiorczości [W:] J. Sawicka (red.) Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa, SGGW, Warszawa 2000, s. 91-92.

<sup>12</sup> Turystyka wiejska [w:] [www.ppr.pl](http://www.ppr.pl)

gałęzi gospodarki, które determinują poziom życia i perspektywy funkcjonowania jej mieszkańców<sup>13</sup>.

Poprzez rozwój obszarów wiejskich rozumiemy proces poprawy sytuacji ekonomicznej i warunków bytu ludności zamieszkującej te obszary, któremu towarzyszy także wzrost zakresu i jakości dóbr (w tym dóbr publicznych) dostarczanych przez obszary wiejskie całemu społeczeństwu. Rozwój obszarów wiejskich daje możliwość znalezienia coraz bardziej produktywnych miejsc pracy, a ponadto mieszkańcom tych obszarów zapewnia poprawę warunków życia oraz korzystanie ze zdobyczy cywilizacyjnych w podobnym zakresie jaki mają mieszkańcy miast. Rozwój obszarów wiejskich jest procesem złożonym i jego ocena wymaga zastosowania wielu kryteriów. Integralność rozwoju tych obszarów polega na harmonijnym połączeniu takich elementów jak: wzrost gospodarczy (w tym tworzenie nowych miejsc pracy i wzrost realnych dochodów ludności), zachowanie środowiska naturalnego, poprawa warunków zamieszkania na wsi, ochrona i wzbogacenie dziedzictwa kulturowego<sup>14</sup>.

Na obszarach wiejskich zamieszkuje 38,6% ogółu ludności. Należy podkreślić, że Polska dysponuje dużym potencjałem ludnościowym i w UE-25 zajmuje szóste miejsce pod względem liczby ludności. Udział ludności wiejskiej jest zróżnicowany regionalnie od 21,4% w woj. śląskim do 59,6% w woj. podkarpackim.

Lokalizacja terenów wiejskich, biorąc pod uwagę oddalenie od ośrodków miejskich czy głównych sieci drogowych, w tym międzynarodowych i krajowych, jest jednym z czynników wywierających silny wpływ na konkurencyjność tych obszarów<sup>15</sup>.

Obszary wiejskie powinny stać się dla mieszkańców Polski konkurencyjnym miejscem do zamieszkania i prowadzenia działalności gospodarczej. Konkurencyjność taka oznacza pożądaną (ze względów gospodarczych i społecznych) i dobrze funkcjonujące usługi, zarówno prywatne jak i publiczne, dobrą infrastrukturę, sprawny transport publiczny – wszystko, co łącznie sprawia, że życie i praca na wsi lub w małym mieście może stać się prawdziwą alternatywą dla dużego miasta. W ten sposób rozwojowi obszarów wiejskich służyć będzie<sup>16</sup>:

- Rozwój przedsiębiorczości i aktywności pozarolniczej (gospodarstwa rolnicze coraz częściej wykorzystują własne zasoby). Szczególnie istotna jest realizacja projektów związanych z modernizacją zakładów przetwórstwa rolno spożywczego sprzyjających poprawie sektora rolnego i leśnego oraz handlu hurtowego artykułami rolnymi.

<sup>13</sup> PROW 2007-2013 [w:] [www.minrol.gov.pl](http://www.minrol.gov.pl)

<sup>14</sup> J. Wilkin, Problematyka rolnictwa i obszarów wiejskich. EU – Monitoring III. Friedrich Ebert Stiftung, Warszawa 1999, s. 20.

<sup>15</sup> PROW 2007-2013 ... op. cit.

<sup>16</sup> Strategia rozwoju kraju 2007-2015, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.



Atrakcyjność przyrodnicza, krajobrazowa i kulturowa obszarów wiejskich stanowi podstawowy warunek rozwoju agroturystyki.

- Wzrost konkurencyjności gospodarstw rolnych. Wspierana będzie m.in. techniczna i organizacyjna modernizacja gospodarstw rolnych, inwestycje w nowe technologie, wysokowydajny sprzęt, budowa urządzeń melioracyjnych nawadniających i odwadniających, wpływających na rezultaty produkcji rolniczej. Duże znaczenie ma realizacja projektów związanych z produkcją biopaliw i biokomponentów, z zachowaniem obowiązujących norm, chroniących produkcję roślinną i zwierzęcą przed nadmierną intensyfikacją. Wsparcie też znajdują usługi doradcze, oraz działania związane z organizowaniem się rolników w grupy producenckie, poprawa dochodowości gospodarstw rolnych oraz stabilizacja na poszczególnych rynkach rolnych.
- Rozwój i poprawa infrastruktury technicznej i społecznej na obszarach wiejskich. Wsparcie projektów w zakresie: zaopatrzenia w wodę i gospodarki ściekowej, tworzenia systemu zbioru, segregacji, wywozu i utylizacji odpadów komunalnych, rozwoju lokalnej infrastruktury dostępu do Internetu, infrastruktury transportowej oraz elektryfikacji i reelektryfikacji oraz inwestycje w zakresie modernizacji przestrzeni publicznej, obiektów pełniących funkcje turystyczne, kulturalne i rekreacyjne oraz tradycyjnego, regionalnego budownictwa wiejskiego.
- Wzrost jakości kapitału ludzkiego. Powinno się tu wspierać projekty w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy, kształcenia ustawicznego i zawodowego, szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe mieszkańców wsi oraz innych inicjatyw służących rozwojowi kapitału ludzkiego. Dużą uwagę powinno się przywiązywać także do przygotowywania i dalszego wdrażania lokalnych strategii rozwoju, aktywizacji społeczności lokalnych, promocji obszarów wiejskich itp.

W Polsce rośnie świadomość ekologiczna społeczeństwa i coraz szerzej uwzględnia się potrzebę ochrony środowiska naturalnego. Rozwój obszarów wiejskich jest także związany z potrzebą wsparcia instytucjonalnego, innego niż władze samorządowe. Najlepiej sprawdzają się w tej roli organizacje pozarządowe zarówno te o zasięgu ogólnokrajowym, jak i lokalnym. Są one nastawione na rozwój lokalny aktywizujący społeczność lokalną, wspierają poradnictwem i szkoleniami lokalnych rolników<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> M. Adamowicz, E. Dresler, Rola organizacji pozarządowych w rozwoju obszarów wiejskich [w:] W. Kamińska (red.) Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich, Wyd. Instytut Geografii Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2002, s. 122.

## Produkt turystyczny obszarów wiejskich

Turystykę wiejską w Polsce należy postrzegać jako ważną gałąź aktywności gospodarczej nie tylko w skali lokalnej, ale także krajowej i międzynarodowej. Jest to produkt, który coraz częściej jest oferowany na rynku międzynarodowym, co szczególnie jest widoczne na północnych i południowo-zachodnich obszarach kraju. Nastawione są one głównie na obsługę turysty niemieckiego<sup>18</sup>.

Jak podają źródła literatury, produkt bywa rozumiany jako wszystko to, co jest przedmiotem rynkowej wymiany, a więc wszystko to, co można zaoferować nabywcom do konsumpcji i użytkowania, a co dla nich stanowi określona wartość. Oprócz rzeczy fizycznych do produktu zalicza się wszelkiego rodzaju usługi, a także pomysły organizacyjne, technologiczne i inne<sup>19</sup>.

Istotę produktu turystycznego możemy przedstawić za pomocą jego struktury i są to:

- Rdzeń produktu czyli podstawowa potrzeba turystów, która decyduje o wyborze i konsumpcji danego produktu,
- Produkt rzeczywisty (podstawowy), to realna oferta, którą turysta kupuje w celu zaspokojenia danej potrzeby,
- Produkt poszerzony (ulepszony), są to dodatkowe świadczenia wzbogacające produkt i czyniące go bardziej konkurencyjnym
- Produkt potencjalny, są to elementy oferty, które mogą w przyszłości wzbogacić produkt.

Produkt turystyczny, to wszystko to co turyści kupują oddzielnie (np. transport, zakwaterowanie) lub w formie pewnego zestawu (pakietu) usług, a także kompozycja tego co turyści robią, oraz walorów urządzeń i usług, z których turyści korzystają<sup>20</sup>. Produkt turystyczny składa się z wielu elementów, w tym dóbr materialnych, usług oraz otoczenia, gdzie istotne znaczenie posiada sfera społeczna i psychologiczna, będąca magnesem przyciągającym turystów poprzez obietnice niezapomnianych wrażeń i emocji, możliwość zdobycia nowych umiejętności, doświadczenia, nawiązywanie kontaktów międzyludzkich itp<sup>21</sup>.

Kreacja oraz rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych, scalonych w spójną i innowacyjną ofertę, stanowi jedno z najważniejszych wyzwań stojących przed sektorem turystycznym w Polsce. Na rozwój polskiej oferty turystycznej składają się następujące przedsięwzięcia: rozwijanie dotychczasowych produktów

---

<sup>18</sup> W. Krupińska, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie zachodniopomorskim [w:] Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii, Zeszyty Naukowe AR w Krakowie, Zeszyt nr 90, Kraków 2003, s. 162.

<sup>19</sup> A. Panasiuk, Marketing usług turystycznych, Wyd. PWN, Warszawa 2005, s. 74.

<sup>20</sup> A. Oleksiak, Marketing usług turystycznych, Wyd. Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2007, s. 122.

<sup>21</sup> J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, Produkt turystyczny albo jak organizować poznanie świata, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.

turystycznych o korzystnych perspektywach, kreowanie nowych produktów turystycznych, doskonalenie produktów turystycznych i wzmacnianie ich jakości, badanie i monitorowanie rynku oraz dostosowanie oferty do oczekiwań odbiorców, monitorowanie ekologicznych skutków tworzenia produktów, integrowanie produktów w kompleksową, zdywersyfikowaną a jednocześnie synergiczną ofertę m.in. poprzez integrowanie przestrzenne oferty, polegające na eliminowaniu zbędnej konkurencji pomiędzy różnymi obszarami kraju oraz na tworzeniu urozmaiconych produktów wykorzystujących specyfikę lokalną i regionalną<sup>22</sup>.

W praktyce najłatwiej jest ukształtować produkt turystyczny na niewielkim obszarze, obejmującym np. miejscowość lub gminę, park narodowy i krajobrazowy a znacznie trudniej na obszarze obejmującym grupę gmin, powiat, region lub inną większą przestrzeń geograficzną, zarządzaną przez wiele podmiotów. Wyodrębnienie przestrzeni (jednostek administracyjnych, miejscowości), na której wyodrębniony zostanie produkt turystyczny ma istotne znaczenie, ponieważ posiada on wiele wytwórców oferujących własne produkty turystyczne, które nie zawsze są zgodne z misją danego obszaru i koncepcją ogólnego produktu<sup>23</sup>.

Możemy tu przykładowo wymienić jako produkt turystyczny **Ścieżkę przyrodniczą „Do złotej studzienki”**, która przygotowana została z myślą o młodzieży szkolnej i pielgrzymkach zdążających do słynnego źródła. Możemy tam dojechać z Dukli przez przysiółek Cergowej - Zakluczynę lub dojść z rynku żółtym szlakiem. Ścieżka ma kształt pętli długości 4 km a czas przejścia to ok. 2 godziny. Wznosząca się na wysokość 716 m. n.p.m. **Cergowa** (zwana też Górą Cergowską lub Wielką Górą) położona jest na południowy wschód od Dukli. Jej nazwa ma celtyckie pochodzenie: „kerg” znaczy góra. Od innych wzniesień Beskidu Dukielskiego odróżnia ją charakterystyczna trójgarbna sylwetka. Południowe, gęsto zalesione, stoki Cergowej wznoszą się dość łagodnie, natomiast północne opadają głęboką zerwą w dolinę Jasionki. Swój kształt góra zawdzięcza budowie geologicznej: nasunięcie płaszczowiny dukielskiej na płaszczowinę śląską spowodowało tak silne nachylenie stoków, dochodzące do 40-70%.

Innym równie interesującym produktem turystycznym może być **wycieczka po Pogórzu Bukowskim**. Malownicze okolice u podnóża pasma górskiego Bukowicy można poznawać podróżując jeszcze mało znanymi szlakami turystycznymi. Podróż nimi - przez malownicze trawiaste „prerie” - dostarcza wielu wrażeń o każdej porze roku i umożliwia poznanie osobliwości kultury materialnej i przyrody na pograniczu doliniańsko-łemkowskim. Proponowana trasa pozwala poznać etnograficzną „krajnę Dolinian”, ich drewniane chałupy, rozsiane

---

<sup>22</sup> Strategia Rozwoju Turystyki 2007-2013 ... op. cit.

<sup>23</sup> K. Gralak, Kreowanie produktów turystycznych obszaru a rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki [w:] Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów, Zeszyty Naukowo-Dydaktyczne PWSZZ w Krośnie, zeszyt 15, Krosno 2005, s. 300.

w terenie zabytkowe świątynie i pozostałości polskiej kultury szlacheckiej: dwory, pałace, parki krajobrazowe i fundowane przez szlachtę kapliczki przydrożne<sup>24</sup>.

W Polsce obserwuje się dość dużą aktywność w tworzeniu produktów liniowych, czyli szlaków turystycznych. Przykładem takiego produktu turystycznego jest „*Podlaski szlak bociani*”. Jest to szlak rowerowy łączący ze sobą trzy parki narodowe: Białowiecki, Narwiański i Biebrzański. Głównym walorem szlaku pokazującym jego unikalność jest występowanie w tych okolicach wielu skupisk bocianów, trwale wpisanych w krajobraz Podlasia.

Walory przyrodnicze i krajobrazowe obszarów wiejskich są swoistym towarem, który może być sprzedawany tylko wówczas, gdy jest zachowany w nienagannym stanie. Stanowi to często wizytówkę ekologiczną danej wsi lub regionu, w którym przebywamy.

### **Korzyści i zagrożenia płynące z rozwoju turystyki**

Do pozytywnych cech jakie niesie ze sobą rozwój turystyki należy zaliczyć korzyści płynące dla terenów recepcyjnych, w tym przede wszystkim pobudzenie ducha przedsiębiorczości wśród miejscowej ludności, która czerpie różne korzyści ze świadczonych turystom usług. Wzrost potencjału ekonomicznego sprawia, że poprawiają się warunki codziennej egzystencji mieszkańców terenów recepcyjnych. Rozwój turystyki i produktów turystycznych wysokiej jakości będzie miał zatem wpływ zarówno na obszary chronione w oparciu o tradycyjny system ochronny (rezerваты, parki narodowe, parki krajobrazowe), ale przede wszystkim może stać się głównym czynnikiem zapewniającym zrównoważony rozwój na obszarach w ramach sieci obszarów chronionych Natura 2000. Turystyka może także zapewnić korzystne użytkowanie lokalnych zasobów. Promowanie prośrodowiskowych form turystyki, jak agro- i ekoturystyka, wraz z tworzeniem zielonych miejsc pracy oraz propagowanie zarządzania środowiskowego w turystyce i podnoszenie świadomości ekologicznej poprzez turystykę młodego pokolenia to dobry początek kształtowania się polityki ekologicznej w turystyce<sup>25</sup>.

J. Sikora wskazuje następujące niekorzystne czynniki i uwarunkowania dla rozwoju usług turystycznych. Do czynników mikrospołecznych, hamujących rozwój usług turystycznych, w tym agroturystycznych zalicza<sup>26</sup>:

- zaburzenia życia rodzinnego gospodarza;
- zwiększenie obciążenia pracą kobiet obsługujących domowników i gości, częściowa utrata tożsamości rolniczej na rzecz modernizacji gospodarstw;

---

<sup>24</sup> Portal Turystyczny Podkarpacia [w:] [www.turystyka.sip.pl](http://www.turystyka.sip.pl)

<sup>25</sup> Projekt - Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [w:] [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl), s. 23-24.

<sup>26</sup> J. Sikora, Organizacja... op. cit., s. 248.

- szerzenie patologii w środowisku wiejskim (narkomania, alkoholizm, przestępczość);
- niszczenie walorów przyrodniczych, które były pierwotną przyczyną przyjazdu turystów;
- zjawiska spekulacji gruntami rolnymi, budowlanymi, leśnymi;
- pojawienie się na wsi nowych właścicieli i dzierżawców domków letniskowych, pól namiotowych, pochodzących z miasta przybyszów rozwijających turystykę na skalę masową.

Zagrożenia rozwoju usług w sferze lokalnej dotyczą również:

- niskiego poziomu infrastruktury wiejskiej,
- złego stanu i niskiego standardu urządzeń sanitarnych w wielu gospodarstwach,
- dużej liczby zadłużonych gospodarstw nie mających możliwości inwestowania,
- braku przekonania rolników do opłacalności tej formy działalności,
- braku innowatorów agroturystyki, większej liczby naśladowców tej formy działalności,
- negatywnych jeszcze postaw rolników wobec turystów.

W ujęciu makrospołecznym zagrożenia dla rozwoju usług turystycznych, w tym agroturystycznych tkwią między innymi w:

- ograniczonym ekonomicznie rynku turystycznym, bowiem wzrasta liczba osób w polskim społeczeństwie, których ze względów ekonomicznych nie stać na wypoczynek poza miejscem zamieszkania;
- małej jeszcze liczby osób zdecydowanych na korzystanie z wypoczynku na wsi;
- niewystarczającym systemie dystrybucji ofert, zarówno w kraju, jak i za granicą;
- zbyt małej świadomości potrzeby ochrony środowiska przyrodniczego;
- niechętnym stosunku zarządów parków narodowych, krajobrazowych wobec inicjatyw korzystania ze środowiska naturalnego oraz w ograniczonej infrastrukturze turystycznej tych parków;
- braku koordynacji działań między gminami, województwami i zbyt częstej niezdrowej konkurencji między nimi;
- braku znajomości rynku agroturystycznego oraz wiedzy marketingowej u osób, instytucji zajmujących się organizacją tego rodzaju usług.

Rozwój usług turystycznych, w tym agroturystycznych jest jednym ze sposobów poprawy sytuacji mieszkańców na obszarach wiejskich. Poprawie ulega sytuacja kobiet wiejskich pełniących, z reguły rolę organizatora takiego pobytu (higiena i czystość, oferta kulinarna itp.).

Kobiety znajdują zatrudnienie także w ogromnym spektrum zawodów – zajmują się rękodziełem, są przewodnikami i prezesami firm turystycznych –

w wielkich i małych krajach oraz firmach na całym świecie. W ostatnich latach wzrósł ich udział w ogólnoswiatowym zatrudnieniu i obecnie kobiety mają tyle samo miejsc pracy co mężczyźni, przy czym wzrost ten był najsilniejszy w ubogich krajach, w dziedzinach takich jak rękodzieło czy rozwój lokalnych społeczności, ściśle związanych z ochroną kultury. Najnowsze badania pokazują, że w niektórych krajach afrykańskich kobiety piastują wysokie stanowiska, takie jak: dyrektor hotelu, prezes rady turystyki, dyrektor linii lotniczych, regionalny konserwator zabytków, sekretarz prawny, czy nawet minister turystyki. Taka zmiana roli kobiet przynosi nie tylko społeczną równowagę, ale również wzmacnia gospodarkę i struktury społeczne<sup>27</sup>.

### **Podsumowanie**

Polska wkraczając w XXI wiek, jest szybko rozwijającym się państwem europejskim, dążącym do pełniejszego włączenia się w procesy społeczno-ekonomiczne współczesnego świata<sup>28</sup>.

W warunkach wzrostu gospodarczego, postępujących zmian strukturalnych oraz wzrostu kontaktów międzynarodowych pojawiły się sprzyjające warunki dla rozwoju sektora usług, jakim jest turystyka, w tym turystyka wiejska. Stanowi ona coraz częściej jedną z najważniejszych dziedzin gospodarki lokalnej. Aktywizuje gospodarczo społeczność przez rozwój drobnego, nieuciążliwego dla środowiska przemysłu, rolnictwa i usług pod kątem obsługi turystyki.

Chcąc utrzymać wysoką pozycję na rynku turystycznym, powinno się wykorzystać bogaty potencjał turystyczny obszarów wiejskich oraz dostosować przygotowany produkt turystyczny do oczekiwań turystów nie tylko krajowych ale także zagranicznych.

### **Literatura**

Adamowicz M., Dresler E., Rola organizacji pozarządowych w rozwoju obszarów wiejskich [w:] Kamińska W. (red.) Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich, Wyd. Instytut Geografii Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2002.

Aktualności z branży [w:] [www.pit.org.pl](http://www.pit.org.pl)

Długokęcka M., Usługi turystyczne jako forma aktywizacji obszarów wiejskich, Praca doktorska napisana w Katedrze Polityki Agrarnej i Marketingu SGGW, Warszawa 2001.

---

<sup>27</sup> Aktualności z branży [w:] [www.pit.org.pl](http://www.pit.org.pl)

<sup>28</sup> M. Długokęcka, Przedsiębiorczość gospodarcza a wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich [w:] Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich. Wyd. Instytut Geografii Akademii Świętokrzyskiej Kieleckie Towarzystwo Naukowe. Kielce 2002.

Długokęcka M.: Przedsiębiorczość gospodarza a wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich [w:] Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich. Wyd. Instytut Geografii Akademii Świętokrzyskiej Kieleckie Towarzystwo Naukowe. Kielce 2002.

Długokęcka M.: Specyfika usług agroturystycznych jako formy przedsiębiorczości [W:] J. Sawicka (red.) Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa, SGGW, Warszawa 2000.

Drzewiecki M., Agroturystyka, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz 1995.

Drzewiecki M., Agroturystyka, Wyd. Oficyna Wydawnicza OPO, Bydgoszcz 2001.

Gaworecki W.: Turystyka, PWE, Warszawa 1998.

Gralak K., Kreowanie produktów turystycznych obszaru a rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki [w:] Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów, Zeszyty Naukowo-Dydaktyczne PWSZZ w Krośnie, zeszyt 15, Krosno 2005.

Jalinik M., Rozważania na temat pojęć i definicji używanych w turystyce [w:] Jalinik M., Ziółkowski R., (red.) Agroturystyka – stan i perspektywy rozwoju, Wyd. Politechnika Białostocka, Białystok 2007.

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.

Koniusz M., Rozwój regionalny a turystyka wiejska [w:] M. Jalinik (red.) Regionalne aspekty rozwoju turystyki, Wyd. Agencja Wydawniczo-Edytorska EkoPress, Białystok 2006.

Kornak S., Rapacz A., Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001.

Krupińska W., Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie zachodniopomorskim [w:] Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii, Zeszyty Naukowe AR w Krakowie, Zeszyt nr 90, Kraków 2003.

Oleksiak A., Marketing usług turystycznych, Wyd. Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2007.

Panasiuk A., Marketing usług turystycznych, Wyd. PWN, Warszawa 2005, s. 74.

Portal Turystyczny Podkarpacia [w:] [www.turystyka.sip.pl](http://www.turystyka.sip.pl)

Projekt - Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [w:] [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

Projekt - Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [w:] [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl).

PROW 2007-2013 [w:] [www.minrol.gov.pl](http://www.minrol.gov.pl)

Strategia rozwoju kraju 2007-2015, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.

Turos L., Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej, Wyd. Stowarzyszenie Oświatowców Polskich, Warszawa 1997.

Turystyka wiejska [w:] [www.ppr.pl](http://www.ppr.pl)

Wiatrak A. P., Wpływ turystyki na zagospodarowanie obszarów wiejskich [w:] Zagadnienia Doradztwa Rolniczego nr 1, Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, Kraków 1996.

Wilkin J.: Problematyka rolnictwa i obszarów wiejskich. EU – Monitoring III. Friedrich Ebert Stiftung, Warszawa 1999.

### **Streszczenie**

Celem opracowania jest ukazanie znaczenia rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki na obszarach wiejskich. Równowaga między systemem społecznym, ekonomicznym i przyrodniczym jest szczególnie ważna w tych obszarach działalności ludzkiej, gdzie styka się ona bezpośrednio z przyrodą, gdzie forma tej działalności i wyniki uzależnione są bezpośrednio od przyrody. Taką działalnością jest właśnie rolnictwo i takim obszarem jej występowania są obszary wiejskie.

Turystyka na obszarach wiejskich posiada dogodne warunki do jej rozwoju. Istniejące gospodarstwa rolne z zasobami mieszkaniowymi stwarzają potencjalne możliwości świadczenia tego typu usług.

Przełom XIX i XX wieku to okres rozwoju turystyki współczesnej, w tym wzrostu zainteresowania rozwojem turystyki wiejskiej. Do czynników, które decydują o powodzeniu danego przedsięwzięcia możemy zaliczyć: naturalne walory i zasoby danego środowiska, materialne zasoby kultury, stan bazy wyżywieniowej oraz system świadczonych usług.

Dla wielu gmin i regionów turystyka jest postrzegana, jako główny motor – impuls wielofunkcyjnego rozwoju wsi i jej przemian modernizacyjnych. Zakłada bardzo szeroki pakiet oferty na wsi, daje możliwość zatrudnienia dla różnych grup zawodowych. Szczególnie istotny jest tu produkt turystyczny, który powinien kształtować ofertę turystyczną tak, aby była oryginalna. Często przy produkcji turystycznym z ofertą usługową związana jest marka produktu, która jest rozpoznawalna i wyróżniająca zbiór wartości funkcjonalnych, materialnych i emocjonalnych w procesie zakupu.

### **Summary**

The aim of the paper is to present importance of rural tourism, along with agi-tourism on rural areas. Balance between social, economic and environmental systems is especially significant on these fields of people's activity where is directly connected with nature, where a form of activity and its results depend directly on nature. Agriculture is such activity and rural areas are its habitat. Tourism has right circumstances to develop on rural areas. Existing farms with house resources create potential possibilities to provide such services.

The turn of the XIX and XX centuries is a period of contemporary tourism development, along with increased interest in rural tourism development. There are some factors which decide on a particular activity's success such as: natural features and resources of particular habitat, material resources of culture, a state of gastronomy and a system of services, providing.

Tourism is perceived as a main motor – impulse of multifunctional rural development and its modernizing changes in many communes and regions. It assumes a wide ranger of offers in a country, gives a possibility of employment for different vocational groups. Tourist product is especially important and it should form original tourist offer. Product brand is often important in the case of tourist product with service providing. It is recognizable and distinguishes a group of functional, material and emotional values in a purchase process.



**Iwona Kowalska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Edukacyjne konta osobiste instrumentem rozwoju pozarolniczych funkcji wsi**

### **Wstęp**

Spółeczeństwo oparte na zaawansowanej wiedzy stanowi klucz do zwiększenia wskaźników wzrostu i zatrudnienia. Edukacja i szkolenia stanowią zasadnicze priorytety Unii Europejskiej w celu osiągnięcia celów lizbońskich. Dlatego też Decyzją Nr 1720/2006 WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 listopada 2006 r. ustanowiono program działań w zakresie uczenia się przez całe życie. Program „Uczenie się przez całe życie” obejmuje kształcenie ogólne, szkolenie i kształcenie zawodowe, a także kształcenie pozaformalne i nieformalne podejmowane przez całe życie, dzięki czemu ulega polepszeniu poziom wiedzy, umiejętności i kompetencji wymaganych z perspektywy osobistej, obywatelskiej, społecznej lub zawodowej. Orientacyjna koperta finansowa na wdrożenie niniejszej decyzji na okres 7 lat, począwszy od 1 stycznia 2007 r., wynosi 6 970 000 000 EUR. Polska jako członek UE powinna aktywnie wykorzystać środki Programu przede wszystkim na realizację działań przyczyniających się do zwiększonego uczestnictwa w uczeniu się przez całe życie osób o szczególnych potrzebach edukacyjnych oraz grup defaworyzowanych, niezależnie od ich środowiska społeczno – gospodarczego. W Polsce jest wiele grup społeczno – zawodowych, które mogłyby zostać beneficjentami tego Programu. W związku z koniecznością dostosowania przeobrażeń polskiej wsi do wymogów UE w gronie beneficjentów Programu powinni być także rolnicy. Zgodnie bowiem z założeniami projektu Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) na lata 2007-2013 Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi szacuje, że do roku 2015 nastąpi ubytek netto gospodarstw o 10,4%, tym samym liczba gospodarstw ulegnie zmniejszeniu o 187 tys. i wyniesie 1 600 tys<sup>1</sup>. W konsekwencji część aktualnie gospodarujących rolników będzie musiała uzyskiwać dochody z sektora

---

<sup>1</sup> Liczba gospodarstw będzie maleć w grupach obszarowych od 2 do 20 ha rolnych przy czym tempo tego procesu będzie najsilniejsze wśród jednostek o areale od 10 do 15 ha użytków rolnych. Jednocześnie wzrośnie liczba gospodarstw najmniejszych (1 do 2 ha) oraz 30 hektarowych i większych, przy czym tempo powiększana się jednostek powyżej 30 ha będzie ponad dwuipółkrotnie większe niż tych o obszarze do 2 ha. Tym samym relatywnie silniej zaznaczy się polaryzacja obszarowa gospodarstw. Poza tym około 90 tys. jednostek zmniejszy do 2015 roku swoją wielkość, dostosowując areal użytkowanych gruntów rolniczych do potrzeb rodziny, głównie samozaopatrzeniowych (prognoza IERiGŻ, 2006).

pozarolniczego. Ważne jest zatem zintensyfikowanie działań mających na celu rozwój pozarolniczych funkcji wsi. Ze względu na dziedzictwo kulturowe i otoczenie architektoniczne polskiej wsi<sup>2</sup> funkcja pozarolnicza mogłaby przejawiać się w rozwoju branży turystycznej. Na tę szansę zagospodarowania nadwyżki zasobów pracy na wsi wskazuje działanie 311: Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej osi 3 PROW: Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej<sup>3</sup>. W ramach tego działania pomocy udziela się z tytułu podjęcia lub rozwoju działalności m.in. w zakresie usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem. Dbalność o odnowę tradycyjnych rzemiosł, kultury ludowej, obrzędowości, muzyki, zachowanie gwar, dialektów i języków może być bardzo atrakcyjnym produktem zarówno dla turystów polskich jak i zagranicznych.

Osoby zatrudnione w branży turystycznej (agroturystycznej) muszą być przygotowane na dostosowanie swojej oferty do bardzo zróżnicowanego poziomu oczekiwań klientów (turystów). Tej wiedzy „były” rolnik nie nabeździe w sposób samoistny. Niezbędne jest zatem uczestnictwo w różnych formach kształcenia ustawicznego. Kształcenie ustawiczne dla dorosłych w formach pozaszkolnych (najbardziej popularną formą są szkolenia) wiąże się jednak z kosztami uczestnictwa. W związku z powyższym, żeby Program „Uczenie się przez całe życie” mógł być faktycznie realizowany, powinny zostać przygotowane przez państwo zachęty motywujące rolników do oszczędzania na cele edukacyjne (własny proces kształcenia ustawicznego). Edukacyjne konta osobiste (EKO) są właśnie takim rozwiązaniem systemowym proponowanym przez ekonomię kształcenia jako instrument finansowania edukacji ustawicznej w erze gospodarki opartej na wiedzy (GOW).

Celem artykułu jest próba zaprezentowania:

- brytyjskiego modelu koncepcji EKO,
- słabych stron rozwoju wsi i rolnictwa wymuszających inwestycje w kapitał ludzki w celu tworzenia dla byłych rolników miejsc pracy kreujących dochody z pozarolniczej działalności,

---

<sup>2</sup> Krajobraz kulturowy wsi obfituje w licznie zachowane pierwotne formy osadnictwa wiejskiego, pojedyncze obiekty, bądź istniejące w formie wyspowej układy tradycyjnej zabudowy drewnianej o lokalnym i regionalnym charakterze, kościoły, kaplice i cmentarze, także zespoły pałacowo-ogrodowe, zespoły folwarczne, obiekty przetwórstwa rolno-spożywczego, takie jak browary, młyny wodne oraz wiatraki, spichlerze, a także zabytki archeologiczne.

<sup>3</sup> Podstawą prawną osi 3 PROW jest art. 52-53 rozporządzenia Rady (WE) nr 1698/2005 z dnia 20 września 2005 r. w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) (Dz. Urz. UE L 277/1 z 21.10.2005 r.) oraz art. 35 rozporządzenia Komisji (WE) nr 1974/2006 z dnia 15 grudnia 2006 r. ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1698/2005 w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) (Dz. Urz. UE L 368/15 z 23.12.2006 r.).

- opinii rolników na temat wdrożenia koncepcji EKO w Polsce jako instrumentu wspomagającego ich proces kształcenia ustawicznego (przekwalifikowania lub uzupełniania wiedzy rolniczej).

### **Brytyjski model koncepcji Edukacyjnych Kont Osobistych**

W piśmiennictwie ekonomicznym koncepcja osobistych kont edukacyjnych pojawiła się w połowie lat 90 – tych. Literatura przedmiotu w zasadzie ogranicza się do prac ekonomistów brytyjskich i to właśnie w Wielkiej Brytanii po raz pierwszy zaprezentowano ideę EKO w dokumencie Brytyjskiej Komisji na rzecz Sprawiedliwości Społecznej w 1994 r. Dokument ten traktował o instytucjonalnych ramach „uczącego się społeczeństwa. Autorzy tego dokumentu uznali za celowe utworzenie „banku edukacji” – instytucji publicznej o zasięgu ogólnokrajowym, zapewniającej powszechny dostęp do kształcenia ustawicznego, w tym do szkół wyższych<sup>4</sup>.

Pierwszym krokiem w kierunku stworzenia ogólnokrajowego systemu EKO była współpraca Ministerstwa Edukacji i Pracy (DFEE) z lokalnymi centrami kształcenia ustawicznego (TEC) i lokalnymi centrami Szkolenia i Przedsiębiorczości oraz Izbami Gospodarki, Szkolenia i Przedsiębiorczości (CCTE). Celem EKO jest poszerzenie dostępu do edukacji ustawicznej oraz podniesienie poziomu aktywności edukacyjnej społeczeństwa. W swej najprostszej formie EKO jest rachunkiem oszczędnościowym otwieranym wyłącznie przez osoby pełnoletnie. Idea EKO oparta jest na modelu trójdzielnego inwestowania w edukację tzn.: inwestycje osoby uczącej się, pracodawcy i państwa<sup>5</sup> (rys. 1. W modelu brytyjskim funkcja EKO występuje w trzech wariantach:

- funduszu akumulacji środków finansowych,
- funduszu akumulacji wraz z dodatkowymi możliwościami jakie oferują inne konta bankowe (np. zaciągania kredytu),
- funduszu akumulacji wraz z dodatkowymi możliwościami, jakie oferują konta bankowe oraz instrument rejestracji osiągnięć edukacyjnych.

EKO jest kontem o preferencyjnym charakterze tzn. jest zasilane z budżetu państwa. W przypadku programów pilotażowych, realizowanych w latach 2000 – 2001, bodźce finansowe państwa zorientowane na wspieranie inwestycji edukacyjnych osób prywatnych, obejmowały:

- wkład finansowy państwa w wysokości 150 funtów w pierwszym roku funkcjonowania konta uzależniony od wniesienia niewielkiego udziału

<sup>4</sup>D. Robertson: The Learning Bank: Rethinking the Funding of Relationships in British higher Education, “Higher Education Review” nr 2/1997, s. 18 – 20.

<sup>5</sup> K. Bielecki, A. Kaźmierczak: Edukacyjne konta osobiste: alternatywny mechanizm finansowania edukacji ustawicznej i szkolnictwa wyższego. Wyd. SGH, Warszawa 2002, s. 16.

własnego (25 funtów) przez posiadacza konta (subwencję przewidziano dla pierwszego miliona kont),

- 20-procentowa zniżka kosztów czesnego, wynoszących nie więcej niż 500 funtów w ciągu roku,
- 80-procentowa zniżka kosztów czesnego w przypadku priorytetowych programów kształcenia, rozwijających umiejętności informatyczne,
- dodatkowy dochód pracowników, otrzymujących wsparcie finansowe od swoich pracodawców (środki transferowane na konto), zwolniony od podatku dochodowego oraz obciążeń z tytułu kosztów ubezpieczenia społecznego,
- wpłaty pracodawców na konta edukacyjne, podobnie jak inne koszty szkolenia ponoszone przez pracodawcę, wyłączone z opodatkowania przedsiębiorstwa.

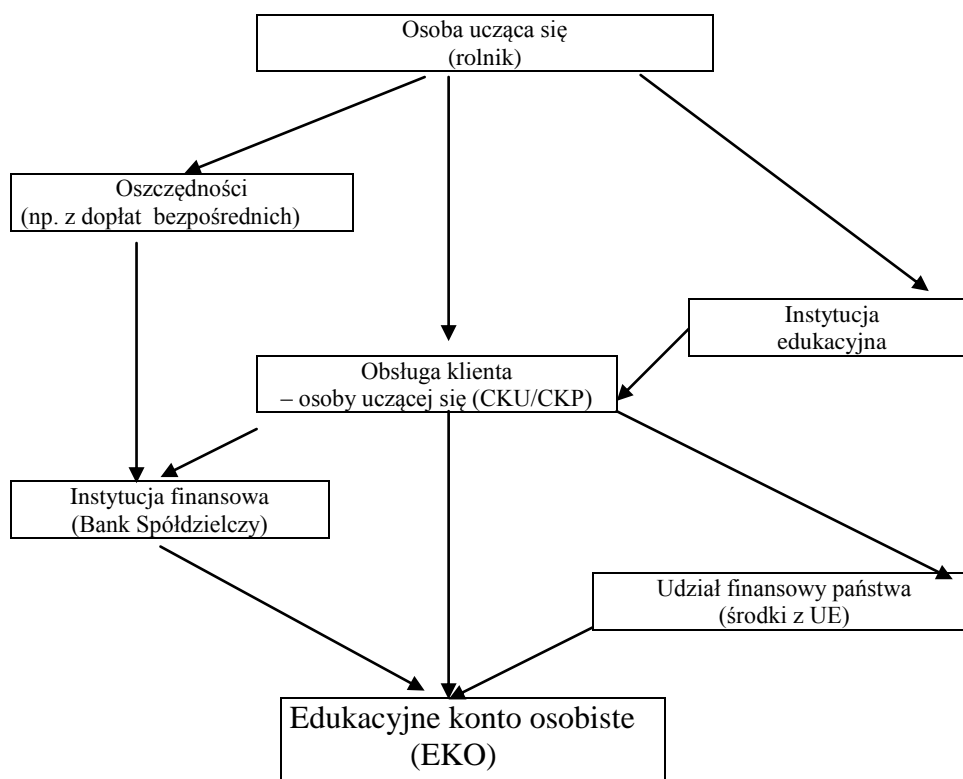
Środki z EKO mogą być wydatkowane wyłącznie na cele edukacyjne. Właściciel konta sam decyduje o wyborze oferty edukacyjnej. Jeśli dostawca usługi edukacyjnej spełnia warunek akredytacji placówki szkoleniowej, a także wybrany przez użytkownika program edukacyjny spełnia warunki dopuszczalności do korzystania z bodźców finansowych, wówczas dostawca może ubiegać się o kwotę dyskonta kosztów kształcenia oraz transfer pieniędzy. Sposób wydatkowania środków publicznych z EKO podlegał tylko dwóm ograniczeniom. Pierwszym z nich była akceptacja programu edukacyjnego dokonana przez Uniwersytet Gospodarki Narodowej (Uff). Drugim zaś, że pieniądze publiczne (uzupełnione o „początkowy wkład własny klienta”) mogły być wydatkowane na szkolenia, które było powiązane z obecną bądź planowaną pracą zawodową. EKO powinno także umożliwiać dokumentowanie zdobytego wykształcenia za pomocą technik informacyjnych i tzw. „kart inteligentnych” (smarcards).

W warunkach polskich EKO dla rolników byłoby zasilane z dwóch źródeł: wkładu własnego właściciela konta oraz z budżetu państwa (środki funduszy strukturalnych UE przeznaczonych na kształcenie ustawiczne w ramach 16 regionalnych programów operacyjnych, programu operacyjnego – Kapitał Ludzki oraz PROW oś 1: Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego<sup>6</sup>). Zasilanie z budżetu państwa byłoby uruchamiane po wniesieniu wkładu własnego rolnika (minimalny poziom ustalany byłby przez rząd). Wkład finansowy państwa stanowiłby ustaloną wielokrotność wkładu własnego rolnika w pierwszym roku funkcjonowania konta (nie wyższy jednak niż ustalony przez rząd pułap dofinansowania). Bank, który pełniłby funkcję operatora konta, współpracowałby z administratorem EKO (biurem obsługi klienta), którym byłyby Centra Kształcenia Ustawicznego (CKU) oraz Centra Kształcenia Praktycznego (CKP). Do ich zadań należałoby m.in.:

---

<sup>6</sup> W ramach osi 1 PROW przewidziano m.in. 400 mln EUR na działanie 114: Korzystanie z usług doradczych przez rolników oraz posiadaczy lasów oraz 50 mln EUR na działanie 111: Szkolenia zawodowe dla osób zatrudnionych w rolnictwie i leśnictwie.

- identyfikacja i analiza potrzeb edukacyjnych i finansowych potencjalnych użytkowników EKO,
- rzetelna informacja o EKO oraz prezentacja korzyści płynących z posiadania konta,
- stosowanie działań marketingowych promujących konta EKO,
- kontakty z partnerami społecznymi (związki zawodowe, organizacje pozarządowe, urzędy pracy) mające na celu marketing,
- rejestracja chętnych do otwierania kont EKO (kontakt osobisty, telefon, internet),
- rejestracja instytucji edukacyjnych świadczących usługi dla posiadaczy EKO,
- orientacja i doradztwo edukacyjne,
- orientacja i doradztwo zawodowe,
- zarządzanie płatnościami państwa (m.in. kontrola przepływu środków oraz rejestracji dofinansowanych usług edukacyjnych).



Rysunek 1. Powiązania między uczącą się jednostką, państwem, instytucją finansową oraz dostawcą usług edukacyjnych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: K. Bielecki, A. Kaźmierczak: Edukacyjne konta osobiste..., op. cit., s. 19.

CKU i CKP wespół z Ośrodkami Doradztwa Rolniczego (ODR) ustaliłyby kryteria wyboru rolników, których gospodarstwa w pierwszej kolejności odczułyby skutki modernizacji rolnictwa w ramach PROW na lata 2007 – 2013. W pierwszej grupie naboru na EKO mogłyby to np. być posiadacze gospodarstw rolnych o areale poniżej 5 ha.

### **Przeobrażenia polskiej wsi sprzyjające wdrożeniu koncepcji Edukacyjnych Kont Osobistych**

Ocena ex – ante projektu PROW na lata 2007 – 2013 wskazuje na wiele słabych stron rozwoju polskiego rolnictwa i obszarów wiejskich. Istnienie tych słabości jest mocnym argumentem uzasadniającym wdrożenie koncepcji EKO jako instrumentu finansowania działań osi 3: Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej. Uwarunkowania sprzyjające implementacji w Polsce modelu brytyjskiego EKO są związane z:

- położeniem obszaru geograficznego obszarów wiejskich,
- strukturą gruntów,
- trendami demograficznymi,
- wykształceniem mieszkańców wsi.

W Polsce obszary wiejskie definiowane, jako tereny położone poza granicami administracyjnymi miast, stanowią 93,2% powierzchni kraju. Tak wysoki odsetek obszarów wiejskich przesądza o, istotnym dla rozwoju kraju tempie przemian społeczno – ekonomicznych w XXI wieku. Cechami stanowiącymi obiektywne bariery dla rozwoju sektora rolnego i obszarów wiejskich są:

- 1) niekorzystne warunki naturalne do prowadzenia produkcji rolnej, takie jak: duży udział gleb słabych i zakwaszonych, niewielkie opady oraz krótki okres wegetacyjny;
- 2) duży udział powierzchni rolnych o niekorzystnych warunkach gospodarowania – 9228,29 tys. ha co stanowi 56, 52% ogółu powierzchni użytków rolnych w Polsce. Utrudnienia w prowadzeniu gospodarstw na obszarach zagrożonych porzuceniem i marginalizacją wymagają od rolników większego zaangażowania wiedzy, sił i środków niż w innych częściach Europy.

Z kolei presja wielkich aglomeracji prowadzi do sytuacji, w której na obszarach wiejskich podmiejskich coraz słabszą rolę odgrywa rolnictwo, a zaczynają nabierać znaczenia funkcje nierolnicze jak np. handel i usługi. Taki stan rzeczy prowadzi do zaniku dotychczasowego krajobrazu i architektury. Tym samym rozwój mieszkalnictwa i innych funkcji gospodarczych wypiera rolnictwo z obszarów podmiejskich w kierunku peryferii. To zróżnicowanie regionalne rozwoju obszarów wiejskich stwarza możliwość by EKO oferowało możliwość finansowania usług kształcenia dostosowaną do lokalnych uwarunkowań.

W Polsce liczebnie dominują gospodarstwa małe, o powierzchni do 5 ha (stanowią one 72,5% ogólnej liczby gospodarstw<sup>7</sup>), które użytkują 18,3% użytków rolnych. Gospodarstwa powyżej 20 ha użytków rolnych, w tym największe, stanowią zaledwie 4,3%, ale w ich użytkowaniu pozostaje 43,2% powierzchni użytków rolnych. Udział gospodarstw średnich (od 5 do 20 ha użytków rolnych) wynosi 23,4% ogólnej liczby gospodarstw. Gospodarstwa te użytkują 38,6% użytków rolnych. Takie rozdrobnienie działalności rolniczej powoduje, że wpływ rolnictwa na wskaźniki makroekonomiczne (przede wszystkim udział w Produkcji Krajowym Brutto) jest stosunkowo niewielki. W 2004 udział rolnictwa w PKB kształtował się na poziomie 4,5%.

Na obszarach wiejskich w Polsce mieszka 38,6% ogółu ludności, tj. 14 733 tys. Udział ludności wiejskiej w Polsce jest wysoki, choć zróżnicowany regionalnie, co uwidacznia tabela 1.

Tabela 1. Ludność Rzeczypospolitej Polskiej – stan na 31 grudnia 2005 r.

Wyszczególnienie	Ludność		
	Ogółem w tys.	Na 1 km <sup>2</sup>	Na obszarach wiejskich jako % ludności ogółem
Dolnośląskie	2 888	145	28,9
Kujawsko-Pomorskie	2068	115	38,5
Lubelskie	2 180	87	53,3
Lubuskie	1 009	72	35,9
Łódzkie	2 577	141	35,4
Małopolskie	3 266	215	50,4
Mazowieckie	5 158	145	35,3
Opolskie	1 047	111	47,4
Podkarpackie	2 098	118	59,6
Podlaskie	1 200	59	40,8
Pomorskie	2 199	120	32,7
Śląskie	4 686	380	21,4
Warmińsko-Mazurskie	1 429	59	40,0
Wielkopolskie	3 372	113	42,9
Zachodniopomorskie	1 694	74	30,8
<b>Łącznie</b>	<b>38 157</b>	<b>122</b>	<b>38,6</b>

Zródło: GUS 2006.

Z tabeli 1 wynika, że nawet w województwie o najniższym odsetku ludności wiejskiej (śląskie - 21,4%) co piąty mieszkaniec mógłby być potencjalnie zainteresowany założeniem EKO.

Średnia wieku mieszkańca wsi wynosi prawie 35 lat. Dla założenia EKO to bardzo korzystny przedział wiekowy. Posiadacz EKO jest już na tyle dojrzały by uświadomić sobie własne braki w wiedzy i umiejętności i na tyle jeszcze młody,

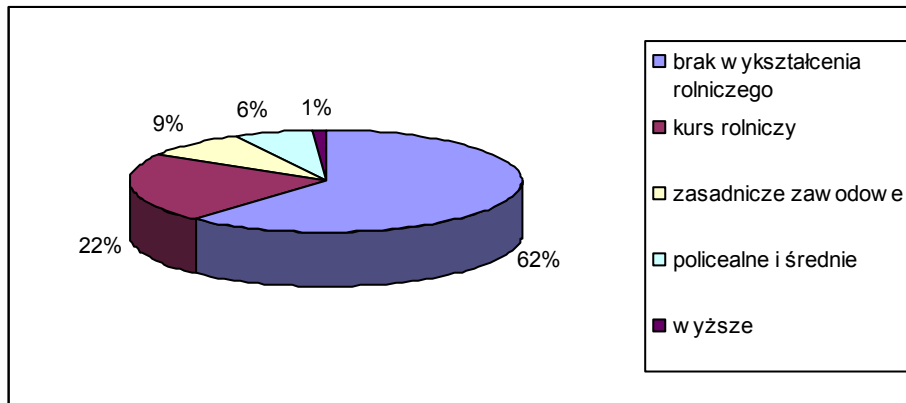
<sup>7</sup> W roku 2005 funkcjonowało łącznie 2 733 363 gospodarstw rolnych z czego w sektorze prywatnym 2 732 270, natomiast w sektorze publicznym 1 094 jednostek.

aby wprowadzić zmiany w swojej aktywności zawodowej np. po przekwalifikowaniu.

Na wsi w latach 2000-2005 zwiększył się odsetek ludności w wieku produkcyjnym – z 56,8% do 60,7%. Szacuje się, że w kolejnych latach ten odsetek jeszcze wzrośnie, aby w 2015 roku wynieść 63,7%. Wiek produkcyjny jest najlepszym okresem do podjęcia decyzji o założeniu EKO, a wzrost odsetka osób na wsi w wieku produkcyjnym powinien zabezpieczyć popyt na ten typ usług bankowych. Ponadto czynnikiem sprzyjającym EKO są zachodzące na obszarach wiejskich procesy migracyjne. Począwszy od 2000 roku obserwuje się większy napływ ludności z miast na wieś niż odpływ ze wsi do miast. Zjawisko to było szczególnie widoczne w 2002 r. Jak szacuje GUS trend w kolejnych latach będzie się utrzymywał (odsetek mieszkańców wsi z 38,3% w 2002 roku może wzrosnąć aż do 42,6% w 2030 roku). Jedną z przyczyn jest np. osiedlanie się na wsi ludności miejskiej. Ta nowa kategoria mieszkańców wsi to reprezentanci stosunkowo zamożnej grupy społecznej, która osiedla się w okolicach dużych aglomeracji i głównych szlaków komunikacyjnych. Poziom życia tej grupy ludności może wpływać na chęć zmiany stylu życia przez rdzennych mieszkańców wsi (poszukiwania źródeł zarobkowania poza rolnictwem).

Poziom wykształcenia zarządzających gospodarstwami rolnymi stanowi istotną przesłankę do zachęcenia rolników, aby zainteresowali się EKO i w efekcie inwestycji w edukację polepszyli wyniki opłacalności swej działalności rolniczej. Według GUS w 2005 roku 61,5% gospodarstw było kierowanych przez osoby nie posiadające wykształcenia rolniczego, a 22,2% przez osoby z ukończonym kursem rolniczym, jako najwyższym poziomem wykształcenia rolniczego, co przedstawia rysunek 2. Ponadto w strukturze gospodarstw rolnych przeważają gospodarstwa kierowane przez osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym o charakterze nierolniczym (28,7%), zaledwie 1,2% posiada dyplom ukończenia studiów rolniczych (GUS 2006). Znamienita większość rolników nie ma wiedzy nt. nowoczesnych metod zarządzania, zasady wzajemnej zgodności (ang. cross-compliance), nisz rynkowych etc. W celu zwiększenia aktywności społeczno-zawodowej osób kierujących gospodarstwami rolnymi powinno się dążyć do podnoszenia kwalifikacji zawodowych tych osób oraz wprowadzać instrumenty ułatwiające rozpoczynanie prowadzenia działalności rolniczej przez osoby wykształcone. Temu właśnie celowi służyłoby EKO jako instrument finansowania procesu kształcenia ustawicznego.





Rysunek 2. Udział gospodarstw rolnych w ogólnej liczbie gospodarstw według poziomu wykształcenia rolniczego osoby kierującej gospodarstwem w 2005 r.

Źródło: Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2005, GUS 2006

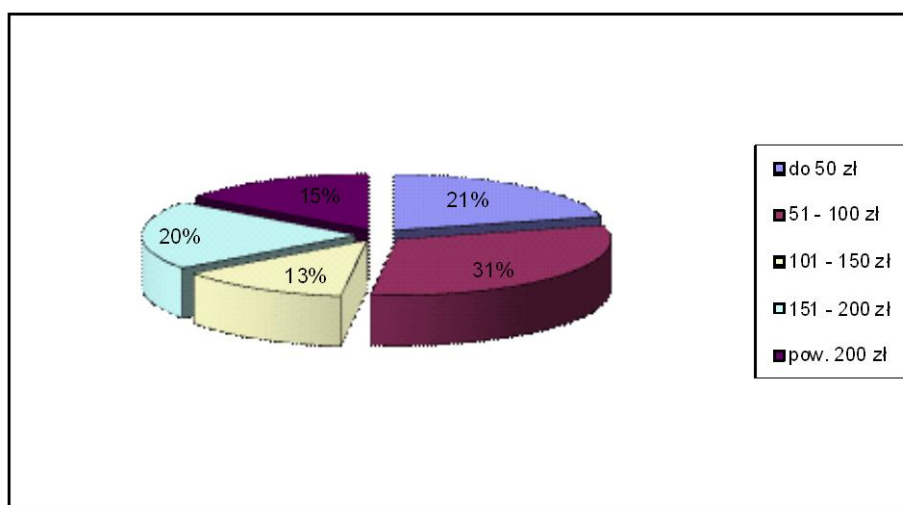
Niski poziom wykształcenia ludności wiejskiej, obok niekorzystnego tempa modernizacji rolnictwa, zmniejsza możliwość szerszego rozwinięcia pozarolniczej działalności gospodarczej na wsi jako źródła alternatywnego zatrudnienia dla występujących nadwyżek siły roboczej. Równocześnie poziom wykształcenia ludności w wieku produkcyjnym oraz szanse na wykształcenie osób w wieku przedprodukcyjnym na wsi są gorsze aniżeli w mieście. Na ten stan ma wpływ nie tylko niższy poziom ukończenia edukacji (głównie zasadnicze zawodowe), lecz także niższy poziom kształcenia szkolnego i przedszkolnego na wsiach w porównaniu z miastem.

W sektorze I (rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo) w Polsce nadal pracuje za dużo osób (w UE - 4,9%), a odsetek ludności wiejskiej pracującej poza rolnictwem (11,3%) jest znacznie niższy niż np. w Republice Grecji (29,6%), Republice Włoskiej (25,6%), Republice Portugalii (18,7%) czy Republice Czech (17,1%)<sup>8</sup>. Polska powinna zatem w pełni wykorzystać możliwość pozyskania funduszy strukturalnych UE na finansowanie inwestycji w kapitał ludzki na wsi zgodnie z potrzebami krajowymi (modernizacja gospodarstw rolnych) i wymogami globalnej gospodarki opartej na wiedzy (GOW).

<sup>8</sup> Polska Wieś 2006, FDPA 2006.

## Opinie rolników na temat możliwości wdrożenia koncepcji Edukacyjnych Kont Osobistych w Polsce

Badania zostały przeprowadzone w 2007 roku wśród rolników woj. lubelskiego, którego wskaźnik PKB na mieszkańca był najniższy w Polsce i w UE (33% średniej unijnej w stosunku do najwyższego wskaźnika 278% w Centralnym Londynie<sup>9</sup>). Badaniami<sup>10</sup> objęto reprezentację 100 rolników, którzy otrzymują dopłaty bezpośrednie z UE. Ta kategoria rolników jest klientem banków ze względu na wymóg posiadania konta bankowego do przelewu środków z dopłat bezpośrednich. Banki przekazują swoim klientom na bieżąco informacje o nowych produktach bankowych. Rolnicy mogliby zatem również otrzymać informacje o EKO. Najistotniejszą kwestią w przeprowadzonych badaniach ankietowych było ustalenie wysokości deklarowanego przez rolnika wkładu własnego na EKO, co przedstawia rysunek 2, jego oczekiwania wobec wsparcia finansowego z budżetu państwa, co przedstawia rysunek 3, oraz rodzaju zachęt, jakie powinien przygotować bank dla swoich klientów zawartych w tabeli 2.



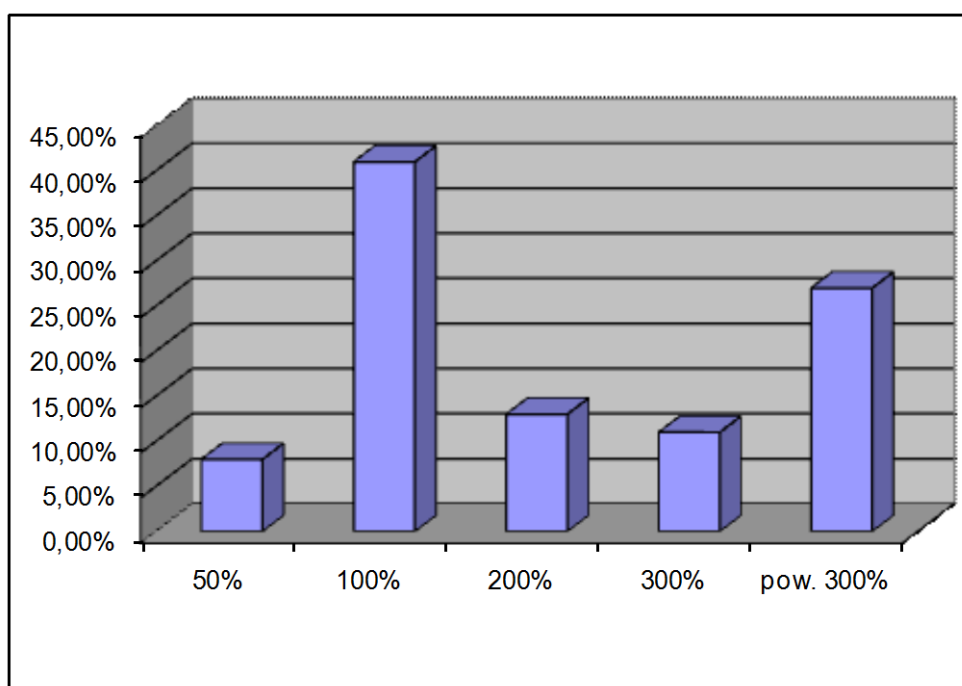
Rysunek 3. Opinie rolników na temat wysokości deklarowanego wkładu własnego na EKO.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród rolników woj. lubelskiego.

<sup>9</sup> Eurostat 2003.

<sup>10</sup> Badania są przeprowadzane w ramach grantu Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego pt.: Rola funduszy strukturalnych w budowie gospodarki opartej na wiedzy (kształcenie ustawiczne) - umowa nr 0208/H03/2007/32.

Rolnicy dostrzegali konieczność inwestycji w edukację, co przejawiało się w deklaracji przeznaczenia na EKO wkładu własnego. Co trzeci respondent mógłby rocznie zdeponować ponad 200 zł i to właśnie ta grupa mogłaby potencjalnie zgromadzić największy depozyt w banku w sytuacji gdyby budżet państwa dofinansował co najmniej o 100% wkład własny rolnika. Rolnicy dość ostrożnie wypowiedzieli się co do swoich oczekiwań finansowych wobec państwa. Tylko co trzeci respondent oczekiwałby co najmniej trzykrotnej wielokrotności swego wkładu. Uwzględniając ceny rynkowe usług edukacyjnych i deklarowany wkład własny rolnika budżet państwa ponosiłby w ramach EKO główny ciężar kosztów kształcenia ustawicznego. Z kolei banki musiałyby przygotować się na obsługę pokolenia klientów, które jest świadome konkurencji usług w tej branży. W gamie oczekiwań rolnicy wymieniali również chęć skorzystania z możliwości obsługi w ramach bankowości elektronicznej. To pozytywny objaw przystosowywania się do wymogów społeczeństwa informatycznego.



Rys. 3. Oczekiwania rolników na temat minimalnej wielokrotności wkładu własnego jaki budżet państwa powinien przekazać na EKO.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród rolników woj. lubelskiego.

Tabela 2. Zachęty jakie bank powinien stosować wobec użytkowników EKO w opinii rolników w (%).

Rodzaj zachęty	z.t.	r. t.	r.n.	z.n.	t.p.
1. Premiowanie oszczędzania lokat na EKO	60	37	2	-	1
2. Niższa stopa procentowa od przekroczenia salda na rachunku	39	48	10	-	3
3. Korzystniejsze oprocentowanie wkładów	62	32	5	-	1
4. Niższe oprocentowanie kredytów	61	26	5	1	7
5. Bezpłatne lub niskopłatne usługi podstawowe EKO (opłaty i prowizje)	51	40	7	-	2
6. Bezpłatne lub niskopłatne usługi dodatkowe EKO (opłaty i prowizje)	39	44	8	-	9
7. Bezpłatne korzystanie z karty bankowej/płatniczej/kredytowej	47	33	9	4	7
8. Techniki informacyjne w bankowości detalicznej (telefon, Internet, bankowość elektroniczna)	25	42	17	3	13
9. Uprozczone procedury (jakość i szybkie tempo obsługi klienta)	50	43	2	2	3
10. Bezpłatne doradztwo finansowe	42	43	8	2	5
11. Akcje promocyjne	22	48	10	6	14

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród rolników woj. lubelskiego.

z.t. – zdecydowanie tak

r.t. – raczej tak

r. n.- raczej nie

z.n. – zdecydowanie nie

t.p. trudno powiedzieć

## Zakończenie

Programowanie UE na lata 2007 – 2013 jest najkorzystniejszym okresem do podjęcia działań w zakresie implementacji EKO w Polsce. Decyduje o tym korzystny układ wielu czynników warunkujących rozwój społeczno – ekonomiczny naszego kraju. W okresie późniejszym tak sprzyjające uwarunkowania mogą się już nie powtórzyć. W szczególności chodzi o synergię trzech płaszczyzn:

- finansowej (II okres programowania jest pierwszym i zarówno ostatnim okresem w historii naszego uczestnictwa w UE, który charakteryzuje się tak dużą skalą pomocy<sup>11</sup>; po 2013 roku większa pomoc będzie skierowana do biedniejszych od Polski nowych członków UE);

<sup>11</sup> PROW na lata 2007- 2013 pochłonie 17,21 mld EUR. Bruksela zaakceptowała już ten największy w historii Unii Europejskiej projekt. Polska otrzyma również 9,7 mld EUR na realizację w latach 2007 – 2013 Programu Operacyjnego – Kapitał Ludzki.

- edukacyjnej (II okres programowania w jeszcze większym stopniu niż poprzedni kładzie nacisk na inwestycje w kapitał ludzki, w tym na edukację ustawiczną; znajduje to odzwierciedlenie w określeniu podobnych priorytetów w wielu programach operacyjnych);
- mentalnościowej (w II okresie programowania, przy okazji modernizacji polskiego rolnictwa, należałoby wykorzystać czas na próbę zmiany postaw ludzkich w kierunku uświadomienia sobie roli nauki w życiu<sup>12</sup> i jej wpływu na poziom życia.)

Dzięki tej synergii EKO mogłoby być zarówno instrumentem wspomagającym proces przekwalifikowania zawodowego jak i uzupełniania wiedzy rolniczej.

Implementacja EKO w warunkach polskich wymagałaby przede wszystkim:

1. Przygotowania podstaw prawnych do wprowadzenia EKO w systemie finansowania kształcenia ustawicznego. Należałoby rozszerzyć aktualny zakres zadań statutowych CKU i CKP o kompetencje biura obsługi klienta EKO.
2. Sfinansowania przez banki spółdzielcze opracowania kampanii reklamowej nowego produktu bankowego. Reklama tego typu usług jest bardzo specyficzna. Usługa bankowa jest bowiem niematerialna i stąd trudność porównań jej z innymi produktami. Odnosi się do wykorzystania pieniądza jako szczególnego towaru. W większości przypadków jest to usługa skomplikowana i wymagająca wyjaśnień i instrukcji dla nabywcy w znacznie większym stopniu niż w przypadku dóbr materialnych. Produkty bankowe są środkami do realizacji innych celów, często nie do końca uświadamianych, a nierzadko bardzo odroczone w czasie.
3. Włączenia do oferty programowej w ramach obowiązkowej nauki szkolnej jak i podczas studiów zajęć z ekonomiki kształcenia, których celem byłoby przekazywanie informacji o możliwości pozyskiwania środków finansowych na kształcenie w różnych etapach życia człowieka (w tym o EKO).
4. Przeprowadzenia szkoleń na temat obsługi EKO wśród pracowników reprezentujących sektor: bankowy, instytucji edukacyjnych, ośrodków doradztwa, rynku pracy, pomocy społecznej.

Realizacja powyższych działań spowoduje, że potencjał turystyki wiejskiej postrzegany, jako generator alternatywnego dochodu na obszarach wiejskich, rzeczywiście uwidoczni wizję PROW w praktyce.

---

<sup>12</sup> Według GUS w 2006 r. poziom kształcenia ustawicznego osób w przedziale 25 - 64 lata wynosił 0,61% na obszarach wiejskich.

## Literatura

- Bielecki P., Kaźmierczak A.: Edukacyjne konta osobiste: alternatywny mechanizm finansowania edukacji ustawicznej i szkolnictwa wyższego. Wyd. SGH, Warszawa 2002.
- Burke G.: Financing Lifelong Learning: a review of needs and options. Centre for the Economics of Education and Training, Monash University, Acer 2001
- Edukacja ustawiczna 2005. MEN, Warszawa 2005
- Glogowski E., Munch M.: Nowe usługi finansowe. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994
- Grzegorzcyk W.: Reklama i promocja usług bankowych. Wyd. Biblioteka Menadżera i Bankowca, Warszawa 1996
- Kowalska I.: Finansowe instrumenty wspierania sektora edukacji w erze gospodarki opartej na wiedzy. In: Edukacja wobec wyzwań i zadań współczesności i przyszłości. Strategie rozwoju. J. Szempruch (ed.). Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2006, pp. 126 – 136
- Lifelong Learning in the Global Knowledge Economy: Challenges for Developing Countries. The World Bank Group 2003
- Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013 –projekt Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, czerwiec 2007
- Uwarunkowania i kierunki przemian społeczno-gospodarczych na obszarach wiejskich. Praca pod red. A. Rosnera. Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Warszawa 2005.

## Streszczenie

Edukacyjne konto osobiste (EKO) jest propozycją instrumentu finansowania edukacji ustawicznej w Polsce. Może ono przyczynić się do wzrostu liczby miejsc pracy na wsi w sektorze pozarolniczym (np. w agroturystyce). W artykule zaprezentowano:

- brytyjski model koncepcji EKO,
- słabe strony rozwoju wsi i rolnictwa wymuszające inwestycje w edukację ustawiczną,
- opinie rolników na temat wdrożenia koncepcji EKO w Polsce.

## Summary

Individual Learning Account (EKO) is the proposal of financing constant education tool in Poland. EKO will cause rise of number of work places in the country but not in agricultural sector (f.e. agrotourism). The article describes:

- british model of EKO conception,
- weaknesses of agriculture development which give occasion to invest in continual education,
- possibility initiation EKO conception in farmers' opinion.

## **CZEŚĆ II**

---

**Potencjał turystyczny obszarów  
wiejskich wybranych regionów**





**Bogusław Stankiewicz**

Katedra Doradztwa w Agrobiznesie,

**Tadeusz Szczygiel**

Katedra Prawa i Gospodarki Nieruchomościami

Wydział Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej

Akademia Rolnicza w Szczecinie

## **Potencjał turystyczny Pomorza Zachodniego i jego wykorzystanie**

### **Wstęp**

Województwo zachodniopomorskie, położone w północno-zachodniej części Polski, graniczące z Niemcami, a przez Bałtyk z Danią i Szwecją, należy do najpiękniejszych i najbardziej atrakcyjnych turystycznie regionów kraju. Terytorium województwa leży na obszarze zasięgu zlodowacenia bałtyckiego, które miało największy wpływ na ukształtowanie krajobrazów o wybitnych walorach turystycznych, zróżnicowanych tak pod względem rzeźby terenu, jak i pod względem przyrodniczym.

Charakterystyczne dla tego terenu są liczne krainy pojezierne z bogatą florą i fauną, a przede wszystkim 185-kilometrowy pas wybrzeża Bałtyku. W krajobrazie występują liczne wzniesienia morenowe, jeziora lobeliowe, torfowiska z charakterystyczną roślinnością mszarną oraz gęsta sieć rzek i cieków wodnych. Specyfika położenia województwa oraz towarzysząca jej różnorodność walorów przyrodniczo-krajobrazowych wpływa na potencjał i wysoką atrakcyjność regionu.

Województwo zachodniopomorskie w 2007 roku to 114 gmin i 21 powiatów (3 grodzkie i 18 ziemskich) o powierzchni ewidencyjnej 22.880 km kwadratowych<sup>1</sup>, co stanowi 7,3% ogólnej powierzchni Polski i sytuuje go na 5-tym miejscu wśród województw RP. Na terenach województwa zamieszkuje 1.692,8 tys. mieszkańców, z których 524,3 tys. (30,97%) to mieszkańcy wsi. Na obszarach wiejskich znajduje się 3.055 miejscowości, w których zamieszkuje przeciętnie 172 osoby. Niższą przeciętną liczbą ludności w jednej miejscowości wiejskiej charakteryzują się: województwo podlaskie – 124 osoby i warmińsko-mazurskie – 151 osób. Ogólna powierzchnia obszarów wiejskich wynosi 21519 km

---

<sup>1</sup> Obecne Województwo Zachodniopomorskie powstało 1 stycznia 1999 r. z połączenia województwa szczecińskiego (54 gminy), części województwa koszalińskiego (41 gmin), gorzowskiego (11 gmin), pilskiego (5 gmin) i województwa słupskiego (3 gminy) – Dz.U. Nr 96, poz. 603 z 1998 r. z późniejszymi zmianami.

kwadratowych, daje to najniższą w kraju gęstość zaludnienia obszarów wiejskich na 1 km kwadratowy wynoszącą 24 osoby.

Zachodniopomorskie charakteryzuje się bardzo wysokim wskaźnikiem urbanizacji – ca 69,03% ludności mieszka w miastach, ponadto do 1989 roku tereny w obecnych granicach administracyjnych wyróżniały się najwyższym w skali kraju stopniem uspołecznienia rolniczej przestrzeni produkcyjnej wynoszącym ponad 70%<sup>2</sup>.

Obszary wiejskie województwa zachodniopomorskiego ze swą rolniczą funkcją – jak twierdzi część polityków i działaczy gospodarczych – stanowią tzw. obszar problemowy, będący rezultatem niedostosowania ludności wiejskiej (w tym zwłaszcza rolników) do wymogów nowoczesnej cywilizacji. Współcześnie ową „problemowość” kreuje przede wszystkim głęboki i wielowymiarowy kryzys konwencjonalnego rolnictwa, charakterystyczny dla większości państw naszego kontynentu, uznawany niekiedy za przejaw kryzysu przełomu XX i XXI wieku. Kryzysowi rolnictwa towarzyszą strukturalne bezrobocie na wsi i ogromne dotacje do produkcji żywności. Poszukiwanie przez wiele lat sposobów rozwiązania tylko tych dwóch problemów prowadzi do coraz powszechniejszego przekonania, że w planowaniu społeczno-gospodarczym stoimy przed koniecznością opracowania nowej definicji *pojęcia poziomu rozwoju gospodarczego* i jego wzrostu oraz zastąpienia *logiki produktywności logiką rzeczywistych potrzeb społecznych*

Drugi obszar zagadnień dotyczy problemów wsi jako miejsca życia i pracy rolników oraz ludności pośrednio związanej z rolnictwem. Przejawia się to głównie w potrzebie wzmocnienia gospodarstw chłopskich, nie tylko dlatego, że są one producentem żywności, lecz także dlatego, że kształtują sposób życia i decydują o obliczu społeczno-kulturowym wsi polskiej<sup>3</sup>.

## **Determinanty rozwoju turystyki w województwie zachodniopomorskim**

### **Struktura osadnicza w strukturze przestrzennej Regionu Pomorza Zachodniego**

Sieć osadnicza województwa zachodniopomorskiego jest historycznie ukształtowana, składa się z 62 miast i 3055 wiejskich jednostek osadniczych, w tym 2100 wsi podstawowych. Struktury miejskie wykazują znaczne dysproporcje pod względem demograficznym. Najwięcej jest miast małych, liczących poniżej 5000 mieszkańców. W strukturze wiejskiej sieci osadniczej

---

<sup>2</sup> W. Zgliński, Skutki transformacji Państwowych Gospodarstw Rolnych w ujęciu przestrzennym, w: Problemy zagospodarowania terenów wiejskich w Polsce, pod red. A. Stasiaka, PAN, KPZK, Biuletyn 207, Warszawa 2003,

<sup>3</sup> A. Kaleta, Rolnictwo i wieś europejska, w: Od korzeni ku współczesnej przyszłości w XXI wieku, UMK, IRWIR PAN, Toruń-Warszawa, 1998,

dominują jednostki małe i bardzo małe – wsi o liczbie mieszkańców do 50-ciu jest 1250 (40%), wsi liczących ponad 400 mieszkańców jest tylko 300.

Hierarchia struktury osadniczej i jej poziom rozwoju są określone przez stopień rozwoju społeczno-gospodarczego oraz rolę i miejsce w układzie powiązań regionalnych, krajowych i międzynarodowych. Z podziałem hierarchicznym wiąże się rola i miejsce jednostek osadniczych w strukturze obsługi sieci osadniczej. Bazując na strategicznych dokumentach planistycznych przyjęto następującą strukturę sieci osadniczej regionu Pomorza Zachodniego:

- a) *poziom ponadregionalny z ośrodkiem metropolitarnym* – Szczecin oraz krajowy ośrodek zrównoważonego rozwoju – Koszalin,
- b) *poziom regionalny* – to grupa miast z liczbą ludności w przedziale 50-100 tys. lub zbliżoną do tej wielkości – rolę ośrodków regionalnych pełnią: Kołobrzeg, Stargard Szczeciński, Szczecinek, Świnoujście, wspomagającymi te ośrodki są: Wałecz, Świdwin, Myślibórz,
- c) *poziom subregionalny* – to: Białogard, Choszczno, Drawsko Pomorskie, Goleniów, Gryfice, Gryfino, Kamień Pomorski, Łobez, Police, Pyrzyce i Sławno,
- d) *poziom subregionalny uzupełniający*: Międzyzdroje, Darłowo, Połczyn Zdrój, Chojna i Sławno,
- e) *ośrodki rozwoju lokalnego* – to ośrodki miejskie i wiejskie będące siedzibami gmin.

Policentryczne, a zarazem skrajne do obsługiwanego rejonu, położenie ośrodków ponadregionalnych (Szczecina i Koszalina), a w szczególności lokalizacja stolicy województwa, jest uznawane za mało korzystne. Usytuowanie przestrzenne ośrodków regionalnych i miast wspomagających jest w miarę równomierne, widoczny jest natomiast brak wykształconego ośrodka ponadregionalnego w centralnej części województwa. Uwzględniając i korygując rolę aktualnych ośrodków ponadregionalnych za pomocą miernika dostępności komunikacyjnej należy stwierdzić, że znaczna większość ośrodków regionalnych i subregionalnych jest dobrze skomunikowana z ośrodkiem wojewódzkim, jednak podstawowym mankamentem jest znaczna odległość położenia – w odległości ponad 100 km od Szczecina leży ca 30% jednostek osadniczych różnej rangi.

### **Waloryzacja turystyczna Regionu Pomorza Zachodniego**

Poniżej przedstawiona waloryzacja, rozpatrywana pod kątem funkcji turystycznej obszarów wiejskich, obejmuje syntetyczną ocenę warunków naturalnych oraz antropogenicznych.

*Struktura użytkowania gruntów:*

Od stopnia zagospodarowania i użytkowania przestrzeni zależą możliwości turystycznego wykorzystania województwa. Na obszarach gmin miejskich

(zurbanizowanych) rozwijane są i będą w przyszłości inne formy turystyki, niż na obszarach o dużym udziale terenów zalesionych, z licznymi zbiornikami wodnymi usytuowanymi na obszarach rolniczej przestrzeni produkcyjnej, na której zlokalizowane są gospodarstwa rolne.

Według stanu na 1.01.2007 na ogólną powierzchnię województwa (22880 km kwadratowych) składają się:

- użytki rolne – 1104,4 tys. ha (48,3% powierzchni województwa ogółem),
- lasy i grunty zalesione – 840,6 tys. ha (36,7% powierzchni,
- pozostałe grunty – 530,0 tys. ha ( 15% powierzchni województwa ogółem).

Zbiorniki wodne i grunty sąsiadujące z nimi bezpośrednio wraz z terenami leśnymi stanowią jeden z zasadniczych czynników (komponentów) determinujących rozwój funkcji turystyczno-rekreacyjnej Pomorza Zachodniego: na obszarach wiejskich śródlądowe wody i morskie wody wewnętrzne zajmują ponad 5,7% terenu województwa (przy średniej dla Polski – 2,6%) i 15,7% powierzchni wód kraju. Pod tym względem województwo zajmuje drugie miejsce w Polsce po województwie warmińsko-mazurskim.

Gminy o największych zasobach wód powierzchniowych można zaklasyfikować do dwóch grup, charakteryzujących się odmiennymi warunkami zagospodarowania i wykorzystania dla potrzeb turystyki. Pierwszą grupę stanowią *gminy nadmorskie i nadzalewowe* wraz z jeziorami nadbałtyckimi, ciągnące się równoleżnikowo do pasa wybrzeża morskiego.

Druga grupa to *gminy pojezierzy*, leżące w centralnej i południowej części regionu, powiązane z obszarami leśnymi. Na terenie Pomorza Zachodniego znajduje się ponad 1600 otwartych zbiorników wodnych o powierzchni lustra wody powyżej 1 ha, tworzących pojezierza: Drawskie, Wałeckie, Myśliborsko-Choszczeńskie, Wełtyńskie - do największych śródlądowych zbiorników wodnych województwa (o powierzchni powyżej 1000 ha) należą: Zalew Szczeciński (687 km. kw., z tego w granicach Polski 410 km kw.), jeziora: Dąbie (5,5 tys. ha), Miedwie (3,5 tys. ha), Jamno (2,2 tys. ha) oraz mniejsze jeziora: Drawsko, Wielimie, Bukowo, Lubie.

Stan zagospodarowania turystycznego pojezierzy jest bardzo zróżnicowany. Szczególnie dużo terenów wokół atrakcyjnych zbiorników wodnych w ostatnim okresie czasu zostało zabudowanych i zurbanizowanych skutkiem rozpowszechnienia się *zjawiska tzw. drugich domów*. Ta forma zagospodarowania w wielu miejscowościach jest czynnikiem konfliktogennym, z uwagi na nierozwiązane problemy uzbrojenia terenów w elementy infrastruktury technicznej (głównie z zakresu gospodarki wodno-ściekowej). Uzupełnieniem tego segmentu terenów są obszary przywodne, położone wzdłuż rzek i cieków wodnych.

Główną rzeką regionu jest Odra z dopływami (Myśla, Kurzyca, Słupia, Rurzyca, Tywa, Płonia, Ina, Gunica). Do Zalewu Szczecińskiego wpływają: Gowienica, Welczenica, Świniec. Bałtyk jest miejscem ujścia rzek: Rega, Parsęta,

Wieprza. Przez południowo-wschodnią część województwa przepływa Drawa, a utworzony na niej szlak kajakowy należy do najpiękniejszych tego typu szlaków w Polsce.

*Lasy:*

Lasy pełnią bardzo ważną funkcję ekologiczną stanowią o dużej atrakcyjności regionu. Rozmieszczenie powierzchni leśnej w województwie nie jest równomierne. Duże kompleksy leśne, zwane „puszczami”, występują głównie w części środkowej i południowej województwa: Puszcze – Bukowa, Goleniowska, Drawska, Piaskowa, Wkrzańska, Koszalińska. Najśląbiej zalesiony jest rejon występowania najlepszych gleb rolniczych ciągnący się od Myśliborza, przez Pырzyce, Stargard Szczeciński, Nowogard po Gryfice, jak też pas nadmorski w jego środkowej części. Wyjątek stanowią lasy na wyspach Wolin i Uznam.

Przeważająca większość lasów jest własnością Skarbu Państwa (ponad 95%), a około 27% powierzchni leśnej to tereny chronione. Dostępność turystyczną lasów wyznaczają szlaki turystyczne, ścieżki rowerowe i dydaktyczne, miejsca biwakowe, parkingi, miejsca obsługi podróżnych.

W dbałości o zachowanie najcenniejszych walorów przyrodniczych na terenie województwa powołano liczne powierzchniowe formy ochrony przyrody, tworzące swoisty komponent cennej przestrzeni dla potrzeb funkcji turystycznej. Ogólna powierzchnia obszarów chronionych stanowi ponad 20% powierzchni województwa ogółem, a nasz Region posiada ca 30% powierzchni chronionej całego kraju. Do najcenniejszych obiektów tego typu należy zaliczyć: Woliński Park Narodowy oraz Drawieński Park Narodowy (część jego obszaru poza granicami województwa), 7 parków krajobrazowych (Barlinecko-Gorzowski - część, Cedyński, Drawski, Iński, Dolina Dolnej Odry, „Ujście Warty” – część, Szczeciński Park Krajobrazowy „Puszcza Bukowa), 16 obszarów chronionego krajobrazu, 81 rezerwatów przyrody, 85 użytków ekologicznych, 18 zespołów przyrodniczo-krajobrazowych.

*Antropogeniczne walory kulturowe:*

Walory antropogeniczne, będące rezultatem działalności człowieka, stanowią istotny element oferty pobytowo-pryjazdowej w regionie, pełniąc zarazem rolę ważnego czynnika wspomagającego potencjał walorów naturalnych.

Krajobraz kulturowy województwa zachodniopomorskiego składa się z kilku jednostek historycznych o specyficznych cechach. Północna część województwa należy do historycznej prowincji pomorskiej, dzielonej tradycyjnie na Pomorze Przednie i Pomorze Tyłne. Gminy usytuowane na południe od tego obszaru należą do historycznej Nowej Marchii, natomiast gminy powiatu waleckiego i gmina Czaplinek to historyczna Wielkopolska. Na tak zarysowany podział nakłada się pasmowy układ krajobrazu geograficznego, w tym krajobrazu zabytków (zabytków kultury materialnej).

Do najważniejszych komponentów należy zaliczyć:

- tereny zabytkowych średniowiecznych miast,
- tereny historycznie ukształtowanych wsi,
- zespoły dworsko-palacowe,
- zamki książęce, rycerskie i zakonne oraz nieliczne zachowane fragmenty klasztorów średniowiecznych,
- zabytki techniki i zabytki militarne,
- zabytkowe stanowiska archeologiczne, zabytki architektury (2893) i zabytki ruchome (1547).

### **Baza materialna turystyki regionu Pomorza Zachodniego i jej wykorzystanie**

Obraz turystycznych obiektów noclegowych w Województwie Zachodniopomorskim oraz zachodzące zmiany w bazie materialnej turystyki prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Turystyczne obiekty noclegowe w województwie Zachodniopomorskim w latach 2001-2006.

Wyszczególnienie	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>OGÓLEM</b>	<b>1051</b>	<b>1011</b>	<b>1011</b>	<b>914</b>	<b>840</b>	<b>850</b>
W tym:						
Hotele	50	56	56	60	64	72
Motele	6	5	4	5	6	x
Pensjonaty	17	24	18	18	19	x
Domy wycieczkowe	1	3	1	1	1	x
Schroniska młodzieżowe	27	29	26	29	29	x
Ośrodki wczasowe	452	431	418	360	329	350
Ośrodki kolonijne	74	73	77	64	46	40
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	45	48	41	40	39	x
Zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych	55	55	55	46	42	53
Kempingi	20	20	15	15	16	x
Pola biwakowe	43	39	54	53	45	x
Zakłady uzdrowiskowe	49	49	49	48	51	48
Pozostałe/niesklasyfikowane	153	131	187	120	90	x

X – brak informacji wiarygodnych, lub informacje niepełne

Źródło: Obliczenia własne na podstawie materiałów Urzędu Statystycznego w Szczecinie, Turystyka w województwie zachodniopomorskim w latach 2001-2003, US Szczecin, 2004, Turystyka w województwie zachodniopomorskim w latach 2004-2006, US Szczecin 2007, Rocznik statystyczny województwa zachodniopomorskiego 2000, US, Szczecin 2001.

Jak obrazują przedstawione dane baza materialna turystyczno-wypoczynkowa województwa zachodniopomorskiego przechodzi poważne zmiany jakościowe. Wykazane wahnięcia ilościowe – szczególnie w latach 2004-2005 - było rezultatem zmian własnościowych obiektów turystyczno-wypoczynkowych – maleje liczba ośrodków wczasowych lub podobnych (ośrodki kolonijne) będących przede wszystkim własnością zakładów pracy (przedsiębiorstw), co odpowiada procesom restrukturyzacyjnym w tychże zakładach. Na ich miejsce powstają prywatne obiekty turystyczne – hotele (wzrost w latach 2001-2006 o 44%), pensjonaty, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, a także ostatnio prywatne ośrodki wczasowe. Jeśli na przedstawiony obraz nałożymy spadkowy trend w obiektach typu pola biwakowe, wówczas możemy wnosić, że przedstawiony obraz odzwierciedla zmiany jakościowe – dążenie do osiągnięcia wyższego standardu pobytu /zamieszkania oferowanego turystom.

Z liczbą obiektów turystyczno-wczasowych nierozłącznie wiąże się liczba miejsc noclegowych oferowanych gościom (turystom). Zestawienie danych o tym elemencie turystyki zawiera tabela 2.

Tabela 2. Miejsca noclegowe w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania województwa zachodniopomorskiego w latach 2001-2006

Wyszczególnienie	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Ogółem</b>	116676	117342	21375	108217	105230	108797
W tym całoroczne	9329	38702	42972	39585	40811	41280
Hotele	5516	6106	7058	7505	7991	8305
Motele	225	194	222	255	285	216
Pensjonaty	797	1125	743	805	876	963
Domy wycieczkowe	114	214	180	153	114	114
Schroniska młodzieżowe	1798	2023	1967	1674	1566	1676
Ośrodki wczasowe	57355	55640	55580	48501	46433	50531
W tym całoroczne	12044	11235	13997	12074	12266	13328
Ośrodki kolonijne	14542	14435	15652	13064	8987	8284
Ośrodki szkol.-wypoczynk	5740	7292	4970	5202	5128	5299
Zespoły ogólnodostępnych Obiektów turystycznych	3776	4395	4937	3523	4126	4037
W tym całoroczne	283	511	611	287	380	338
Kempingi	3250	3369	3990	2926	4388	4173
Pola biwakowe	5414	5013	6556	6220	7204	7041
Zakłady uzdrowiskowe	9262	9529	9326	8774	9695	9831
W tym całoroczne	8835	9155	9082	8117	9048	9064
Pozostałe/niesklasyfikowane	7826	7028	9519	6711	4877	4864
W tym całoroczne	4790	4089	5053	2958	2273	2310

Źródło: obliczenia własne na podstawie materiałów Urzędu Statystycznego w Szczecinie z lat 2001-2007.

Na przestrzeni lat 2001-2006 zaobserwowano relatywnie niewielki wzrost liczby całorocznych miejsc noclegowych (4,96%), któremu towarzyszył spadek

o 9,3% liczby noclegów. Stabilną pozycję osiągnęły hotele – wzrost liczby miejsc o 50,6%, pensjonaty – wzrost 20,8% oraz zespoły ogólnodostępnych obiektów turystycznych – wzrost liczby miejsc całorocznych o 19,4%. Także zakłady uzdrowiskowe odnotowują stopniowy wzrost liczby pensjonariuszy (+6,1%). Swój status zawdzięczają te obiekty oferowaniem miejsc przez praktycznie cały rok, natomiast obiekty typowo sezonowe (letnie) są podatne na negatywne skutki wahań klimatyczno-pogodowych, jak też muszą się liczyć z konkurencją zagranicznych ośrodków wypoczynkowo-turystycznych zlokalizowanych w krajach, gdzie w okresie letnim nie ma anomalii pogodowych. Stąd w przypadku ośrodków wczasowych widoczny jest na przestrzeni lat 2001-2006 spadek tzw. rotacji miejsc – z 4,76 w 2001 r do 3,79 w 2006 r. Bardzo duży spadek – o czym wspominaliśmy już wcześniej – stał się udziałem ośrodków kolonijnych (- 43,04%), co jest również związane z ogólnopolskim zjawiskiem posyłania coraz mniejszej liczby dzieci na kolonie jako rezultatu zubożenia rodzin przy jednoczesnym podnoszeniu cen za turnusy kolonijne.

Kolejnym wskaźnikiem ukazującym atrakcyjność turystyczną danego województwa jest zarejestrowana oficjalnie liczba turystów korzystających z noclegów w obiektach turystycznych. Zjawisko systematycznego wzrostu liczby turystów w regionie Pomorza Zachodniego jest ukazane w tabeli 3.

Tabela 3. Turyści korzystający z turystycznych obiektów noclegowych oraz udzielone noclegi w obiektach turystycznych województwa zachodniopomorskiego w latach 2001-2006

Wyszczególnienie	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ogółem liczba turystów	1173093	1364469	1480431	1503406	1554400	1544036
Ogółem udzielone noclegi	8828036	8784704	9268390	8888396	9064907	9115675

Źródło: obliczenia własne na podstawie materiałów Urzędu Statystycznego w Szczecinie z lat 2001-2007.

W latach 2001-2006 liczba turystów korzystających w regionie Pomorza Zachodniego z obiektów noclegowych wzrosła o 31,2% osiągając poziom 91,2% liczby mieszkańców całego województwa, natomiast liczba udzielonych noclegów rosła znacznie wolniej - +3,2%, co oznacza że średnia długość pobytu spadła z 7,52 dnia w 2001 r. do 5,90 dnia w roku 2006. Skrócenie średniego okresu pobytu turysty tłumaczy się generalnie niepomyślnym stanem aury, co wielokrotnie przyspieszało planowany wyjazd klientów obiektów noclegowych.

Na koniec 2006 roku infrastruktura turystyczna (obiekty zbiorowego zakwaterowania) licząca ogółem 850 obiektów w 61,3% zlokalizowana była na obszarach wiejskich, trzy duże miasta skupiały 15,3% obiektów, a pozostałe 8 miast zaliczanych do średnich 12,0% obiektów. Najwięcej w regionie było ośrodków wczasowych – 350 (41,2% ogólnej liczby obiektów, hotele w liczbie 72 partycypowały w 8,5% liczby obiektów, ośrodki kolonijne stanowiły 4,7% ogólnej



liczby, a nie uwzględnione w tablicy zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych (53 obiekty) – 6,1% ogólnej liczby obiektów zbiorowego zakwaterowania. Tzw. pozostałe/niesklasyfikowane obiekty w liczbie 81 rozlokowane były w miastach w liczbie 32 oraz na obszarach wiejskich – odpowiednio 49.

Następnym piętrem analizy strukturalnej bazy turystycznej w Regionie jest zobrazowanie miejsc noclegowych na obszarach wiejskich według gmin. Ujęcie takie zawiera tabela 5 prezentująca dane porównawcze z lat 2003 i 2006 oraz dynamikę zmian w liczbach absolutnych i w ujęciu relatywnym.

Tabela 5. Miejsca noclegowe na obszarach wiejskich w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania Województwa Zachodniopomorskiego w latach 2003 i 2006 według gmin

Lp.	Gmina	2003	2006	2006-2003	006:2003 (%)
1.	Banie	252	248	-4	98,4
2.	Barlinek	274	262	-12	95,6
3.	Barwice	0	0		
4.	Będzino	0	149	+149	
5.	Białogard	0	0		
6.	Biały Bór	94	50	-44	53,2
7.	Bielice	0	0		
8.	Bierzwnik	350	0	-350	
9.	Biesiekierz	260	113	-147	43,5
10.	Bobolice	0	73	+73	
11.	Boleszkowice	0	0		
12.	Borne Sulinowo	181	181	0	100,0
13.	Brojce	0	0		
14.	Brzeżno	0	0		
15.	Cedynia	67	85	+ 18	126,9
16.	Chociwel	33	41	+8	124,2
17.	Chojna	99	86	-13	86,9
18.	Choszczno	69	46	-23	66,7
19.	Czaplinek	1.050	1.050	0	100,0
20.	Człopa	34	0	-34	
21.	Darłowo	4.357	4.065	-292	93,3
22.	Dębno Lubuskie	89	39	-50	43,8
23.	Dobra Nowogardzka	12	0	-12	
24.	Dobra Szczecińska	12	142	+130	1183,3
25.	Dobrzany	150	160	+10	106,7
26.	Dolice	16	16	0	100,0
27.	Drawno	280	0	-280	
28.	Drawsko Pomorskie	392	194	-198	49,5
29.	Dygowo	40	40	0	100,0

1	2	3	4	5	6
30.	Dziwnów	12.140	11.725	-415	96,6
31.	Golczewo	0	0		
32.	Goleniów	50	50	0	100,0
33.	Gościno	0	0		
34.	Gryfice	12	12	0	100,0
35.	Gryfino	390	194	-198	49,5
36.	Grzmiąca	0	0		
37.	Ińsko	647	280	-367	43,3
38.	Kalisz Pomorski	141	45	-96	31,9
39.	Kamień Pomorski	733	325	-408	44,3
40.	Karlino	120	120	0	100,0
41.	Karnice	113	141	+28	124,8
42.	Kobyłanka	546	413	-133	75,6
43.	Kołbaskowo	0	214	+214	
44.	Kołobrzeg	4.781	4.231	-550	88,5
45.	Kozielice	0	0		
46.	Krzęcin	0	0		
47.	Lipiany	78	0	-78	
48.	Łobez	4	0	-4	
49.	Manowo	168	132	-36	78,86
50.	Marianowo	124	44	-80	35,5
51.	Maszewo	99	99	0	100,0
52.	Melechowo	0	50	+50	
53.	Mielno	13.856	13.092	-764	94,5
54.	Mieszkowice	0	0		
55.	Międzyzdroje	7.022	7.022	0	100,0
56.	Mirosławiec	263	158	-105	60,1
57.	Moryń	224	232	+8	103,6
58.	Myślibórz	282	282	0	100,0
59.	Nowe Warpno	286	0	-286	
60.	Nowogard	122	68	-54	55,7
61.	Nowogródek	32	32	0	100,0
62.	Osina	17	17	0	100,0
63.	Ostrowice	25	25	0	100,0
64.	Pełczyce	23	23	0	100,0
65.	Płoty	0	0		
66.	Polanów	120	100	-20	83,3
67.	Police	191	135	-56	70,7
68.	Połczyn	5.439	4.493	-946	82,6
69.	Postomino	582	501	-81	86,1
70.	Przelewice	0	0		
71.	Przybiernów	0	0		
72.	Pyrzyce	52	52	0	100,0
73.	Radowo Małe	0	0		
74.	Rąbino	0	0		
75.	Recz	0	0		
76.	Resko	6	6	0	100,0
77.	Rewal	16.304	14.039	-2.265	86,1

1	2	3	4	5	6
78.	Rymań	7	0	-7	
79.	Sianów	181	181	0	100,0
80.	Siemysł	0	0		
81.	Sławoborze	0	0		
82.	Sławno	164	164	0	100,0
83.	Stara Dąbrowa	0	104	+104	
84.	Stare Czarnowo	76	114	+38	150,0
85.	Stargard Szczeciński	76	0	-76	
86.	Stepnica	118	18	-100	15,3
87.	Suchań	42	42	0	100,0
88.	Szczecinek	110	94	-16	85,5
89.	Świdwin	0	0		
90.	Świerzno	0	0		
91.	Świeszyno	48	0	-48	
92.	Trzcińsko	15	0	-15	
93.	Trzebiatów	5.684	4.529	-1.155	79,7
94.	Tuczno	350	350	0	100,0
95.	Tychowo	0	0		
96.	Ustronie	8.004	5.406	-2.598	67,5
97.	Walcz	116	116	0	100,0
98.	Warnice	0	0		
99.	Węgorzyno	40	0	-40	
100.	Widuchowa	70	80	+10	114,3
101.	Wierzchowo	0	0		
102.	Wolin	2.195	1.369	-826	62,4
103.	Złocieniec	832	1.531	+699	184,0
	<b>RAZEM</b>	<b>91.231</b>	<b>79.520</b>	<b>-11.711</b>	<b>87,2</b>

Źródło: obliczenia własne na podstawie materiałów Urzędu Statystycznego w Szczecinie za lata 2003 i 2006

W 2006 roku na 103 gminy województwa zachodniopomorskiego w 25-ciu nie było ani jednego miejsca noclegowego w obiektach zbiorowego zakwaterowania, natomiast w pozostałych nastąpił wyraźny spadek tychże miejsc do poziomu nieco ponad 87% z roku 2003. Regres dotknął przede wszystkim gminy pasa nadmorskiego – Dziwnów, Kamień Pomorski, Kołobrzeg, Mielno, Postomino, Rewal, Trzebiatów, Ustronie, Wolin, jedynie gmina Międzyzdroje zachowała swój stan posiadania. Jest to spowodowane przemianami zachodzącymi zarówno w sferze własności obiektów – likwidacja obiektów będących własnością przedsiębiorstw- jak też w ich standardzie, co najczęściej skutkuje zmniejszeniem liczby miejsc noclegowych. Inną przyczyną ograniczania globalnej liczby omawianych miejsc jest zamykanie obiektów przestarzałych lub nierentownych przy lepszym wykorzystywaniu posiadanego potencjału noclegowego.

Przeciwnie zjawisko występuje w środkowej części województwa lub w bezpośredniej bliskości Szczecina, tam w kilku gminach obserwujemy powolny proces powiększania się bazy noclegowej, co świadczy o stopniowym docenianiu ekonomicznej (dochodowej) roli turystyki właśnie na typowych obszarach wiejskich – gminy: Cedynia, Chociwel, Dobra Szczecińska (wzrost skokowy ponad 10-ciokrotny), Kobyłanka oraz Widuchowa.

Grupując gminy według kryterium liczby miejsc noclegowych – dane w tabeli 5 – otrzymujemy poniższy obraz rozwoju infrastruktury noclegowej:

- a) liczba miejsc noclegowych do 20 – 5 gmin (średnio 14 miejsc noclegowych),
- b) liczba miejsc noclegowych 21 – 50 – 13 gmin (średnio 41 miejsc noclegowych),
- c) liczba miejsc noclegowych 51 – 100 – 9 gmin (średnio 82 miejsca noclegowe),
- d) liczba miejsc 101- 200 – 16 gmin (średnio 144 miejsca noclegowe),
- e) liczba miejsc 201- 500 – 11 gmin (średnio 303 miejsca noclegowe),
- f) liczba miejsc 501 – 100 – 1 gmina,
- g) liczba miejsc powyżej 1000 – 12 gmin (średnio 6.046 miejsc noclegowych).

W grupie gmin o największej liczbie miejsc noclegowych dominują te, które zlokalizowane są w pasie nadmorskim, spoza tego obszaru występują jedynie dwie gminy, które są atrakcyjne ze względu na historię (Czaplinek, Złocieniec) – na nich rozpostarte są tereny lokalizacji umocnień byłego Wału Pomorskiego, przełamanego w pierwszym kwartale 1945 roku.

### **Możliwości finansowania rozwoju turystyki na obszarach wiejskich województwa zachodniopomorskiego w latach 2007 – 2013**

Realizacja przedsięwzięć służących wzmocnieniu konkurencyjności obszaru Polski w latach 2007-2013 uwarunkowana będzie przede wszystkim wykorzystaniem zewnętrznych instrumentów finansowych uruchamianych przez Unię Europejską w ramach trzech polityk wspólnotowych, tj. polityki spójności, Wspólnej Polityki Rolnej i Wspólnej Polityki Rybackiej.

Środki z Funduszy Strukturalnych oraz Funduszu Spójności przekazywane Polsce w ramach polityki spójności UE będą uruchamiane w ramach celu *Konwergencja* ukierunkowanego na rozwój słabo rozwiniętych regionów Wspólnoty oraz celu *Europejska Współpraca Terytorialna*. Podstawą wydatkowania tych środków będą programy operacyjne realizowane w ramach

*Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013*<sup>4</sup> zarządzane przez ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego:

- Program Operacyjny *Infrastruktura i Środowisko*,
- Program Operacyjny *Innowacyjna Gospodarka*,
- Program Operacyjny *Kapitał Ludzki*,
- 16 Regionalnych Programów Operacyjnych zarządzanych przez poszczególne Zarządy Województw, oraz programy operacyjne Europejskiej Współpracy Terytorialnej<sup>5</sup>.

Z punktu widzenia realizacji przedsięwzięć o znaczeniu regionalnym i lokalnym, najważniejszym i stwarzającym zdecydowanie największą możliwość finansowych dla rozwoju funkcji turystycznej w województwie będzie *Regionalny Program Operacyjny dla Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013*<sup>6</sup>, zarządzany przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, w ramach którego dostępnych będzie dla regionu 835,4 mln euro ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Kwota ta zostanie przeznaczona na realizację przedsięwzięć w ośmiu Osiach Priorytetowych.

Projekty ukierunkowane na rozwój turystyki realizowane będą w Osi Priorytetowej 5. *Turystyka, kultura i rewitalizacja*, na realizację której alokowano 74,9 mln euro. W ramach Osi wspierane będą projekty związane z budową oraz rozbudową infrastruktury turystycznej, m.in. w zakresie: turystyki wodnej, golfowej, biznesowej oraz infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki, turystycznej bazy uzupełniającej oraz bazy noclegowej. Tworzone będą i traktowane priorytetowo, programy budowy markowych produktów turystycznych regionu, z uwzględnieniem produktów już istniejących, jak również sieci sprzedaży takich produktów (m.in. wodne szlaki turystyczne, uzdrowiska, pola golfowe, sporty konne). Szczególnie istotne znaczenie ma ukierunkowanie działań na zaspokajanie określonych potrzeb turystów oraz działania dynamizujące popyt w obszarze produktów markowych. Prowadzone będą także badania marketingowe rynku usług i produktów turystycznych.

Planowany jest także rozwój sieci punktów informacji turystycznej i kulturalnej, funkcjonujących w zintegrowanym dla całego województwa systemie regionalnej informacji, jak również tworzenie i rozwój spójnego systemu promocji turystycznej i kulturalnej regionu w kraju i za granicą.

Uzupełnieniem powyższych działań będzie wspieranie przedsięwzięć służących ochronie dziedzictwa kulturowego regionu i rozwojowi infrastruktury kulturalnej. Wsparcie przedsiębiorstw działających w obszarze turystyki możliwe będzie również w Osi Priorytetowej 1. *Gospodarka – Innowacje*

<sup>4</sup> szerzej: Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, Wstępny projekt, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.

<sup>5</sup> Patrz: Ramy finansowe w Strategii Rozwoju województw na lata 2007-2013, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.

<sup>6</sup> Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020, Szczecin 2005.

– *Technologie*, w której przewidziano instrumenty ukierunkowane na rozwój przedsiębiorstw sektora MŚP, m.in. poprzez bezpośrednie wsparcie inwestycyjne, służące podnoszeniu konkurencyjności oraz zdolności inwestycyjnej mikroprzedsiębiorstw.

Realizację projektów turystycznych o znaczeniu ponadregionalnym i krajowym przewiduje się w *Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka* w ramach Osi Priorytetowej *Polska gospodarka na rynku międzynarodowym*, na którą przeznaczono 349 mln euro ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

W ramach Osi przewidziano wsparcie przedsięwzięć niezbędnych z punktu widzenia promocji turystycznych walorów Polski, w tym tworzenie nowych, innowacyjnych typów produktów i usług turystycznych, tworzenie systemu informacji turystycznej, a także inwestycji w zakresie produktów turystycznych o znaczeniu ponadregionalnym, w tym inwestycje przyczyniające się do poprawy jakości usług turystycznych.

W Programie Operacyjnym *Cel 3 Europejska Współpraca Terytorialna – Współpraca Transgraniczna Krajów Meklemburgia-Pomorze Przednie/Brandenburgia i Rzeczypospolitej Polskiej (Województwo Zachodniopomorskie)*, realizowane będą projekty ukierunkowane na rozwój m.in. oferty turystycznej mającej znaczenie dla obszaru przygranicznego.

W Osi Priorytetowej *Wspieranie działań na rzecz infrastruktury służącej współpracy transgranicznej i poprawie stanu środowiska na obszarze pogranicza* przewiduje się m.in. wsparcie transgranicznej struktury gospodarczej, w szczególności poprzez wsparcie infrastruktury turystycznej, szczególnie turystyki wodnej, działania inwestycyjne na rzecz dalszego rozwoju oferty turystycznej i poprawy jakości istniejącej infrastruktury turystycznej (turystyka rowerowa, wodna, konna, przyrodnicza i kulturalna). Na realizację całej Osi Priorytetowej przeznaczono 55,7 mln euro.

Z kolei w *Programie Współpracy Transgranicznej Południowy Bałtyk* obejmującym wybrane regiony Polski (w tym województwo zachodniopomorskie), Litwy, Danii, Niemiec i Szwecji w ramach Osi Priorytetowej 2. *Atrakcyjność i wspólna tożsamość* zaprojektowano Działanie *Zrównoważone wykorzystywanie dziedzictwa naturalnego i kulturowego dla rozwoju regionalnego*, w którym finansowane będą m.in. projekty związane z:

- wspólnym tworzeniem zrównoważonych produktów turystycznych (np. transgraniczne szlaki tematyczne) respektujących wymogi ochrony dziedzictwa naturalnego i kulturowego,
- przygotowaniem i realizacją inwestycji pilotażowych na małą skalę usprawniających infrastrukturę turystyczną na obszarze Południowego Bałtyku (np. łańcuchy obiektów turystycznych wzdłuż wybrzeża Morza Bałtyckiego, takich jak małe porty lub przystanie jachtowe),

– wspólnymi działaniami promującymi obszar Południowego Bałtyku jako obszar turystyczny, czy rozwój i rozpowszechnianie dobrych praktyk w dziedzinie równego dostępu do oferty turystycznej na obszarze Południowego Bałtyku.

Na realizację działań w Osi 2 alokowano 34,9 mln euro ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Wspieraniu przedsięwzięć o charakterze prorozwojowym, zlokalizowanych na obszarach wiejskich, służyć będą także środki z Europejskiego Funduszu Rolnego Rozwoju Obszarów Wiejskich udostępnione w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. Środki te, w wysokości 13 230 mln euro, zostaną przeznaczone na realizację *Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich*, który, poza działaniami związanymi bezpośrednio ze wzmocnieniem sektora rolnictwa i przetwórstwa, ukierunkowany jest również na rozwój obszarów wiejskich i rozwój pozarolniczych funkcji gospodarczych, także związanych z turystyką. Służyć temu będą głównie działania realizowane w ramach Osi 3 *Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej*, na którą alokowano 2 572 mln euro.

W Działaniu *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* finansowane będą projekty dotyczące podejmowania lub rozwoju przez rolników działalności m.in. w zakresie rzemiosła lub rękodzielnictwa, a także usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem.

Wspieranie w ramach *Działania Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw* ukierunkowane jest na inwestycje związane z tworzeniem lub rozwojem mikroprzedsiębiorstw, działających m.in. w zakresie rzemiosła lub rękodzielnictwa oraz usług turystycznych i związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem.

Z kolei realizacja Działania *Odnowa i rozwój wsi* stworzy warunki dla rozwoju społeczno-ekonomicznego obszarów wiejskich i aktywizacji ludności wiejskiej przez wsparcie inwestycyjne przyznawane na realizację projektów związanych z zagospodarowaniem przestrzeni publicznej, w tym utrzymaniem, odbudową i poprawą stanu dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wsi oraz podniesieniem atrakcyjności turystycznej obszarów wiejskich. Pomoc finansowa udzielana będzie na inwestycje w zakresie:

- budowy, przebudowy, remontu lub wyposażenia obiektów:
  - pełniących funkcje publiczne, społeczno-kulturalne, rekreacyjne i sportowe,
  - służących promocji obszarów wiejskich, w tym propagowaniu i zachowaniu dziedzictwa historycznego, tradycji, sztuki oraz kultury,
  - kształtowania obszaru przestrzeni publicznej,
  - budowy remontu lub przebudowy infrastruktury związanej z rozwojem funkcji turystycznych, sportowych lub społeczno-kulturalnych,
  - zakupu obiektów charakterystycznych dla tradycji budownictwa w danym regionie,

w tym budynków będących zabytkami, z przeznaczeniem na cele publiczne,

- odnawiania, eksponowania lub konserwacji lokalnych pomników historycznych, budynków będących zabytkami lub miejsc pamięci,
- kultywowania tradycji społeczności lokalnej oraz tradycyjnych zawodów.

Finansowanie niewielkich projektów wpisujących się w lokalne strategie rozwoju możliwe będzie również w ramach Osi 4 *LEADER*, na finansowanie której przeznaczono 630 mln EUR. Działanie *Wdrażanie lokalnych strategii rozwoju* ma na celu umożliwienie mieszkańcom obszaru objętego zasięgiem Lokalnej Grupy Działania realizacji projektów w ramach lokalnej strategii rozwoju. Realizacja strategii powinna przyczynić się do poprawy jakości życia na obszarach wiejskich m.in. poprzez wzrost aktywności lokalnych społeczności oraz stymulowanie powstawania nowych miejsc pracy. Projekty mogą dotyczyć przedsięwzięć kwalifikujących się do udzielenia pomocy w ramach Działań Osi 3:

- Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej,
- Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw,
- Odnowa i rozwój wsi,

oraz innych małych projektów, które nie kwalifikują się do wsparcia w ramach działań Osi 3, ale przyczyniają się do osiągnięcia celów tej Osi, tj. poprawy jakości życia lub większego zróżnicowania działalności gospodarczej na obszarze działania Lokalnej Grupy Działania.

Istotne znaczenie dla wspierania rozwoju województwa zachodniopomorskiego, z racji jego nadmorskiego położenia, będą miały środki Europejskiego Funduszu Rybackiego uruchamiane w ramach Wspólnej Polityki Rybackiej poprzez *Program Operacyjny Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich*. Wsparcie w ramach Programu dotyczyć będzie przede wszystkim wzmocnienia sektora rybołówstwa i przetwórstwa rybnego, ale możliwe jest również finansowanie projektów ukierunkowanych na dywersyfikację działalności na obszarach zależnych od rybactwa. Działania takie przewidziano w Osi Priorytetowej 4. *Zrównoważony rozwój obszarów zależnych od rybactwa*, na którą alokowano 29,3 mln EUR.

W ramach Środka *Zrównoważony rozwój obszarów zależnych od rybactwa* przewiduje się wsparcie dywersyfikacji bądź restrukturyzacji gospodarczej i społecznej obszarów zależnych od rybactwa, w tym m.in. utrzymanie i stworzenie miejsc pracy oraz zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej czemu służyć będzie promowanie obszarów zależnych od rybactwa zarówno nadmorskich jak i śródlądowych oraz ich współpraca krajowa i międzynarodowa.

Pomoc obejmuje wzmocnienie konkurencyjności obszarów zależnych od rybactwa, restrukturyzację i reorientację działalności gospodarczej, w szczególności poprzez propagowanie ekoturystyki, wspieranie infrastruktury drobnego rybactwa i infrastruktury związanej z turystyką oraz usług na rzecz



małych społeczności rybackich, regenerację i rozwój osad oraz wiosek przybrzeżnych, gdzie prowadzi się działalność należąca do sektora rybactwa, a także ochronę i poprawę dziedzictwa przyrody oraz architektonicznego.

Uzupełnieniem środków udostępnianych przez Unię Europejską będą środki krajowe, zarówno publiczne, jak i prywatne, stanowiące wkład własny do projektów finansowanych ze źródeł zagranicznych, a także środki uruchamiane w ramach innych dostępnych zewnętrznych instrumentów finansowych, np. Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, czy Norweskiego lub Szwajcarskiego Mechanizmu Finansowego.

### **Podsumowanie**

Rola turystyki w aktywizacji gospodarczej obszarów wiejskich to również jej wpływ na lokalne struktury gospodarcze i ich ożywienie. Zasoby, które znajdują się w posiadaniu gmin i ich wykorzystanie przyczyniają się do wzrostu miejsc pracy (ograniczania bezrobocia) i uzyskiwania nowych źródeł dochodu. Dlatego strategia Unii Europejskiej dotycząca rozwoju obszarów wiejskich kluczową rolę przypisuje korzystaniu z zasobów społeczności lokalnych. Uruchomienie takich zasobów również w Województwie Zachodniopomorskim jest możliwe dzięki rozwojowi turystyki na obszarach wiejskich.

Położenie przygraniczne województwa na styku lądu i morza stwarza niepowtarzalną szansę dla dalszego rozwoju turystyki i tych jej typów, które cieszą się dużą popularnością wśród turystów zagranicznych, szczególnie z Niemiec. Ostatnio obserwuje się, iż ważnym celem wycieczek szczególnie z terenu landu Meklemburgia-Pomorze Przednie jest odwiedzanie terenów przygranicznych. Z myślą o nich należy promować nie tylko walory przyrodnicze obszarów ale i takie formy turystyki, jak turystyka rowerowa lub pobyt w gospodarstwach agroturystycznych.

Dla gmin, które włączają się w promowanie nowych form turystyki typu turystyka na rowerze, niezbędną rzeczą jest możliwość pozyskiwania środków dla współfinansowania (łącznie z poziomem województwa samorządowego) tych celów. Wraz z rozbudzeniem popytu na turystykę na obszarach wiejskich jest konieczna rozbudowa bazy noclegowej obiektów turystyki wiejskiej - budowa nowych i modernizacja istniejących obiektów. Innym, bardzo ważnym czynnikiem hamującym lub stymulującym rozwój turystyki w gminach, to stan dróg w regionie Pomorza Zachodniego. Lokalizacja województwa, a także środki które pozyskała Polska z UE na rozbudowę infrastruktury komunikacyjnej powinny umożliwić stworzenie trwałej, nowoczesnej sieci dróg wewnątrzregionalnych, co przyda nowego impulsu również rozwojowi tej ważnej gałęzi gospodarki.

## Literatura

- Kaleta A., Rolnictwo i wieś europejska, w: Od korzeni ku współczesnej przyszłości w XXI wieku, UMK, IRWIR PAN, Toruń-Warszawa 1998.
- Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, Wstępny projekt, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.
- Ramy finansowe w Strategii Rozwoju Województw na lata 2007-2013, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.
- Rocznik statystyczny województwa zachodniopomorskiego 2000, Urząd Statystyczny, Szczecin 2001.
- Strategia rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku w2020, Szczecin 2005,
- Turystyka w województwie zachodniopomorskim w latach 2001-2003, Urząd Statystyczny, Szczecin 2003.
- Turystyka w województwie zachodniopomorskim w latach 2004-2006, Urząd Statystyczny, Szczecin 2007.
- Zgliński W., Skutki transformacji Państwowych Gospodarstw Rolnych w ujęciu przestrzennym, w: Problemy zagospodarowania terenów wiejskich w Polsce, pod red. A. Stasiaka, PAN KPZK, Biuletyn nr 207, Warszawa 2003.

## Streszczenie

Artykuł poświęcono omówieniu podstawowych czynników wpływających na stan obecny turystyki na obszarach wiejskich regionu Pomorza Zachodniego. Punktem wyjścia stała się charakterystyka położenia geograficznego, sieci osadniczej oraz walorów przyrodniczych województwa, które sprzyjają rozwojowi tej gałęzi gospodarki.

Zasadniczą częścią publikacji jest analiza bazy materialnej turystyki oraz stopnia jej wykorzystania, a także kierunków i charakteru jej zmian, co opatrzone odpowiednimi zestawieniami tabelarycznymi.

Kończącą część stanowi ocena możliwości finansowania i rozwoju turystyki na obszarach wiejskich Pomorza Zachodniego w latach 2007-2013.

## Summary

The aim of the article is the appreciation of the conditions and factors affecting the tourism state in the rural areas of the West Pomeranian region. The start point has become a define of geographical bearing of the settlement networks and the province natural assets which fosters this branch of agriculture. The main part of the issue accounts the financial base analysis of tourism and its technology level. Additionally it encloses the heads off and the character of its realignments which have been assorted with relevant scale set up.

The final part is the valuation of the finance potentialities of the tourism and its progression in 2007-2013.

**Jolanta Jankowska, Grażyna Anna Ciepela,  
Roman Kolczarek, Jacek Sosnowski**  
Akademia Podlaska

## **Charakterystyka regionów turystycznych Mazowsza na przykładzie wybranych powiatów**

### **Wstęp**

Agroturystyka jest formą wypoczynku na terenach wiejskich, bezpośrednio związaną z gospodarstwem rolnym. Obecnie agroturystyka jako jedna z form pozarolniczej działalności mieszkańców wsi zdobywa coraz szersze grono zwolenników. Zdecydowany wpływ na to zjawisko ma coraz bardziej rozwijająca się moda na spędzanie wolnego czasu w bliskim kontakcie z naturalnym środowiskiem<sup>1</sup>. Powstaje coraz więcej gospodarstw agroturystycznych. W 2005 roku na terenie województwa mazowieckiego funkcjonowało 226 takich gospodarstw. Usługi agroturystyczne świadczy zróżnicowana liczba gospodarstw w poszczególnych powiatach tego województwa (tab.1-7). Liczba funkcjonujących gospodarstw agroturystycznych w danym powiecie zależy w głównej mierze od jego zasobności w atrakcje krajobrazowo – przyrodnicze i odpowiednio rozbudowanej infrastruktury.

### **Charakterystyka poszczególnych regionów turystycznych Mazowsza**

#### **Region Mazowsza Zachodniego**

Na terenie regionu Mazowsza Zachodniego w trzech powiatach: grodziskim, sochaczewskim i żyrardowskim funkcjonuje 11 gospodarstw agroturystycznych (tab.1). Mazowsze Zachodnie posiada cenne przyrodniczo tereny wzdłuż doliny Wisły oraz pojezierza gostynińskiego, a także wiele innych obszarów o dużych walorach przyrodniczo - krajobrazowych.

Teren powiatu grodziskiego jest równinny, przecięty dolinami trzech niedużych rzek: Rokitnicy, Rokicianki i Mrownej. Zaledwie 12 km na północ od Grodziska Mazowieckiego znajduje się Kampinoski Park Narodowy – jedyny tak duży kompleks leśny położony w bezpośrednim sąsiedztwie stolicy. Na terenie powiatu doliny rzek oraz stawy we wsi Kraśnicza Wola są ostoją rzadkich

---

<sup>1</sup> S. Zawisza, A. Jankowska – Dymet, Turystyka i agroturystyka jako forma zrównoważonego rozwoju regionów w Polsce w: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Tom VI. Wyd. SGGW. Warszawa 2004

gatunków flory (roślinność szuwarowa) i fauny. Można tu spotkać sarny, dziki, różne gatunki ptaków drapieżnych (jastrzębie, sokoły krogulce) i wodnych (żurawie, łabędzie i perkozy)<sup>2</sup>.

Powiat sochaczewski znajduje się w zachodniej części Mazowsza na Równinie Łowicko-Błońskiej nad dolnym odcinkiem rzeki Bzury. Jest atrakcyjnym rejonem turystycznym. Krzyżują się tu ważne szlaki komunikacyjne Moskwa-Berlin oraz dzięki nowej przeprawie na Wiśle w Wyszogrodzie znajduje się tu najkrótsza trasa łącząca Czechy i Śląsk z państwami nadbałtyckimi. Ziemia sochaczewska posiada wiele atrakcji turystycznych i przyrodniczych. Znajduje się tu między innymi Żelazowa Wola - miejsce urodzenia Fryderyka Chopina i Niepokalanów- sanktuarium związane z życiem świętego Ojca Maksymiliana Kolbego.

Powiat żyrardowski leży na Równinie Łowicko-Błońskiej. Na jego terenie znajduje się fragment Bolimowskiego Parku Krajobrazowego oraz pięć rezerwatów przyrody: Dąbrowa Radziejowska, Puszcza Mariańska. Grądy Osuchowskie, niewielki fragment rezerwatu Rawka oraz Stawy Gnojna. Na terenie regionu Mazowsza zachodniego znajduje się wiele ciekawych miejsc pod względem przyrodniczo-krajobrazowym. Istnieją więc dobre podstawy do rozwoju agroturystyki.

Tabela 1. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu Mazowsza Zachodniego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
grodziski	2
sochaczewski	4
żyrardowski	5

Źródło: badania własne

### **Region ciechanowski**

W 2005 roku na terenie kolejnego regionu ciechanowskiego czynnie funkcjonowało 16 gospodarstw agroturystycznych (tab.2). Tutaj również turyści znajdą dla siebie coś ciekawego.

Teren powiatu ciechanowskiego znajduje się w obszarze Zielonych Płuc Polski. Około 37% powierzchni stanowią obszary chronione, leżące pomiędzy doliną Wkry, a doliną rzeki Łydyni. Na terenie powiatu zarejestrowane są 44 parki podworskie<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> <http://polska.gw.pl>

<sup>3</sup> Jak przypis 2.

Kolejny powiat regionu ciechanowskiego powiat mławski nie jest wprawdzie zaliczany do miejsc o najwyższej atrakcyjności turystycznej jednak jest tu wiele miejsc wartych zwiedzania i zainteresowania ze strony turystów. Do takich miejsc możemy zaliczyć 3 rezerwy przyrody: Olszyny Rumockie, Baranie Góry oraz Dolina Mławki. Turyści pragnący wypoczywać nad wodą lub uprawiać sporty wodne mają do dyspozycji zbiornik retencyjny – Zalew Ruda lub rzekę Wkrę.

Powiat płoński usytuowany jest na Wysoczyźnie Płońskiej i Równinie Raciąskiej. Na jego terenie znajdują się dwa rezerwy przyrody: Dziektarzewo i Noskowo, gdzie turyści mogą spotkać wiele ciekawych gatunków drzew takich jak dąb szypułkowy, grab, lipa, brzoza, wiąz, olsza, z których wiele jest o wymiarach pomników przyrody.

W powiecie pułuskim na uwagę zasługuje jego północno- wschodnia część, spełniająca funkcję wypoczynkowo–rekreacyjną. Skoncentrowana w strefie nadnarwiańskiej, w obrębie lasów z walorami turystycznymi została włączona w strefę chronionego krajobrazu. Na terenie powiatu pułuskiego występują trzy rezerwy: Bartnia, Popławy oraz Wielgolas. Przez te tereny przebiegają turystyczne szlaki pieszej wędrówki, m. in. główny szlak Nadbużańskiego Parku Krajobrazowego.

Powiat żuromiński położony jest w centralnej części Polski w północno – zachodniej części woj. mazowieckiego. W tym powiecie obszary chronione zajmują ponad 74% całej powierzchni powiatu. Są to grunty należące do Parku Krajobrazowego i tereny obszarów chronionego krajobrazu: Zielińsko – Rzęgnowskiego Międzyrzecza Skrwy i Wkry oraz Rybna i Lidzbarka.

Tabela 2. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu ciechanowskiego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
ciechanowski	5
mławski	2
płoński	6
pułuski	2
żuromiński	1

Źródło: badania własne

## Region ostrołęcki

W pięciu powiatach regionu ostrołęckiego znajduje się 55 gospodarstw agroturystycznych (tab.3). Powiat makowski położony jest w północnej części województwa mazowieckiego. Uroczę mazowieckie zakątki przyciągają do tego powiatu ludzi kochających naturę. Lasy i grunty leśne zajmują około 26% obszaru

powiatu. Turyści znajdą tu knieje o zróżnicowanym krajobrazie, w tym pełne zwierzyny rezerваты przyrody będące dobrymi terenami łowieckimi.

Powiat ostrołęcki położony jest na Nizinie Północnomazowieckiej. Znajdują się tutaj fragmenty dwóch puszczy Kurpiowskiej i Białej. Główne rzeki to Narew z dopływami i Bug<sup>4</sup>.

Powiat ostrowski pełen jest miejsc wartych odwiedzenia. Niejedną atrakcję znajdują tu miłośnicy przyrody.

Kolejny powiat regionu- przasnyski w całości należy do obszaru „Zielonych Płuc Polski”. Około 30% powierzchni powiatu zajmują lasy, m.in. kompleksy leśne Puszczy Kurpiowskiej wraz z jej różnorodnością biologiczną i krajobrazową. Brak uciążliwego przemysłu, atrakcyjność przyrodnicza lasów świerkowo-sosnowych, tworzących specyficzny mikroklimat oraz bliskość jezior mazurskich stanowią doskonałą podstawę do rozwoju agroturystyki.

Powiat wyszkowski położony jest w obrębie Niziny Mazowieckiej. Malowniczy krajobraz uatrakcyjniają rzeki Bugu, Narwi i Liwca oraz piękne lasy Puszczy Białej i Kamienieckiej.

Tabela 3. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu ostrołęckiego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
Maków Maz.	5
ostrołęcki	29
Ostrów Maz.	7
przasnyski	6
wyszkowski	8

Źródło: badania własne

## Region płocki

W regionie płockim swoje usługi świadczy 41 gospodarstw agroturystycznych (tab. 4). Najwięcej tych gospodarstw (21) znajduje się na terenie powiatu gostynińskiego, który jest bardzo atrakcyjny pod względem turystycznym. Znajdują się tutaj liczne jeziora, przede wszystkim na terenie gminy Gostynin, o czystej wodzie oraz bogatej faunie i florze. Niewątpliwą atrakcją ziemi gostynińskiej są tereny leśne, tworzące zwarte kompleksy, gdzie dominującymi siedliskami są bory i lasy mieszane. W celu ochrony walorów przyrodniczych północną część powiatu włączono w system Gostynińsko Włocławskiego Parku Krajobrazowego. Jest to jeden z największych i najbardziej wartościowych parków

<sup>4</sup> Jak przypis 2.

krajobrazowych w kraju. Znajdują się tu idealne tereny do uprawiania turystyki pieszej, rowerowej i konnej<sup>5</sup>.

Powiat płocki leży w zachodniej części Niziny Mazowieckiej w dolinie rzeki Wisły. Na terenie powiatu znajdują się dwa parki krajobrazowe: Brudzeński oraz Gostynińsko-Włocławski, obydwa zasobne w zwierzynę oraz 13 rezerwatów przyrody. Obecność parków i rezerwatów stwarza korzystny klimat do rozwoju agroturystyki. Część powiatu posiada dobre warunki do uprawiania turystyki aktywnej: pieszej, rowerowej, wodnej oraz sportów konnych.

Powiat sierpecki położony jest w północno-zachodniej części województwa mazowieckiego w dolinie rzeki Sierpicy. Ciekawe położenie i czysty klimat sprawiają, iż powiat sierpecki jest atrakcyjnym regionem pod względem turystyki. Malownicze tereny wokół miasta Sierpca, liczne obszary leśne stwarzają odpowiednie warunki do rekreacji. Na terenie gminy Szczutowo znajduje się obszar chronionego krajobrazu z dwoma jeziorami Urszulewskim i Szczutowskim. Czysta woda, pełne grzybów lasy oraz oddalenie od skupisk przemysłowych, sprawiają, iż są to miejsca często odwiedzane przez turystów.

Tabela 4. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu płockiego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
gostyniński	21
płocki	12
sierpecki	8

Źródło: badania własne

### **Region siedlecki**

W sześciu powiatach regionu siedleckiego usługi agroturystyczne świadczy 50 gospodarstw (tab.5).

Powiat garwoliński leży w południowej części województwa mazowieckiego. Okolice Garwolina przyciągają turystów cennymi obiektami zabytkowymi i pięknymi krajobrazami. Ciekawym obiektem turystycznym jest szlak związany z bitwą pod Maciejowicami. Na terenie tego powiatu turyści mogą zobaczyć między innymi: w miejscowości Górzno bardzo interesujący XVIII-wieczny spichlerz z arkadowymi podcieniami, w Kłoczewie XVII-wieczny barokowy kościół, a w Trąbkach takie zabytki budownictwa przemysłowego jak budynek huty szkła i osadę robotniczą z połowy XIX w., a także klasycystyczny dwór z tego samego okresu<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Jak przypis 2.

<sup>6</sup> Jak przypis 2.

Powiat łosicki leży na najbardziej wysuniętym na wschód obszarze województwa mazowieckiego. Jest to teren o bogatej i niezwykle ciekawej przeszłości, gdzie turyści mogą spotkać unikatowe zabytki i zachwycające obszary dzikiej przyrody. Największą atrakcją tego powiatu jest dolina rzeki Bug. Obszar ten jest chroniony w postaci Parku Krajobrazowego „Podlaski Przełom Bugu”. Bug jest jedną z najpiękniejszych nizinnych rzek Polski, która zachowała swój naturalny, pierwotny charakter. Obszar ten otacza niezwykle cenny świat flory i fauny, który jest objęty ochroną pomnikową. Dolina Bugu to szczególne miejsce sprzyjające rozwojowi turystyki. Szlak turystyczny z Serpelic w dół Bugu do Kózek to jeden z najpiękniejszych na Podlasiu. Atrakcją turystyczną stanowią liczne zabytki architektury, posiadające swoje własne niepowtarzalne oblicze. Czyste powietrze i niezmacona cisza zachęcają do odpoczynku w tych stronach, a liczne gospodarstwa agroturystyczne zapraszają do pobytu w serdecznej atmosferze wsi podlaskiej.

Na terenie powiatu mińskiego znajdują się bardzo atrakcyjne obszary przyrodnicze, duże kompleksy leśne, przepływają niewielkie, naturalne cieki wodne i rzeki, w których jest czysta woda. Lasy są ostoją licznych gatunków zwierząt i ptaków. Wszystkie lasy oraz pozostałe tereny położone są w naturalnym i nieskażonym środowisku, więc znakomicie nadają się do wypoczynku i rekreacji. Na terenie powiatu znajduje się 8 rezerwatów przyrody: w gminie Mrozy „Rudka Sanatoryjna” i „Rogoźnica”, w gminie Ceglów „Jedlina”, w gminie Mińsk Mazowiecki „Bagno Pogorzelskie”, w gminie Mrozy „Florianów” i „Przełom Witówki”, w gminie Siennica „Wólczańska Góra” oraz fragment rezerwatu „Świder”.

Powiat siedlecki położony jest we wschodniej części województwa mazowieckiego. Na jego terenie funkcjonuje 12 gospodarstw agroturystycznych. Jest to teren mało uprzemysłowiony o charakterze rolniczym. Bogactwem tego powiatu jest czysta przyroda, czyste powietrze, czyste rybne rzeki i stawy oraz piękne grzybowe lasy. W celu zachowania unikalnych walorów przyrody utworzono liczne rezerваты przyrody, a w północnej części powiatu Siedlecko – Węgrowski Obszar Chronionego Krajobrazu.

Powiat sokołowski usytuowany jest również we wschodniej części województwa mazowieckiego. Podobnie jak sąsiednie powiaty jest typowo rolniczym. Lasy zajmują tu 21,4% ogólnej powierzchni, z czego ich część znajduje się na terenie Nadbużańskiego Parku Krajobrazowego. Znajdują się tu wspaniałe miejsca do wypoczynku, gdyż malownicze tereny przyciągają uwagę każdego turysty szukającego ciszy i spokoju. Występują tu krajobrazy naturalnej doliny rzeki Bug, bogate środowiska roślinne oraz chronione, rzadkie gatunki roślin zwierząt i ptaków. Walory powiatu uzupełniają liczne zabytki architektury – zamki, pałace i kościoły. Na tym terenie swoje włości mieli Radziwiłłowie i Ossolińscy.



Tabela 5. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu siedleckiego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
garwoliński	1
łosicki	8
Mińsk Maz.	5
siedlecki	12
Sokołów Podl.	8
węgrowski	15

Źródło: badania własne

Powiat węgrowski zajmuje północno – zachodnią część województwa mazowieckiego. Działalność agroturystyczną w tym powiecie prowadzi 15 gospodarstw na terenie gmin Liw, Stoczek, Grębków, Sadowne, Korytnica i Miedzna. Atutami powiatu są malownicze tereny położone na obszarze „Zielonych Płuc Polski” z licznymi kompleksami wodnymi i leśnymi, nieskażonym Środowiskiem naturalnym oraz licznymi rezerwatami i pomnikami przyrody.

### **Region - okolice Warszawy**

W okolicach Warszawy na terenie siedmiu powiatów 33 gospodarstwa prowadzą działalność agroturystyczną (tab. 6).

Powiat legionowski znajduje się w północno-wschodniej części województwa mazowieckiego. Użytki leśne zajmują około 31% ogólnej powierzchni tego powiatu. Na jego terenie znajduje się zapora w Dębem oraz licznie odwiedzane przez turystów sztuczne jezioro znane jako Zalew Zegrzyński, stanowiące największą atrakcję turystyczną tego regionu<sup>7</sup>.

Na terenie powiatu nowodworskiego leżącego w dorzeczu Wisły istnieje 7 gospodarstw agroturystycznych. Powiat nowodworski dzięki szczególnym walorom przyrodniczym ma ogromny potencjał ekologiczny, zarówno w skali kraju jak i Europy. Na jego terenie znajduje się duża koncentracja korytarzy ekologicznych o międzynarodowym znaczeniu wykształconych w dolinie Wisły i Narwi. Znajduje się tu Kampinoski Park Narodowy, gdzie dominują dwa kontrastujące ze sobą elementy – wydmy i bagna. Ocenia się, że na terenie parku może występować połowa fauny Polski, czyli około 16500 gatunków zwierząt.

Powiat pruszkowski położony jest w centralnej części województwa mazowieckiego. Działalność agroturystyczną na tym terenie prowadzi 6 gospodarstw. We wschodniej części powiatu na 110 ha rozpościera się unikalny

<sup>7</sup> Jak przypis 2.

rezerwat przyrody „Stawy Raszyńskie”. Kompleks ten składa się z licznych stawów, grobli i łąk, gdzie znajdują się legowiska i żerowiska licznych gatunków rzadkich ptaków. Bardzo malownicza dla turystów jest również południowa część powiatu, gdzie znajdują się Lasy Młochowskie, Sękocińskie i Chojnowskie. Stanowią one zielone płuca dla przylegających terenów, zwłaszcza Warszawy.

Na terenie powiatu warszawskiego zachodniego leżącego również w centralnej części województwa mazowieckiego działa 11 gospodarstw agroturystycznych. Piękne krajobrazy oraz bogactwo zabytków stwarzają tu ogromne możliwości rozwoju agroturystyki. Powiat ten położony jest w pobliżu Warszawy, jest więc doskonałym miejscem relaksu dla zmęczonych wielkomiejskim gwarem warszawiaków. Około 33% powierzchni powiatu zajmuje Kampinoski Park Narodowy. Dla turystów wyjątkowa wartość Kampinoskiego Parku Narodowego polega na tym, iż posiada on nie tylko walory przyrodnicze, ale jest także prawdziwą skarbnicą dziejów narodowych. Na terenie Parku zachowały się liczne zabytki architektury takie jak kościół w Kampinosie, czy dworek w Lipkowie oraz mogiły i liczne miejsca pamięci. Na jego terenie turyści mają do dyspozycji 350 szlaków turystycznych oraz 200 km tzw. Kampinoski Szlak Rowerowy.

Powiat wołomiński leży województwie mazowieckim na północny wschód od Warszawy. Na terenie resztek dawnych puszczy: Słupeckiej, Kamienieckiej, Jadowskiej i Sulejowskiej znajdują się lasy, łąki i rozlewiska, pełne dzikich zwierząt i ptactwa. Duże tereny leśne urozmaicają wydmy. W północnej części powiatu, w dolnym biegu Bugu leży Nadbużański Park Krajobrazowy. Obejmuje fragment doliny Narwi i Liwca oraz duże obszary leśne Puszczy Białej, Borów Łochowskich i Lasów Cezarowskich. Dominują tu ponad 100-letnie bory sosnowe. Obok starorzeczy i torfowisk występują suche, ubogie wydmy i żyzne lasy łęgowe. Piaszczyste drogi wiodące przez las nadają się do pieszych wędrówek i grzybobrania.

Powiat otwocki leży w obrębie dwóch mezoregionów Niziny Środkowomazowieckiej-Doliny Środkowej Wisły i Równiny Garwolińskiej. Wielkim bogactwem powiatu są rozległe obszary leśne, duże powierzchnie cennych przyrodniczo łąk i torfowisk oraz naturalne, dzikie koryta Wisły i Świdra. Do charakterystycznych cech wyróżniających obszar powiatu należy wysoki udział terenów chronionych. Istnieją tu obszar chronionego krajobrazu, park krajobrazowy oraz 10 rezerwatów przyrody.

Powiat piaseczyński leży w centralnej części województwa mazowieckiego. Przeważającą część powiatu zajmuje płaska równina wysoczyzny dennej, która jest poprzecinana dolinami rzecznyymi rzeki Jeziorki, Czarnej, Utraty oraz ich dopływów. Na obszarze powiatu występują naturalne zespoły roślinne: łąkowe, torfowiskowe i leśne. Największe połacie łąk występują w dolinie Wisły.

Tabela 6. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu okolic Warszawy

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
legionowski	2
Nowy Dwór Maz.	7
pruskowski	6
Warszawa Zach.	11
wołomiński	3
otwocki	1
piaseczyński	3

Źródło: badania własne

### Region radomski

W 2005 roku w ośmiu powiatach regionu radomskiego funkcjonowały 23 gospodarstwa agroturystyczne (tab. 7).

Powiat białobrzegi położony jest w południowej części województwa mazowieckiego. Region ten charakteryzuje się dużymi walorami turystycznymi do których można zaliczyć nieskażoną przyrodę, czyste powietrze, wodę i lasy z cennymi drzewostanami. Niewątpliwy urok ziemi białobrzegiej wynika z zachowanego w niezmiennym kształcie krajobrazu nieuregulowanej rzeki Pilicy. Turyści znajdują w tym regionie nieliczne zabytki architektury takie jak Sanktuarium NMP w Błotnicy, drewniane XVII-wieczne kościółki w Jasionnej i Bukownie<sup>8</sup>.

Powiat kozienicki położony jest w centralnej części Polski w widłach Wisły i Pilicy. Region ten dysponuje odpowiednimi walorami rekreacyjno – wypoczynkowymi. O walorach rekreacyjnych decydują liczne rzeki, jeziora oraz stawy. Tak wielka różnorodność przyrodnicza tych terenów ukształtowała wyjątkowy mikroklimat korzystny dla zdrowia wypoczywających tu ludzi. Każdy turysta według osobistych upodobań znajdzie tu miejsca do wędkowania, uprawiania sportów jeździeckich, czy grzybobrania. Do dyspozycji gości jest 9 gospodarstw agroturystycznych pozwalających na bliższy kontakt z naturą, liczne ścieżki rowerowe oraz urokliwe zakątki puszczy.

Powiat lipski znajduje się w południowo – wschodniej części województwa mazowieckiego. Na jego terenie znajdują się liczne pomniki przyrody ożywionej objęte ochroną prawną. Oprócz jednostkowych obiektów chronionych znajdujących się w poszczególnych miejscowościach uwagę turystów powinien zwrócić park wiejski w Daniszowie z cennymi okazami drzewostanu oraz

<sup>8</sup> Jak przypis 2.

malownicze wąwozy lessowe. Na terenie gminy Solec znajduje się obszar chronionego krajobrazu „Solec nad Wisłą”.

Na terenie powiatu radomskiego znajdują się bardzo cenne przyrodniczo obszary: Puszczy Kozienickiej, lasy Iłżeckie oraz torfowiska o specyficznym mikroklimacie. Wiele miejscowości położonych w samej puszczy lub na jej obrzeżach znanych jest ze swych walorów rekreacyjnych i krajobrazowych. Turyści pragnący uprawiać sporty wodne lub wypoczywać nad wodą mogą to robić w miejscowościach Jedlina Letnicko i Domaniowo, gdzie znajdują się sztuczne zbiorniki wodne.

Powiat szydłowiecki usytuowany jest w południowo- wschodniej części województwa mazowieckiego. Powiat ten należy do wyjątkowo atrakcyjnych turystycznie regionów. Głównie jest to zasługa zespołów pałacowo – parkowych, dworców oraz licznych budowli sakralnych świadczących o bogatej historii tych regionów. Powiat szydłowiecki jest niezwykle urzekający i różnorodny pod względem krajobrazu i przyrody. Przez jego teren przebiega wiele szlaków turystycznych. Niezwykły krajobraz, różnorodność terenu, czyste ekologicznie lasy czynią z powiatu miejsce atrakcyjnie turystycznie. Turyści mogą tu zobaczyć licznie występujące pomniki przyrody. Atrakcją są zalewy położone niemal w każdej gminie, co stwarza dogodne warunki do czynnego wypoczynku nad wodą.

Powiat zwoleński leży w południowo – wschodniej części województwa mazowieckiego, na osi dróg krajowych Warszawa – Tarnobrzeg i Radom – Lublin. Atutem powiatu jest położenie geograficzne, dobry układ komunikacyjny oraz bliskość stolicy. Piękny krajobraz, czyste sprzyjające ludziom środowisko spokój i cisza gwarantują dobry wypoczynek i relaks na łonie natury. Zabytki znajdujące się w tym regionie to kolejne cechy, które mogą przyciągnąć turystów. Na terenie powiatu znajdują się miejsca związane z życiem Jana Kochanowskiego takie jak: Sycyna – miejsce urodzenia poety, Zwoleń – miejsce, gdzie był prebendarzem oraz Czarnolas - miejsce, w którym żył i tworzył.

Powiat przysuski znajduje się w południowo – zachodniej części województwa mazowieckiego. Zróżnicowana rzeźba terenu, liczne oczka i ciek wodne oraz duża lesistość sprzyjają rozwojowi agroturystyki w tym regionie. Na terenie lasów, stawów i bagien występuje wiele gatunków zwierząt i ptactwa.

Powiat grójecki znajduje się na pograniczu Wysoczyzny Rawskiej i Równiny Warszawskiej. Powiat grójecki położony jest w malowniczej krainie największego w kraju i w Europie rejonu sadowniczego. Obszar powiatu stanowią niziny z dużymi deniwelacjami terenu.

Tabela 7. Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych powiatach regionu radomskiego

Powiat	Liczba gospodarstw agroturystycznych
białobrzeski	1
kozienicki	9
lipski	1
radomski	2
szydłowiecki	2
zwoleniński	5
przysuski	2
grójcecki	1

Źródło: badania własne

### Podsumowanie

Coraz więcej ludzi chce spędzać swój wolny czas z dala od spalin i zgiełku wielkich miast. Dotyczy to nie tylko turystów krajowych, ale również zagranicznych. W ostatnich latach, zwłaszcza po 2004 roku można zauważyć zwiększone zainteresowanie turystów zagranicznych wypoczynkiem w polskich gospodarstwach agroturystycznych. Oferta wypoczynku w takich gospodarstwach jest bowiem coraz bogatsza, co korzystnie wpływa na ilość osób zainteresowanych tą formą wypoczynku i rekreacji<sup>9</sup>. Najważniejszym elementem decydującym o sukcesie rozwoju agroturystyki są jednak obecni i przyszli nabywcy, czyli turyści<sup>10</sup>. Rolnicy prowadzący tego typu działalność powinni dostrzegać istotę koncepcji marketingowego dotarcia do potrzeb turystów. W celu zapewnienia frekwencji na odpowiednim poziomie podejmują więc różne działania dotyczące podnoszenia jakości i poprawy infrastruktury wewnętrznej i zewnętrznej<sup>11</sup>. Poddają swoje gospodarstwa kategoryzacji oraz poszerzają swoje kwalifikacje i umiejętności. Jednak rozwój tej formy wypoczynku i rekreacji w dużym stopniu jest uzależniony od atrakcyjności terenów na których gospodarstwa prowadzą swoją działalność. Kluczowym determinantem wpływającym na rozwój agroturystyki w danym regionie są zasoby, do których należą właściwości krajobrazowe dane przez naturę, takie jak : zieleń (lasy, zadrzewienia śródpolne, łąki, pola); wody (rzeki, stawy, potoki, bagna, źródła); ukształtowanie terenu (góry, pagórki, doliny) oraz atrakcje stworzone przez człowieka<sup>12</sup>. Dodatkowym

<sup>9</sup> J. Kobyłecki, M. Plichta, Wybrane uwarunkowania organizowania agroturystyki w: Marketing w agroturystyce. Wyd. Akademii Podlaskiej. Siedlce 2006.

<sup>10</sup> Kuśnierz – Gozdalik, Marketing miejsc w rozwoju obszarów wiejskich i ich funkcji turystycznej w: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Tom VI. Wyd. SGGW. Warszawa 2004.

<sup>11</sup> Cz. Lipski, R. Kostuch, Infrastruktura narzędziem stymulującym rozwój agroturystyki (na przykładzie wybranych jej elementów w: Wybrane zagadnienia z agroturystyki wiejskiej pod red. nauk. Bergiera J., Sawickiego B. Wyd. PWSZ im. Papieża Jana Pawła II. Biała Podlaska 2005

<sup>12</sup> G. A. Ciepela, J. Jankowska, Przyrodnicze i kulturowe uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w powiecie siedleckim w: Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej pod red. Nauk. Bergiera J., Sawickiego B. Wyd. PWSZ im. Papieża Jana Pawła II. Biała Podlaska 2005.

elementem przyciągającym turystów są obiekty zabytkowe znajdujące się w pobliżu. Istnieje więc możliwość połączenia biernego wypoczynku z czynnym. Polska posiada wiele walorów przyrodniczych umożliwiających rozwój agroturystyki. Wiele regionów Polski wykorzystując swoje atrakcyjne położenie kładzie duży nacisk na rozwój agroturystyki. Oferowanie usług tego typu stanowi więc dużą szansę dla wielu rodzin rolniczych, które dzięki tej działalności mogą zwiększyć swoje dochody.

### Literatura

- Ciepiela G. A., Jankowska J.: „Przyrodnicze i kulturowe uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w powiecie siedleckim” w: Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej pod red. Nauk. Bergiera J., Sawickiego B. Wyd. PWSZ im. Papieża Jana Pawła II. Biała Podlaska 2005.
- Kobyłecki J., Plichta M. „Wybrane uwarunkowania organizowania agroturystyki” w: Marketing w agroturystyce. Wyd. Akademii Podlaskiej. Siedlce 2006.
- Krawczyk Z. „Współczesne trendy w rozwoju turystyki” w: Turystyka i rekreacja. Wymiary teoretyczne i praktyczne red. Kosiewicz J., Obodyński K. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego 2006.
- Kuśnierz – Gozdalik: „Marketing miejsc w rozwoju obszarów wiejskich i ich funkcji turystycznej” w: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Tom VI. Wyd. SGGW. Warszawa 2004.
- Lipski Cz., Kostuch R. „Infrastruktura narzędziem stymulującym rozwój agroturystyki (na przykładzie wybranych jej elementów w: Wybrane zagadnienia z agroturystyki wiejskiej pod red. Nauk. Bergiera J., Sawickiego B. Wyd. PWSZ im. Papieża Jana Pawła II. Biała Podlaska 2005.
- Zawisza S, Jankowska - Dymet A.: „Turystyka i agroturystyka jako forma zrównoważonego rozwoju regionów w Polsce w: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Tom VI. Wyd. SGGW. Warszawa 2004.
- Żbikowski J., Kuźmicki M., Kozak A.: „Czynniki stymulujące rozwój agroturystyki w wybranych gminach województwa lubelskiego” w Marketing w agroturystyce. Wyd. Akademii Podlaskiej. Siedlce 2006.

<http://polska.gw.pl>

### Streszczenie

Obecnie coraz więcej ludzi pragnie spędzić swój wolny czas w bliskim kontakcie z naturalnym środowiskiem, z dala od spalin i zgiełku wielkich miast. Dotyczy to nie tylko turystów krajowych, ale także zagranicznych. W ostatnich latach można zauważyć zwiększone zainteresowanie turystów zagranicznych wypoczynkiem w polskich gospodarstwach agroturystycznych. Oferta wypoczynku w takich gospodarstwach jest bowiem coraz bogatsza, co korzystnie wpływa na ilość osób zainteresowanych tą formą wypoczynku i rekreacji. Rolnicy w celu zapewnienia frekwencji na odpowiednim poziomie podejmują więc różne działania dotyczące podnoszenia jakości i poprawy infrastruktury. Poddają swoje gospodarstwa kategoryzacji oraz poszerzają swoje kwalifikacje i umiejętności. Jednak rozwój tej formy wypoczynku i rekreacji w dużym stopniu jest uzależniony od atrakcyjności terenów na których gospodarstwa prowadzą swoją działalność. W agroturystyce podstawowe znaczenie mają takie atrakcje przyrodniczo – naturalne jak krajobrazy, fauna, flora itp. Dodatkowym elementem przyciągającym turystów są obiekty zabytkowe znajdujące się w pobliżu. Istnieje więc możliwość połączenia biernego wypoczynku z czynnym. Polska posiada wiele walorów

przyrodniczych umożliwiających rozwój agroturystyki. Wiele regionów Polski wykorzystując swoje atrakcyjne położenie kładzie duży nacisk na rozwój agroturystyki. Oferowanie usług tego typu stanowi więc dużą szansę dla wielu rodzin rolniczych, które dzięki tej działalności mogą zwiększyć swoje dochody.

### **Summary**

Lately more and more people want to spend their own free time far away to the big city closed to natural environment. This problem concern native tourists as well as foreign tourists. In Poland the touristic offers concern also many agrotouristic farms. Farmers wanted to improve the conditions of this farms take different activities for taking up of quality and infrastructure. If they want to have more and more guests they should try to promote this kind of resting in the country as well as in abroad. The developing of this form of resting and recreation is depend on attraction of area, where there are the farms. In agrotourism the main meaning have natural attractions as landscapes, fauna and flora. Additionally, tourists very often come to the places where there are interesting monuments. In this way lately many regions in Poland has agrotouristically developed. So, this kind of services give the big chance for many farmer families, because they can increase own income.

**Grażyna Anna Ciepela**  
**Kazimierz Jankowski**  
**Jacek Sosnowski**  
Akademia Podlaska

## **Potencjał agroturystyczny powiatu łosickiego**

### **Wstęp**

Wypoczynek na wsi w naszym kraju ma bardzo długą tradycję. Już w drugiej połowie ubiegłego stulecia tzw. „wczasy pod gruszą” cieszyły dużym się powodzeniem wśród mieszkańców aglomeracji miejskich. Jednakże początki zorganizowanych form letniskowych, bazujących na zasobach gospodarstw rolnych datuje się na początki lat dziewięćdziesiątych minionego wieku. Od tego czasu obserwuje się stopniowy wzrost liczby kwater agroturystycznych w Polsce. Z badania Instytutu Turystyki<sup>1</sup> wynika, że w 2003 roku funkcjonowały 3 323 gospodarstwa agroturystyczne. Liczba ta na przestrzeni dwóch kolejnych lat uległa podwojeniu. Notowany wzrost może wskazywać na rosnące zainteresowanie wypoczynkiem na wsi ze strony ludzi, którzy agroturystykę traktują jako formę wypoczynku dającą możliwość relaksu i przyjemnego spędzania wolnego czasu.

W niniejszym opracowaniu dokonano analizy działalności agroturystycznej gospodarstw rolnych zlokalizowanych na terenie powiatu łosickiego, z uwzględnieniem charakterystycznych dla badanego regionu walorów przyrodniczych.

### **Źródło danych wyjściowych i metodyka badań**

Badaniom poddano 12 gospodarstw rolnych, położonych w powiecie łosickim województwa mazowieckiego. Gospodarstwa do przeprowadzenia badań wybrano w sposób celowy<sup>2</sup>. Podstawowym kryterium wyboru jednostek

---

<sup>1</sup> Instytut Turystyki, Turystyka Polska w 2005 roku. Układ Regionalny. Warszawa str. 24

<sup>2</sup> B. Kopeć, 1989: Metodyka badań ekonomicznych w gospodarstwach rolnych. Skrypt AR we Wrocławiu, Wrocław 2006, nr 269, s. 227



badawczych było prowadzenie działalności agroturystycznej oraz lokalizacja obiektu badawczego na terenie powiatu łosickiego.

Materiał źródłowy zebrano metodą wywiadu bezpośredniego, natomiast za narzędzie badawcze posłużył kwestionariusz wywiadu ankietowego. Dodatkowym źródłem informacji był również Urząd Powiatowy i poszczególne Urzędy Gmin. Zbieranie danych do opracowania przeprowadzono w 2006 roku wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych.

### **Charakterystyka terenu badań**

Powiat łosicki położony jest na południowym Podlasiu, we wschodniej części województwa mazowieckiego. Tworzą go następujące gminy: Platerów, Sarnaki, Huszlew, Olszanka, Stara Kornica i Łosice o łącznej powierzchni 772 ha z liczbą 32 981 tys. mieszkańców.

Geograficznie należy on do trzech mezoregionów makroregionu Niziny Południowo-podlaskiej, tj. Wysoczyzny Siedleckiej, Podlaskiego Przełomu Bugu oraz Równiny Łukowskiej. Pod względem turystycznym znajduje się on w regionie siedleckim.

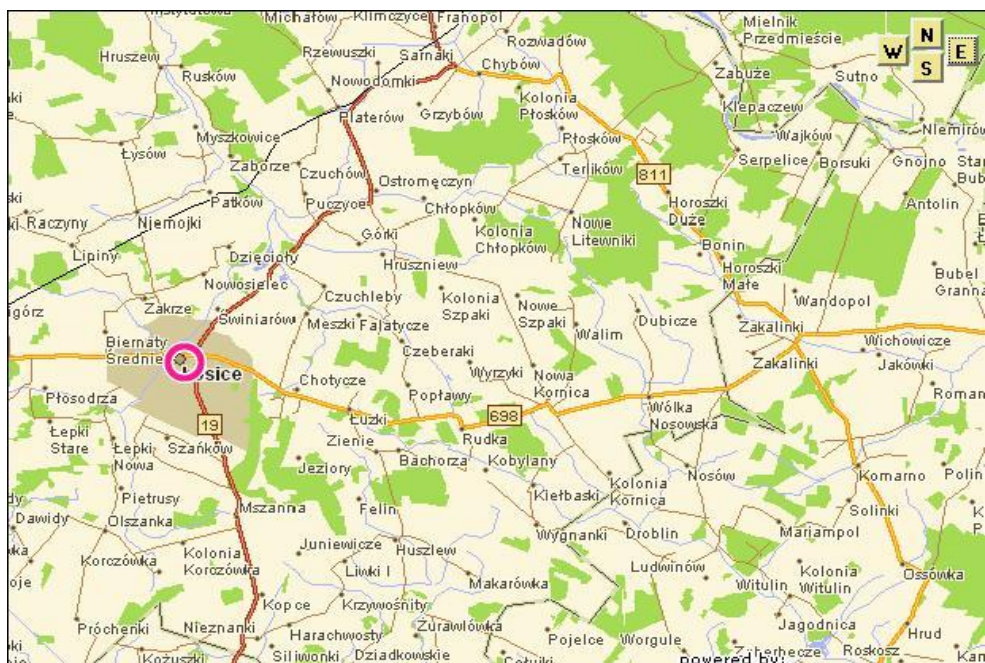
Północny kraniec powiatu łosickiego wyznacza dolina Bugu, która jest miejscem szczególnym ze względu na wielkie bogactwo przyrodnicze objęte ochroną w formie Parku Krajobrazowego<sup>3</sup>.

Główne rzeki powiatu to: Bug stanowiący północną granicę powiatu, Toczna (32 km), Sarenka (12 km). We wsi Próchenki bierze początek Liwiec.

Połodowcowa rzeźba terenu powiatu sprzyja rozwojowi rolnictwa, niestety większość gleb należy do niskich klas bonitacyjnych: V, VI klasa w okolicach Łosic i zachodnich częściach powiatu, IIIa i IIIb w centralnej i południowej części. Najlepsze gleby I i II klasy, wśród nich mady rzeczne, występują głównie w północnej części doliny Bugu.

---

<sup>3</sup> J. Ostarzewski J., 2001: „Park Krajobrazowy Podlaski Przełom Bugu”, Gazeta Łosicka, nr 3, str. 23



Rysunek 1. Powiat łosicki

Gminy, należące do powiatu łosickiego odwiedzane są co roku przez rzesze turystów, którzy pragną odpocząć na dziewiczych terenach doliny Bugu, wijącego się wśród morenowych wzgórz. Obszar ten, ze względu na niezwykle walory przyrodnicze włączony został, w 1994 r. do Parku Krajobrazowego „Podlaski Przełom Bugu” a jego niebywałą atrakcją są bogate kompleksy leśne i szata roślinna z unikatowymi okazami przyrody<sup>4</sup>. Dyrekcja Parku, w celu zachowania i poprawy stanu gatunkowego flory i fauny podjęła działania polegające na tworzeniu rezerwatów i zwiększaniu liczby pomników przyrody. Wynikiem tego jest obecność w gminach nadbużańskich powiatu łosickiego wielu miejsc chronionego krajobrazu, które są bardzo chętnie odwiedzane przez przyjezdnych<sup>5</sup>.

Miejscem niebywale atrakcyjnym dla miłośników przyrody jest utworzony w 1991 roku rezerwat faunistyczny „Kózki”, o łącznej powierzchni 86,12 ha, położony w północnej części gminy Sarnaki<sup>6</sup>. Rezerwat obejmuje głównie zbiorowiska murawowe i starorzecza a także przylegające łąki i fragmenty zadrzewień. Jego cechą charakterystyczną jest liczne występowanie pojedynczych krzewów, kęp jałowca pospolitego i berberysu zasiedlających suche, ubogie

<sup>4</sup> G. Rąkowski, 1996 „Polska egzotyczna – przewodnik”; wyd. PWN w Warszawie 1996, s. 41 – 55.

<sup>5</sup> S. Arasymowicz, A. Mironiuk, Dolina Nadbużańska, wyd. Biała Podlaska 1982, s. 5.

<sup>6</sup> A. Dombrowski, A. Wereszczyńska, Dokumentacja faunistyczno-florystycznego rezerwatu Kózki; wyd. Biała Podlaska 1991, s. 8 – 11.

murawy. Na terenie rezerwatu występuje także wiele gatunków roślin, ale tylko jeden z nich został objęty ochroną całkowitą (grązel żółty), a pozostałe podlegają ochronie częściowej (np. centuria pospolita i kocanki piaszkowe). Z pewnością jest to również doskonałe miejsce do rozwijania zainteresowań ornitologicznych, ponieważ stwierdzono tu występowanie 92 gatunków ptaków. Nadrzeczne murawy i piaszczyste wyspy zajmowane są głównie przez siewczkę obrożną, rybitwę zwyczajną i białoczelną, brodzca piskliwego, kokoszkę, łyskę, dzięcioła zielonego, kwiczoła i wiele innych<sup>7</sup>.

Zróżnicowane zbiorowiska roślinne oraz bogata flora i fauna z obecnością wielu gatunków rzadkich i chronionych była podstawą do utworzenia rezerwatu krajobrazowego „Trojan”, położonego również w gminie Sarnaki i zajmującego 280 ha doliny Bugu. Przedmiotem ochrony w tym rezerwacie są przede wszystkim roślinne zbiorowiska wodne i szuwarowe występujące w starorzeczach. Najbardziej charakterystycznymi gatunkami tych miejsc są: lilia wodna, strzałka wodna i jeżogłówka pojedyncza. Na uwagę zasługuje również leśny rezerwat „Zabuże”, zlokalizowany na terenie Nadleśnictwa Sarnaki, obejmujący swoim zasięgiem 34 ha. W drzewostanie „Zabuża” dominują sosny zwyczajne, dęby szypułkowe, a najbardziej dorodne egzemplarze mają nawet 140 lat i ustanowione są pomnikami przyrody. Najokazalsze z nich to „Trzy Dęby” znajdujące się w leśnictwie Mierzvice oraz „czarcia miotła” umiejscowiona na sośnie, którą można zobaczyć na terenie leśnictwa Huszlew<sup>8</sup>. Podczas zwiedzania rezerwatu nie można pominąć zabytkowego głazu narzutowego o obwodzie 1470 cm, położonego w uroczysku leśnym Dubicze<sup>9</sup>.

Turyści, którzy są zainteresowani zwiedzeniem terenów nadbużańskich mogą spacerować, specjalnie wyznaczonymi do tego celu ścieżkami przyrodniczymi w poszczególnych rezerwach. Do ich dyspozycji uruchomiono m.in. szlak przyrodniczy „Trojan” o długości 6,4 km, ścieżkę edukacyjną o nazwie „Kózki”, która jest nieco krótsza i prowadzi przez 2,2 km. Natomiast w leśnictwie Mierzvice, funkcjonuje dróżka leśna Nadleśnictwa Sarnaki o łącznej długości 6,5 km.

Piękno krajobrazu i niezniszczona przez działalność człowieka przyroda to tylko namiastka tego, co można zaoferować turystom w powiecie łosickim. Dawne czasy pozostawiły tu po sobie liczne pamiątki w postaci zabytkowych kościołów, dworów, przydrożnych kapliczek, krzyży i mogił, które odrestaurowane i pielęgnowane świadczą o jakże bogatych doświadczeniach historycznych tych

---

<sup>7</sup> H. Kot, A. Dombrowski, E. Kot, B. Soczewka.: Informator przyrodniczy – województwo białkopodlaskie, Zakład badań ekologicznych EKOS 1997, s. 62 – 140.

<sup>8</sup> W. Łapiński.: Nadleśnictwo Sarnaki, 2004, s. 4 – 15.

<sup>9</sup> H. Kot, A. Dombrowski, E. Kot, B. Soczewka.: Informator przyrodniczy – województwo białkopodlaskie, Zakład badań ekologicznych „EKOS”, 1997, s. 62 – 140.

terenów. Jednak niekwestionowaną atrakcją turystyczną regionu stanowią zabytki architektury, posiadające swoiste, własne, charakterystyczne oblicze<sup>10</sup>.

Według Rąkowskiego<sup>11</sup> niewątpliwie najcenniejsze są kościoły, które mają długą i ciekawą historię. W duchu neogotyckim utrzymany jest, do dnia dzisiejszego, kościół pw. Św. Zygmunta w Łosicach, w którym dużą uwagę turystów zwraca XVII-wieczny obraz Matki Boskiej z Dzieciątkiem zamieszczony w ołtarzu głównym. Autor uważa, że przebywając na ziemi łosickiej koniecznie trzeba zwiedzić barokowy kościół w Górkach, którego dzieje sięgają XVI wieku. Na uwagę zasługuje również wczesnobarokowa świątynia z dzwonnica z XVII w., znajdująca się na terenie cmentarza w Ruskowie oraz neogotycki kościół w Huszlewie zbudowany w latach 1859-1867. W położonej obok gminie, swoją dostojnością i powagą zachwyca, umiejscowiony na niewielkim wzgórzu kościół w Sarnakach z początku XIX w. Z kolei miłośnicy historii, z pewnością zainteresują się grobem Nieznanego Żołnierza z okazałym krzyżem *Virtuti Militari*, zlokalizowanym na tamtejszym cmentarzu parafialnym. Najstarsi mieszkańcy Sarnak potwierdzają, że spoczywają w nim ciała żołnierzy, poległych w 1920 r. podczas wojny polsko-bolszewickiej<sup>12</sup>.

Pod względem turystycznym bardzo ciekawymi walorami wyróżniają się Serpelice, które postrzegane są jako najpopularniejsza miejscowość wypoczynkowa położoną nad Bugiem. W Serpelicach możemy podziwiać zbudowany po wojnie drewniany kościół i klasztor kapucynów, a najbardziej wytrwali amatorzy spacerów z pewnością zechcą przejść całą, wiodącą przez las, trasę drogi krzyżowej, zwaną Kalwarią Podlaską, na końcu której znajduje się zabytkowa kapliczka.

Bardzo istotnym elementem podlaskiego pejzażu są także ukryte w zieleni parków dwory i pałace. Najokazalszym przykładem tego typu zabudowy jest Oficyna Dworska z oranżerią zbudowana w 1840 r. przez Podczaskich. Obiekt ten, nazywany przez miejscowych Kasztelem, przejawia cechy typowe dla budownictwa gotyku romantycznego. Warto udać się także do Mężenina, gdzie pomiędzy okazałymi dębami i starymi sosnami umiejscowiony jest dwór z przełomu XIX i XX w., który stanowił dawną posiadłość Jundziłłów. Również pałac w Ruskowie i dwór w Sarnakach z II połowy XIX w., są dowodem ogromnego historycznego bogactwa architektonicznego tych terenów.

Dwory, pałace i stare kościoły nie wyczerpują jednak bogatego zasobu pamiątek przeszłości tego powiatu. Podczas zwiedzania, żadnemu turyście nie umkną uwadze przydrożne kapliczki, które miały na celu wskazanie podróżnemu drogę, upamiętniać uroczyste chwile rodzinne czy być wyrazem dziękczynienia za

---

<sup>10</sup>W. Łapiński, *Nadleśnictwo Sarnaki*, 2004, s. 4 – 15.

<sup>11</sup>G. Rąkowski, *Polska egzotyczna – przewodnik*; wyd. PWN w Warszawie, Warszawa 1996; s. 41 – 55.

<sup>12</sup>E. i K. Kopówka, *Bojownikom o niepodległość cześć*, 2001, s. 65 – 91

uzyskane łaski<sup>13</sup>. Najstarsza i najstłynniejsza kapliczka pochodzi z drugiej połowy XIX w. i znajduje się w Mężnieniu. W jej wnętrzu umieszczona została figura św. Jana Nepomucena, który według wierzeń ochronił miejscową ludność przed powodzią. Podobną funkcję pełnił dawniej żeliwny krzyż, przypominający pień drzewa ufundowany przez ludność wsi Huszlew w czasie I wojny światowej jako „votum dziękczynne za odżegnanie zarazy”. Ciekawy wyraz ma także kapliczka z figurą Matki Boskiej w gminie Stara Kornica ustawiona w pniu wierzby rosnącej nad strumieniem w Wólce Nosowskiej.

Krajobraz tych terenów dopełniają dodatkowo stare chaty i wiatraki, które dawniej były bardzo popularne, a dzisiaj znikają z krajobrazu powiatu. Najwięcej tego typu obiektów zachowało się jednak we wsi Serpelice. W bardzo dobrym stanie utrzymana jest tu XIX-wieczna chata z czterospadowym dachem krytym strzechą<sup>14</sup>.

Wczasowicze, odpoczywający w gminach nadbużańskich, z pewnością zainteresują się sztuką ludową tych terenów, która jest ciągle żywa i kultywowana. Bez problemu odnajdziemy tu także hafciarki i rzeźbiarzy, którzy w Sarnakach, Klepaczewie i Platerowie uprawiają swoje rzemiosła. Również tradycje muzyczne są tu skrupulatnie pielęgnowane. Dzieje się to za sprawą zespołów ludowych takich jak „Pasieka” z Platerowa, „Marysieńki” ze Szpak i kabaretu „Łzy Softysa” z Sarnak. Działalność tych grup rozpowszechniana jest dzięki ośrodkom kultury w Łosicach, Platerowie i Sarnakach, organizującym imprez kulturalno-artystycznych takie jak: Festyn Nadbużański, Krajowe Święto Aronii czy Dożynki Regionalne.

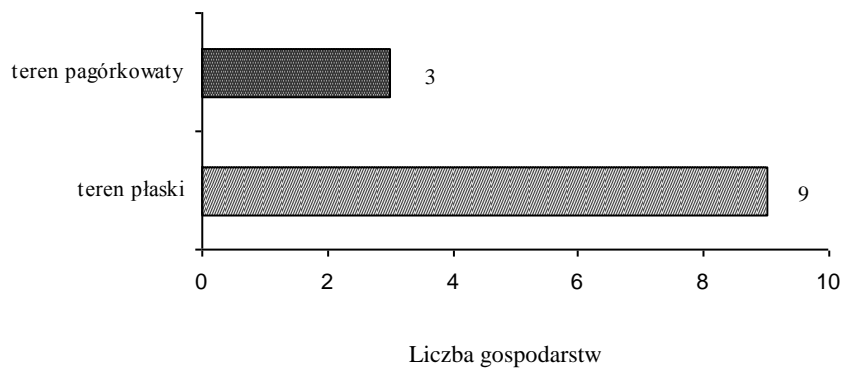
### **Walory turystyczne i organizacja wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych powiatu łosickiego**

Zdecydowana większość (9 gospodarstw) badanych gospodarstw agroturystycznych otacza teren pagórkowaty (rys. 2). Takie ukształtowanie jest tu w dużej mierze zasługą meandrującej po tych terenach rzeki Bug. Również położenie w granicach Parku Krajobrazowego Podlaski Przełom Bugu, wpływa niewątpliwie na atrakcyjność otoczenia.

---

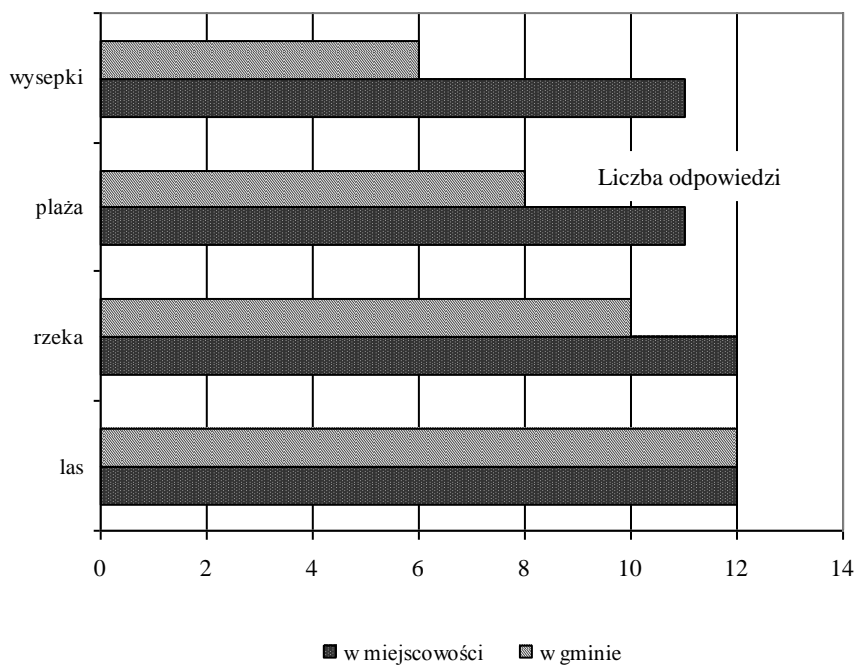
<sup>13</sup>K. Wiktorowski, M. Szelaż Wpływ polityki regionalnej na zmiany funkcji obszarów wiejskich w kontekście rozwoju turystyki w regionie zachodniopomorskim; Folia Universitatis Agriculture Stetinensis, 2000, s. 155

<sup>14</sup>D. Kazun, Przemięło z wiatrem, czyli szukaj wiatrów na polach gminy Platerów; wyd. Publiczne Gimnazjum w Platerowie 2002, s. 1 – 5



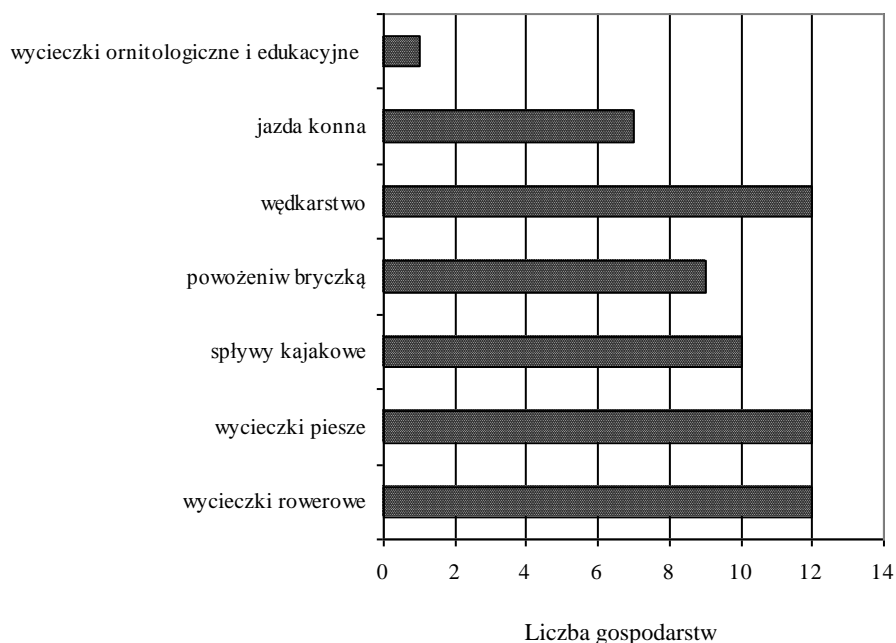
Rysunek 2. Charakterystyka terenu, na którym znajduje się gospodarstwo  
 Źródło: badania własne

Prawie we wszystkich miejscowościach znajduje się rzeka, plaża i wysepki. Dodatkowym atutem jest także pokrycie tych terenów pięknymi lasami, które są ważnym czynnikiem przyciągającym corocznie rzesze turystów (rys. 3).



Rysunek 3. Walory krajobrazowe analizowanych miejscowości  
 Źródło: badania własne

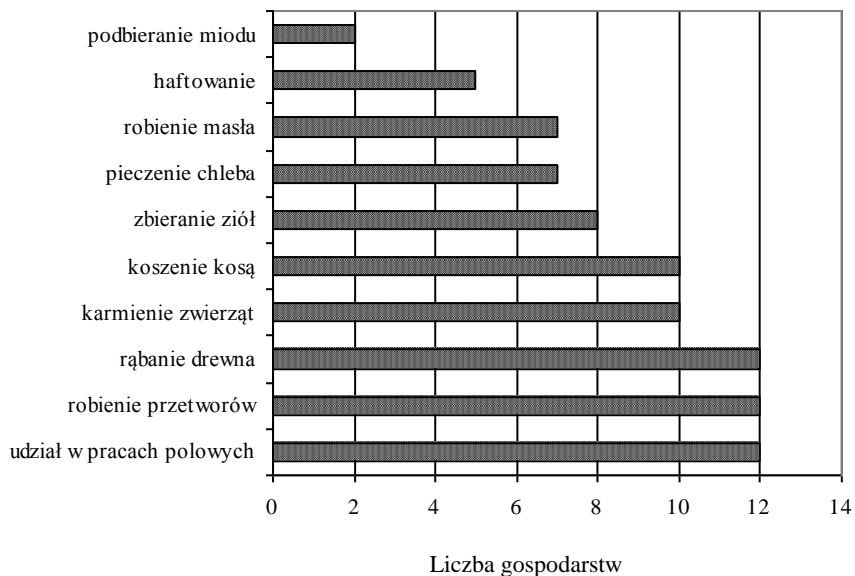
Oprócz gminnych propozycji spędzenia wolnego czasu, turyści przebywający w ankietowanych gospodarstwach agroturystycznych, mają możliwość skorzystania z ofert zaproponowanych przez gospodarza (rys. 4). Najczęściej gospodarze zachęcają do korzystania z wycieczek pieszych, rowerowych i wędkarstwa (100% odpowiedzi). Wycieczki konne oferowane są tylko w 7 gospodarstwach. Natomiast jedno z gospodarstw oferuje wycieczki ornitologiczne i edukacyjne po Podlasiu.



Rysunek 4. Atrakcje oferowane w badanych gospodarstwach

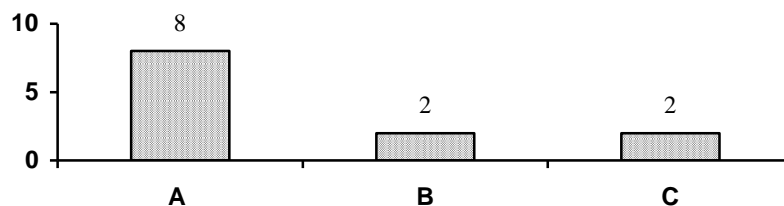
Źródło: badania własne

Właściciele gospodarstw agroturystycznych zachęcają turystów do przyjazdu oferując im możliwość udziału w podstawowych pracach gospodarskich, w tym głównie polowych, robieniu przetworów i rąbaniu drewna (rys. 5). Ponadto w niektórych ofertach występuje możliwość karmienia zwierząt, koszenia kosą, zbierania ziół, pieczenia chleba lub robienia masła. Znaczna część gospodyń przekazuje wczasowiczkom tajniki haftowania (5 gospodarstwa), natomiast mała grupa badanych (2 gospodarstwa) oferuje możliwość wybierania miodu z pasieki.



Rysunek 5. Formy aktywnego wypoczynku oferowane w badanych gospodarstwach  
Źródło: badania własne

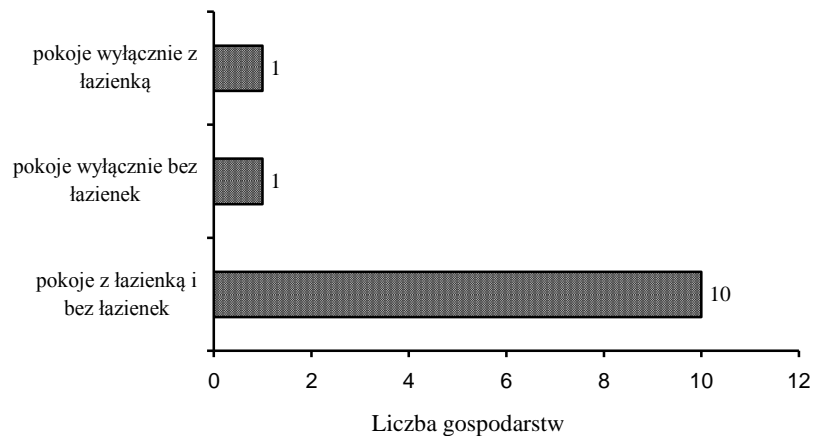
Baza noclegowa jest bardzo zróżnicowana. 8 gospodarstw bazę noclegową ma zlokalizowaną zarówno we własnym domu jak i w oddzielnym budynku (rys. 6). Ponadto prawie wszyscy kwaterodawcy (10 gospodarstw), posiadają zarówno pokoje z łazienką jak i bez łazienki (łazienka wspólna dla dwóch lub trzech pokoi) (rys. 7). Natomiast tylko w jednym gospodarstwie występują wyłącznie pokoje z łazienką.



A – liczba gospodarstw z baza noclegową w oddzielnym budynku i domu gospodarza,  
B – liczba gospodarstw z baza zlokalizowaną wyłącznie w oddzielnym budynku,  
C – liczba gospodarstw z baza noclegowa wyłącznie w domu gospodarza

Rysunek 6. Struktura lokalizacyjna bazy noclegowej w badanych gospodarstwach  
Źródło: badania własne





Rysunek 7. Struktura badanych gospodarstw ze względu na warunki sanitarne  
Źródło: badania własne

Dane przedstawione w tabeli 1, wskazują, że gospodarze przeznaczają do wynajęcia zwykle 2 lub 3 pokoje, które są najczęściej dwuosobowe. Pokoje czterosobowe, poszukiwane głównie przez rodziny z dziećmi, odnaleźć można tylko w 4 gospodarstwach, natomiast łącznie we wszystkich gospodarstwach jest tylko 1 pokój jednoosobowy. W sumie, we wszystkich ankietowanych gospodarstwach do dyspozycji wczasowiczów są 22 pokoje ze 105 miejscami noclegowymi.

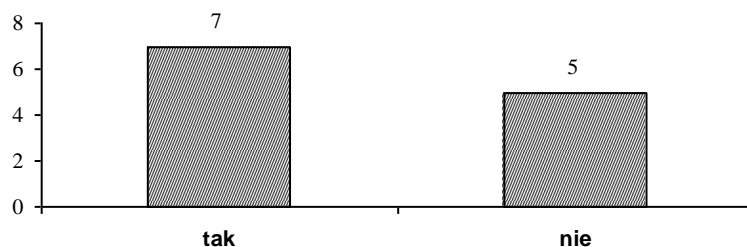
Tabela 1. Liczba miejsc noclegowych przeznaczonych na wynajem w badanych gospodarstwach

Liczba pokoi	Ilość gospodarstw o danej liczbie pokoi	Łączna liczba pokoi, w tym:				Liczba miejsc
		1-osobowe	2-osobowe	3-osobowe	4-osobowe	
8	1		2	5	1	23
4	2		8			16
5	1	1	2		2	13
3	4		7	2	3	32
2	4		4	3	1	21
Razem: 22	12	1	23	10	7	105

Źródło: badania własne

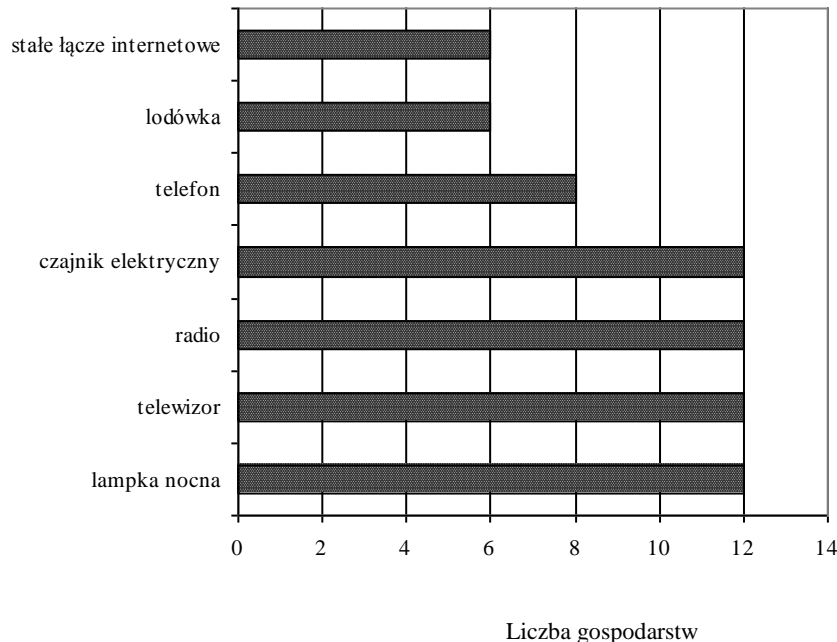
Ponad połowa respondentów (7 gospodarstw) zadeklarowała rozszerzenie swojej oferty o dodatkowe miejsca noclegowe (rys. 8). Trzech rolników planuje udostępnić turystom dodatkowe 2 pokoje. Natomiast jeden z gospodarzy zamierza

zwiększyć bazę o 3 pokoje, widząc w tym szansę uzyskania większego dochodu w przyszłości.



Rysunek 8. Przewidywane zwiększenie miejsc noclegowych w badanych gospodarstwach  
Źródło: badania własne

W badanych gospodarstwach agroturystycznych wszystkie pokoje wyposażone są w lampkę nocną, radio, telewizor i czajnik elektryczny (rys. 9). Natomiast ośmiu gospodarzy wyposażyło swoje miejsca noclegowe w telefon. W przypadku sześciu gospodarstw w pokojach występują jeszcze dodatkowo lodówki i dostęp do stałego łącza internetowego. Niestety nie udało się spotkać kwater przystosowanych do przyjmowania osób niepełnosprawnych.



Rysunek 9. Wyposażenie pokoju w badanych gospodarstwach  
Źródło: badania własne

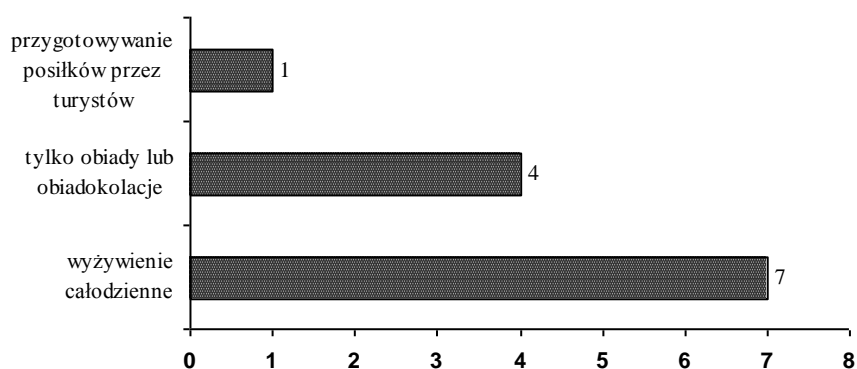
Wszystkie analizowane gospodarstwa wyposażone są w parking dla turystów, miejsce na ognisko i grill, a także w celowo przygotowane, bardzo estetyczne, miejsca do wypoczynku na powietrzu w postaci altan czy ławek ze stolikami (tab. 2). W większości gospodarstw jest także plac zabaw dla dzieci (10 gospodarstw). Natomiast, w co drugim występuje boisko do uprawiania sportów.

Tabela 2. Wyposażenie ankietowanych gospodarstw w elementy podnoszące standard wypoczynku

Elementy podnoszące standard zakwaterowania	Liczba gospodarstw
	n=12
Parking dla turystów	12
Garaż dla turystów	3
Miejsce na ognisko	12
Miejsce do wypoczynku na powietrzu	12
Miejsce na grill	12
Boisko do uprawiania sportów	6
Plac zabaw dla dzieci	10
Pole namiotowe	4

Źródło: badania własne

Dużą atrakcją agroturystyczną jest możliwość spróbowania regionalnych potraw, dlatego też, właściciele badanych gospodarstw w większości przypadków oferują całodienne wyżywienie (rys. 10). Tylko w trzech gospodarstwach turystom podaje się jedynie obiad lub obiadokolację. Niemniej jednak, wszystkie gospodarstwa deklarujące żywienie turystów posiadają w swoim menu charakterystyczne dla regionu potrawy.



Rysunek 10. Struktura żywieniowa w badanych gospodarstwach

Źródło: badania własne

## Podsumowanie

Turystyka wiejska na terenie powiatu łosickiego ma bogatą tradycję. Znajdujące się tutaj ciekawe pod względem przyrodniczym tereny nadbużańskie od dawna przyciągały rzesze turystów. Jednakże liczba gospodarstw agroturystycznych w powiecie łosickim jest niewielka. Trzeba jednak zwrócić uwagę na wysoki w większości gospodarstw standard obiektów i dobrą jakość oferowanych usług żywieniowych i noclegowych. Ważnym elementem produktu agroturystycznego jest oferta rekreacyjna, która w większości badanych gospodarstwach jest zadowalająca. Wśród proponowanych w gospodarstwach atrakcji dominują wycieczki piesze i rowerowe oraz wędkarstwo. Ponadto znaczna część gospodarstw umożliwia swoim gościom jazdę konną, organizuje przejażdżki bryczką i spływy kajakowe.

Biorąc pod uwagę piękno przyrody i rolniczy charakter powiatu łosickiego, można uznać, że jest to region predysponowany do rozwoju agroturystyki. Dlatego też, w powiecie tym powinno powstawać więcej gospodarstw oferujących usługi turystyczne na wyższym niż dotychczas standardzie.

## Literatura

- Arasymowicz S., Mironiuk A., 1982: „Dolina Nadbużańska”, wyd. Biała Podlaska
- Dombrowski A., Wereszczyńska A., 1991: „Dokumentacja faunistyczno-florystycznego rezerwatu Kózki”; wyd. Biała Podlaska
- Instytut Turystyki, 2006: Turystyka Polska w 2005 roku. Układ Regionalny. Warszawa
- Kazun D., 2002: „Przeminęło z wiatrem, czyli szukaj wiatrów na polach gminy Platerów”; wyd. Publiczne Gimnazjum w Platerowie
- Kopeć B. 1989: Metodyka badań ekonomicznych w gospodarstwach rolnych. Skrypt AR we Wrocławiu, nr 269
- Kopówka E. i K., 2001: „Bojownikom o niepodległość cześć”
- Kot H., Dombrowski A., Kot E., Soczewka B., 1997: „Informator przyrodniczy – województwo białkopodlaskie”, Zakład badań ekologicznych „EKOS”
- Łapiński W., 2004: „Nadleśnictwo Sarnaki”
- Nieścioruk T., 2003: „Powiat Łosice”
- Ostarzewski J., 2001: „Park Krajobrazowy Podlaski Przełom Bugu”, Gazeta Łosicka, nr 3
- Rąkowski G., 1996 „Polska egzotyczna – przewodnik”; wyd. PWN w Warszawie;
- Wiktorowski K., Szelaż M., 2000: „Wpływ polityki regionalnej na zmiany funkcji obszarów wiejskich w kontekście rozwoju turystyki w regionie zachodniopomorskim”; Folia Universitatis Agriculture Stetinensis

## Streszczenie

Powiat łosicki ze względu na swoje położenie geograficzne jest bardzo atrakcyjnym miejscem pod względem turystycznym. Na jego terenie występują kilka rezerwatów i miejsc przyrodniczo cennych. Jest on więc ostoja wielu rzadkich gatunków roślin i zwierząt.

Badaniom poddano 12 gospodarstw rolnych, położonych w powiecie łosickim województwa mazowieckiego. Gospodarstwa do przeprowadzenia badań wybrano w sposób celowy. Podstawowym kryterium wyboru jednostek badawczych było prowadzenie działalności agroturystycznej oraz lokalizacja obiektu badawczego na terenie powiatu łosickiego.

Materiał źródłowy zebrano metodą wywiadu bezpośredniego, natomiast za narzędzie badawcze posłużył kwestionariusz wywiadu ankietowego. Dodatkowym źródłem informacji był również Urząd Powiatowy i poszczególne Urzędy Gmin. Zbieranie danych do opracowania przeprowadzono w 2006 roku wśród właścicieli gospodarstw.

Baza wypoczynkowo-noclegowa ogranicza się do 22 pokoi ze 105 miejscami. Większość z nich posiada pokoje bez wyłącznych łazienek. Właściciele najczęściej prowadzą całodobowe żywienie gości, oferując im potrawy o typowym dla regionu charakterze. W badanych gospodarstwach agroturystycznych wszystkie pokoje wyposażone są w lampkę nocną, radio, telewizor i czajnik elektryczny. Brak jest kwater przystosowanych do przyjmowania osób niepełnosprawnych.

Wszystkie analizowane gospodarstwa wyposażone są w parking dla turystów, miejsce na ognisko i grill, a także w celowo przygotowane, bardzo estetyczne, miejsca do wypoczynku na powietrzu. Większość gospodarstw agroturystycznych powiatu łosickiego przyjmuje turystów jedynie w sezonie letnim. Umożliwiają one jednak organizację imprez okolicznościowych, takich jak imieniny, urodziny czy przyjęcie sylwestrowe.

### **Summary**

In regard to geographical location, Łosice district is very attractive place for tourists. On this area are a few reserves and places naturally valuable. So, they are a good places to many rare plant species and animals.

The study take 12 farms, located in Łosice, district of Mazowiecki voivodship.

The fundamental criterion for choosing of study units was agrotouristical activity.

The resource material was connected by many the method of immediately interview, but the questionnaire used as the research instrument. Additional information recourse was also Distric Office. The all datas were collected in 2006. The obtained results showed that the recreation – accommodation basic take 22 rooms with 105 places. The almost from them had the rooms without the bathrooms. The owners during day and night hold the gousts nutriting. Very often they served them the dishes with typical for this region character. In study agrotouristic farms in all rooms are night lamp, radio, TV set and electric teapot. In this area exist the rooms suitable for disability people.

All analysed farms are equipped in parking, place for fire and grill and special and estetical places for resting on the aire. The almost agrotouristic farms in Łosice district had the tourists only in the summer time. They are also prepared to organize different party e.g. birthday, mameday or Sylwester ball.

**Halina Powęska**

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Żuławy Wiślane jako region turystyczny**

### **Wstęp**

*„Z wału, który chronił teren przed zalewem wody na wiosnę, widzieliśmy olbrzymią równinę, na której całe lany były albo żółte albo zielone. Przecinały je drogi wysadzone drzewami, wijące się jak wstęgi. Zabudowania w tej soczystej zieleni wyglądały jak czerwone muchomory. Widok ten był tak piękny, że ludzie przestali rozmawiać, z oczami wpatrzonymi w ten cudowny dywan przyrody”<sup>1</sup>. Zaczerpnięty z pamiętnika osadnika żuławskiego Mieczysława Szpineka, opis Żuław Wiślanych dobrze pokazuje specyfikę oraz charakter tego terenu. Choć zajmują tylko 2% powierzchni Polski, to ze względu na osobliwy krajobraz, środowisko geograficzne oraz silnie związane z czynnikami naturalnymi kierunki rozwoju gospodarczego, zasługuje na szczególną uwagę. Wygląd i estetyka tych miejsc może być, podobnie jak surowe krajobrazy górskie, urozmaicone pejzaże pojezierne czy piaszczyste wybrzeża morskie walorem wykorzystywanym w rozwoju turystyki.*

Traktując w niniejszym artykule Żuławy Wiślane jako region turystyczny postawiono udzielić w niniejszym artykule odpowiedzi na pytanie na ile czynniki przyrodnicze oraz kultura materialna mają wpływ na rozwój turystyki na tym terenie oraz wskazanie tych elementów w krajobrazie, które powinny być wykorzystane dla kreacji funkcji turystycznej. Jest to również próba udowodnienia tezy, że Żuławy Wiślane mogą być turystycznym obszarem docelowym, a nie, jak dzieje się obecnie, turystycznym obszarem tranzytowym. Jako turystyczny obszar docelowy rozumie się taki region, w którym walory i atrakcje turystyczne są głównym celem przyjazdów turystów oraz rozwija się turystyka długookresowa, natomiast turystyczny obszar tranzytowy jest właściwy dla regionu, gdzie odwiedziny turystów odbywają się przy okazji ruchu turystycznego w obszarach sąsiednich.

Pod pojęciem regionu turystycznego<sup>2</sup> w niniejszym artykule rozumie się pewien występujący w terenie jednorodny środowiskowo obszar, który został ukształtowany w przeszłości, wyróżniający się z otoczenia określonymi cechami

---

<sup>1</sup> J. Pawlik. (red.), Żuławiacy. Wspomnienia osadników żuławskich, Wydawnictwo Morskie, Gdańsk 1973.

<sup>2</sup> S. Liszewski, Region turystyczny, Turystyka 2003/1.

naturalnymi i kulturowymi, istnieniem walorów turystycznych, zarysowanych w terenie granic, zagospodarowaniem turystycznym, siecią powiązań wewnętrznych i zewnętrznych zapewniających dostępność przestrzenną włączonych do regionu terenów. W regionie uznawanym za turystyczny rozwinięta jest funkcja turystyczna, która przynosi w skali lokalnej dochody mieszkańcom. Analizę w niniejszym artykule przeprowadzono w oparciu o studia literaturowe, źródła kartograficzne oraz obserwacje własne.

### **Żuławy Wiślane jako region fizycznogeograficzny**

Żuławy Wiślane obejmują deltę Wisły, równinę o powierzchni<sup>3</sup> 2460 km<sup>2</sup> swoim kształtem zbliżoną do trójkąta z wierzchołkiem znajdującym się w rozwidleniu królowej polskich rzek na Leniwkę i Nogat, zaś podstawę stanowi pas piasków morskich z licznymi wydhami - Mierzeja Wiślana. Największe odchylenie od kształtu trójkąta obserwuje się na południe od Elbląga w okolicach Pasłęka, gdzie delta Wisły wciska się niewielką zatoką pomiędzy obszary wysoczyzn morenowych. Żuławy Wiślane to kraina geograficzna z bardzo silnie zarysowanymi się w terenie granicami naturalnymi, wytyczonymi przez krawędzie wysoczyzn morenowych, których krajobraz wyraźnie odróżnia się od płaskiej delty Wisły. Na zachodzie i południowym zachodzie Żuławy graniczą z Pojezierzem Kaszubskim i Starogardzkim, na południu i południowym wschodzie z Doliną Kwidzyńską i Pojezierzem Iławskim, a na wschodzie z Równiną Warmińską oraz Wysoczyzną Elbląską. W skład Żuław Wiślanych wchodzi trzy mniejsze jednostki: Żuławy Gdańskie - położone na lewym brzegu Wisły, obejmują zachodnią część równiny deltowej położoną między krawędzią Pojezierza Kaszubskiego a Wisłą, Żuławy Malborskie w skład których wchodzi Żuławy Wielkie - są to tereny położone w widłach Wisły i Nogatu, oraz Żuławy Małe - wsie na wschód od Nogatu, które leżą poniżej linii osad: Kukułka, Gronowo, Oleśno i Ząbrowo. Trzecią jednostką Żuław Wiślanych są Żuławy Elbląskie - obejmują tereny leżące na wschód od Nogatu i powyżej Żuław Małych.

U nasady Żuław Wiślanych, przy rozgałęzieniu Leniwki i Nogatu w tak zwanej Mątowskiej Głowie wysokość bezwzględna terenu wynosi około 10 m n.p.m., i stopniowo obniża się w kierunku północnym i północno-wschodnim. W centralnej i wschodniej części regionu, w okolicach Nowego Dworu Gdańskiego i wokół Jeziora Drużno występują obszary depresyjne, które stanowią ok. 28% ogólnej powierzchni delty. W miejscowości Raczek Elbląskie, na obszarze największego obszaru depresyjnego rozpościerającego się po zachodniej i północno-zachodniej stronie jeziora

---

<sup>3</sup> J. Kondracki., Geografia fizyczna Polski, PWN, Warszawa, 1988, s.276.

Drużno znajduje się najniżej położony punkt depresyjny Żuław (1,8 m p.p.m.). Powierzchnie wznoszące się od 0 do 5 m n.p.m. zajmują 47%, a na powierzchni powyżej 5 m n.p.m. przypada 25%. Najwyższe punkty wynoszą 11,4 m n.p.m. w miejscowości Jegłownik i 14,6 m n.p.m. w Grabinach-Zameczku. Są to wystające ponad powierzchnię akumulacji rzecznej dwa pagórki zbudowane z materiałów polodowcowych. Na szczególną uwagę z punktu widzenia krajoznawczego, wśród innych elementów krajobrazu Żuław Wiślanych, zasługują więc obszary depresyjne oraz niemalże płaski krajobraz. Kraina Żuław Wiślanych jest najmłodszym geologicznie fragmentem powierzchni Polski. Zaczęła kształtować się od IV tysiąclecia p.n.e. Powstała w wyniku osadzania się w dawnej zatoce morskiej dużych ilości żwirów, piasków i mułów niesionych przez wody Wisły i wielu mniejszych rzek. Żuławy Wiślane są więc, dawną zatoką morską, dlatego powszechnie występują tam bursztyny, które są również wielką atrakcją i jednocześnie bogactwem tego regionu. Innym bogactwem, wykorzystywanym gospodarczo są bardzo urodzajne gleby, głównie mady, gleby torfowe oraz gleby bagienne, które wykształciły się na osadach naniesionych przez wody rzeczne.

Naturalną formacją roślinną na Żuławach Wiślanych były łąki i lasy liściaste. Zdecydowana większość obszarów leśnych i trawiastych została na przestrzeni dziejów zamieniona na pola uprawne. Niewielki fragment las jesionowo-wiązowego pozostał nad Nogatem, gdzie utworzono rezerwat. Jednakże należy zauważyć, że współcześnie drzewa stanowią ważny element krajobrazu Żuław Wiślanych. Wskazują na przebieg dróg oraz cieków wodnych. Wzdłuż linii komunikacyjnych sadzono najczęściej liściaste drzewa wysokie o rozłożystych konarach, a wzdłuż rowów i kanałów melioracyjnych - wierzby. Pierwotnie podmokłe i lesiste obszary Żuław były także królestwem ptaków. Obecnie takie warunki zachowały się na podmokłych obszarach wokół jeziora Drużno i wokół Zatoki Elbląskiej. Utworzono tam dwa rezerваты chroniące miejsca lęgowe ptactwa błotnego i wodnego.

Na wody powierzchniowe Żuław Wiślanych składa się Wisła z licznymi odnogami oraz jezioro Drużno. Martwa Wisła stanowi najważniejszy ciek na Żuławach Gdańskich, Szarpawa jest główną rzeką Żuław Malborskich, natomiast Żuławy Elbląskie leżą w dorzeczu **Nogatu i rzeki Elbląg**. Rzeki Żuław Wiślanych zatraciły, w większości przypadków, swoje naturalne cechy i w wyniku długotrwałej ingerencji człowieka stały się kanałami, których poziom jest sztucznie regulowany. **Bardzo istotne znaczenie odgrywają na obszarze Żuław Wiślanych wody podziemne, ponieważ** są najważniejszym źródłem wody pitnej.

Urodzajne gleby Żuław Wiślanych zdecydowały o gospodarczym charakterze tego regionu. Dlatego na podmokłych depresyjnych obszarach od stuleci prowadzono prace melioracyjne. Z czasem powstała gęsta sieć rowów (17 tys. km) i kanałów (3 tys. km) oraz grobli i wałów przeciwpowodziowych mających na celu zabezpieczenie Żuław przed wylewami rzek. Regulacja stanowisk wodnych, prowadzona przez kilkaset lat, stworzyła dogodne warunki dla



rozwoju rolnictwa, które zdominowało życie i gospodarkę Żuław. Jednocześnie zbudowane na przestrzeni dziejów wały przeciwpowodziowe, groble, strażnice wodne, śluzy, pochylnie, mosty zwodzone i stacje pomp stały się istotnym elementem krajobrazu Żuław, które mogą być podstawą rozwoju, mającej coraz więcej zwolenników, turystyki industrialnej.

Pierwotny krajobraz wilgotnych lasów łągowych i olsowych, bagien i rozlewisk wodnych został przekształcony w pola uprawne i łąki. Gospodarka rolna Żuław nastawiona jest głównie na uprawę zbóż - pszenicy, buraków cukrowych, roślin pastewnych oraz hodowlę bydła. Akcentując rolnictwo jako najważniejszą gałąź gospodarki Żuław Wiślanych, należy jednocześnie odnotować bardzo dynamiczny proces rozwoju leżącej w sąsiedztwie tej krainy aglomeracji gdańskiej, co nie pozostaje bez wpływu na charakter, gospodarkę i krajobraz omawianego obszaru. Rozwój przestrzenny Trójmiasta powoduje coraz powszechniejsze wykorzystywanie, a tym samym przekształcanie, północnej części Żuław Gdańskich w teren zurbanizowany.

Z powyższych uwag wynika, że środowisko przyrodnicze Żuław Wiślanych zostało niemalże całkowicie przekształcone przez człowieka. Warto więc odnotować możliwość wykorzystania specyficznego krajobrazu antropogenicznego Żuław Wiślanych jako atrakcji turystycznej. W niedalekiej odległości od siebie zostały ukształtowane dwa typy krajobrazu antropogenicznego - wiejski (Żuławy Wielkie i Elbląskie), oraz zurbanizowany (Żuławy Gdańskie).

### **Kultura materialna Żuław Wiślanych i jej związek z przeszłością**

Żuławy Wiślane, niezależnie od przynależności państwowej i przemian etnicznych, zawsze były obszarem rolniczym, na którym miasta nie odgrywały znaczącej roli. Powstały tam dwa centra urbanistyczne - Nowy Dwór Gdański, który obecnie coraz częściej zwany jest stolicą Żuław, i Nowy Staw. Większe miasta takie jak Gdańsk, Elbląg, Tczew i Malbork leżą na skraju delty. Krajobraz kulturowy Żuław Wiślanych został ukształtowany przez kilka fal osadników. Do XII wieku osadnictwo koncentrowało się w obszarach brzegowych otaczających deltę wysoczyzn, a żyzne łąki i mokradła Żuław traktowano jako źródło paszy dla bydła i koni, prowadzono tam również działalność rybacką i łowiecką. W XIII wieku zaczęto wprowadzać na Żuławach Wiślanych systemy odwadniające, a ludność pruska i pomorska zaczęła zakładać pierwsze stałe osady. Na wykarczowanych polanach i obszarach śródleśnych oraz łąkach i pastwiskach na coraz większą skalę prowadzono działalność rolniczą, efektem czego były coraz częściej pojawiające się zabudowania mieszkalne i gospodarskie. W XIV wieku Żuławy Wiślane stały się własnością Zakonu Krzyżackiego, co spowodowało całkowitą przemianę oblicza tej krainy. Krzyżacy sprowadzali kolonizatorów niemieckich, wprowadzili szereg zmian prawnych i gospodarczych, w tym komasację gruntów, prawo dziedziczenia po kądzieli, instytucję samorządu

i sołtysa, czynsz płacony w monecie w miejsce pańszczyzny. Napływ osadników niemieckich oraz przesiedlanie dawnych mieszkańców w mniej atrakcyjne obszary, doprowadziło do zmian etnicznych. Dominującą grupą ludnościową stali się Niemcy. Nowe zasady funkcjonowania i działalności na Żuławach Wiślanych oraz przemiany w strukturze ludności odbiły swe piętno w krajobrazie kulturowym. Wprowadzano i budowano zwarte, założone według jednego planu wsie, których granice były ściśle określone w dokumencie lokacyjnym, a poszczególni osadnicy otrzymywali miejsce pod zabudowę oraz przydział ziemi. Zagrody stawiano szeregiem po obu stronach drogi wokół centrum wsi, w którym wznoszono kościół, plebanię i staw przeciwpożarowy. Zagrody powstające za czasów panowania Krzyżaków na tym terenie miały formę czworoboka i składały się z kilku wolnostojących budynków: usytuowanego od strony ulicy dużego, szachulcowego domu mieszkalnego, który z czasem przybrał formę żuławskiego podcienia, prostopadle do niego ustawionych zabudowań gospodarczych, a naprzeciw domu stawiano zwykle najbardziej ze wszystkich budynków okazałą stodołę. Taki układ architektoniczny przetrwał w wielu miejscowościach do obecnych czasów. Osadnicy niemieccy otrzymywali przydziały ziemi od 2 do 4 włók (1 włók – około 16,8 ha) i ziemi tej aż do 1945 roku nie można było dzielić. Jest to informacja istotna z punktu widzenia zróżnicowania krajobrazowego Żuław Wiślanych, ponieważ skutkiem utrzymywania się tak długo jednolitej struktury wielkości i własności gospodarstw rolnych są regularne rozłogi pól oraz sieć kanałów i rowów melioracyjnych. W okresie kolonizacji niemieckiej zbudowano na Żuławach Wiślanych około 30 gotyckich kościołów, które w równinnym terenie do dziś stanowią ważny element krajobrazu.

W XVI wieku Żuławy Wiślane wraz z całym Pomorzem wróciły do Korony i rozpoczęła się trzecia fala osadnictwa żuławskiego. Stopniowo napływali osadnicy z Holandii i północnych Niemiec, zajmując najczęściej tereny najniższej położone, podmokłe nieużytki i opuszczone wsie. Osadnicy ci, zwani Olendrami, zawierali 30-40 letnie umowy, płacili dosyć wysokie wkupne, stanowiące około 10% wartości zajmowanej ziemi, jednakże byli zwolnieni z innych opłat. Ponadto, co było najważniejsze dla nowej fali osadników, zachowywali oni pełną wolność osobistą, ponieważ należeli do prześladowanego w kraju swego pochodzenia odłamu religijnego - Mennonitów. Zasady doktryny religijnej tego ruchu religijnego opierały się na dosłownym odczytywaniu i respektowaniu nakazów zawartych w Ewangelii. Dlatego w gminach mennonickich wzorowano się dosłownie na pierwszych chrześcijanach, zwracając szczególną uwagę na przestrzeganie surowych nakazów i zakazów etycznych. Mennonici nie służyli w wojsku i nie składali żadnej przysięgi, nie piastowali urzędów, a ich środowisko uchodziło za skrajnie konserwatywne. Z zasady nie integrowali się z miejscową ludnością. Należy jednak zauważyć, że byli doskonałymi gospodarzami, cechowali się wielką pracowitością i solidnością. Dlatego poziom życia w gminach mennonickich był bardzo wysoki. Stanowiąc kilkanaście procent społeczności

Żuław wprowadzili kilka istotnych elementów do gospodarki i krajobrazu tej krainy. Przede wszystkim przywieźli ze sobą krowy rasy czarnobiałej (której pomnik stoi w Starym Polu), rozpoczęli produkcję serów twardych, budowali wiatraki oraz zastosowali nowy sposób zabudowy wiejskiej. Osadnictwo olenderskie różniło się tym przede wszystkim od niemieckiego, że było w znacznej części rozproszone. W niektórych przypadkach osią wsi mennonickich był kanał żeglowny. Również odmienny charakter miały zagrody Olendrów. Każda zagroda mennonicka miała formę zwartej bryły, skupiającej pod jednym dachem dom, oborę i stodołę. Gospodarstwa były budowane na gruncie przydzielonej danemu rolnikowi, na sztucznie usypanym pagórku, zwanym terpem. Z czasem domy i inne zabudowania olenderskie były wzbogacane o ganki i podcienia. Architektura obiektów sakralnych Mennonitów zdecydowanie różniła się od kościołów niemieckich. Były to skromne, najczęściej drewniane, domy modlitwy, które jednocześnie pełniły funkcję szkół. Do dziś przetrwał tylko jeden kościół Mennonitów, natomiast częściej odnaleźć można w krajobrazie Żuław ślady istniejących przy każdej osadzie małych cmentarzy, z charakterystycznymi nagrobkami w kształcie wysokich, kamiennych stelli. Dzięki kamiennym nagrobkom cmentarze miały bardziej trwały charakter i kilka z nich przetrwało do dzisiejszych czasów, chociaż należy nadmienić, że stelle były masowo kradzione przez kamieniarzy i często tylko orografia terenu wskazuje, że w danym miejscu znajdował się cmentarz. Choć w krajobrazie dzisiejszych Żuław widać wyraźnie ślady osadnictwa olenderskiego, to należy wskazać na fakt, że populacja tej grupy ludności oraz jej wpływy wyraźnie uległy osłabieniu w czasie zaborów. Władze pruskie prowadząc politykę restrykcyjną, zmuszały Mennonitów do służby wojskowej, co przyczyniło się do ich emigracji najpierw w głąb Rosji, a następnie do Ameryki Północnej. Ci, którzy zostali ulegli germanizacji, a po 1945 roku zostali potraktowani jak ludność niemiecka i zostali wysiedleni.

Po zakończeniu II wojny światowej, Niemcy wycofując się z Żuław zniszczyli systemy irygacyjne, co spowodowało zalanie pól i uniemożliwienie uprawy roli na tym terenie przybywającym tam nowym osadnikom. Osiedlający się tam Polacy i, przesiedlani w ramach akcji Wisła, Ukraińcy mieli więc bardzo trudne zadanie. Ponadto, wprowadzenie po 1948 roku na tym terenie PGR-ów, rugowanie prywatnych właścicieli na mniej atrakcyjne obszary, brak znajomości i uwzględnienia doświadczeń w sposobie uprawy roli, spowodowały pogorszenie stanu gospodarki i poziomu życia jej mieszkańców. Pewne elementy w krajobrazie tego terenu pozostawił okres gierkoski, kiedy to wprowadzono nowy typ budownictwa określanego powszechnie jako blokowe, które obecnie, ze względu na niski poziom techniczny zastosowanych materiałów, popada w stan ruiny i wyraźnie szpeci przestrzeń Żuław.

Po 1989 roku, wraz z wprowadzaniem nowych podstaw prawnych funkcjonowania państwa polskiego oraz coraz szerszym akcentowaniem potrzeby

rozwoju lokalnego, dochodzą na Żuławach Wiślanych do głosu osoby i organizacje, które akcentują potrzebę identyfikacji regionalnej i lokalnej. Szczególnie cenne inicjatywy są podejmowane w uznawanym za stolicę Żuław - Nowym Dworze Gdańskim. Od 1994 roku istnieje tam Muzeum Żuławskie, wydawane są dwie lokalne gazety, a w Klubie Nowodworskim i w Towarzystwie Przyjaźni Polsko-Holenderskiej powstaje szereg inicjatyw mających na celu zachowania resztek kultury materialnej regionu.

### **Elementy współczesnego krajobrazu Żuław Wiślanych i możliwości ich wykorzystania w turystyce**

Żuławy Wiślane mogą i powinny stać się istotnym obszarem turystycznym z wielu powodów. Przede wszystkim są przykładem pewnego ewenementu wzajemnych relacji między człowiekiem a przyrodą. Z jednej strony jest to obszar prawie całkowicie przekształcony przez człowieka, a z drugiej, w celu zachowania atrakcyjności gospodarczej tego terenu istnieje pełna potrzeba respektowania praw przyrody. Żuławy Wiślane uczą systematyczności i wymagają kontynuacji prowadzonych działań, dzięki czemu istnieje tam możliwość osiągnięcia bardzo wysokiego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego i warunków życia zamieszkującej tam ludności. Bezpośredni jednak wpływ na rozwój funkcji turystycznej na tym terenie powinna mieć wielość typów i rodzajów elementów znajdujących się w krajobrazie, które można wykorzystać jako atrakcje turystyczne. W oparciu o te atrakcje i obiekty należy projektować przede wszystkim tematyczne szlaki turystyczne oraz promować różne typy turystyki na terenie Żuław. Zasadniczymi elementami współczesnego krajobrazu Żuław, które powinny być wykorzystane w promocji tego obszaru i rozwoju turystyki w regionie są:

- charakterystyczne budownictwo mieszkalne i gospodarcze,
- domy podcieniowe,
- zagrody olenderskie,
- budownictwo sakralne,
- cmentarze,
- urządzenia irygacyjne,
- wiatraki młyńskie pompowe,
- układy przestrzenne wsi,
- kolej wąskotorowa będąca atrakcją turystyczną,
- wiejskość krajobrazu,
- gęsta sieć kanałów i rowów melioracyjnych,
- układy geometryczne pól uprawnych,
- specyfika nasadzeń drzew,

- bardzo małe zróżnicowanie wysokości względnych i prawie płaski krajobraz,
- bursztyn jako bogactwo naturalne krainy,
- obszary depresyjne oraz podmokłe, w tym zarastające jezioro Drużno.

Na bazie takiego bogactwa atrakcji i walorów turystycznych koniecznym wydaje się nakreślenie propozycji działań mających na celu rozwój ruchu turystycznego na Żuławach Wiślanych. W prowadzonych już w tym zakresie badaniach wskazuje się głównie na turystykę rowerową i konną, jednakże wydaje się, że z równym sukcesem co wskazane wcześniej, mogą rozwijać się inne typy turystyki, w tym przede wszystkim turystyka wodna, industrialna, ekoagroturystyka i inne.

### **Podsumowanie**

W artykule wykazano istnienie na Żuławach Wiślanych różnego typu atrakcji i walorów turystycznych, tym samym za zasadną można uznać postawioną wstępnie tezę, że region ten ma podstawy aby stać się docelowym regionem turystycznym. Dające się wyróżnić wskazane powyżej trzy grupy walorów turystycznych: przyrodnicze, kulturowe i techniczno-irygacyjne mogą stanowić siłę przyciągającą potencjalnych turystów. Warunkiem koniecznym do tego jest jednakże odpowiednia promocja i informacja o regionie, a przede wszystkim poprawa infrastruktury turystycznej, której zakres, wielkość i charakter powinien stać się przedmiotem pogłębionej analizy.

### **Literatura**

- Kondracki J., Geografia fizyczna Polski, PWN, Warszawa, 1988.  
 Liszewski S., Region turystyczny, w: Turyzm 13/1, 2003.  
 Pawlik J. (red.), Żuławiacy. Wspomnienia osadników żuławskich, Wydawnictwo Morskie, Gdańsk 1973.  
 Żuławy Wiślane, Mierzeja Wiślana, Wysoczyzna Elbląska, mapa turystyczno-krajoznawcza, Przedsiębiorstwo Turystyczne TMT, Gdańsk 2006.

### **Streszczenie**

W artykule podjęto temat możliwości rozwoju turystyki na Żuławach Wiślanych. Uznano, że zasadniczymi elementami współczesnego krajobrazu Żuław, które powinny być wykorzystane w promocji tego obszaru i powiększeniu ruchu turystycznego w regionie są charakterystyczne budownictwo mieszkalne i gospodarcze, domy podcieniowe, zagrody olenderskie, budownictwo sakralne, cmentarze, urządzenia irygacyjne, wiatraki młyńskie pompowe, układy przestrzenne wsi,

kolej wąskotorowa będąca atrakcją turystyczną, wiejskość krajobrazu, gęsta sieć kanałów i rowów melioracyjnych, układy geometryczne pól uprawnych, specyfika nasadzeń drzew, bardzo małe zróżnicowanie wysokości względnych i prawie płaski krajobraz, bursztyn jako bogactwo naturalne krainy, obszary depresyjne oraz podmokłe, w tym zarastające jezioro Drużno. Podkreślono również, że warunkiem koniecznym dla zaistnienia funkcji turystycznej na tym terenie jest poprawa stanu infrastruktury oraz odpowiednia informacja o regionie.

### **Summary**

The article discusses the matter of the possibility of tourism development in Żuławy Wiślane. It has been found that the primary elements of the contemporary landscape of Żuławy, which ought to be used in the promotion of this area and increasing the tourist circulation in this region are the characteristic living and economic development, podcieniowe houses, olendarskie yards, sacred building, cemeteries, irrigation devices, pump millstones, village spatial layouts, narrow-gauge railway as a tourist attraction, the rural character of the landscape, dense network of tributary canals and ditches, geometric layouts of fields, the special character of tree planting, very low diversification of relative heights and almost flat landscape, amber as the natural resource of the land, depressions and wetlands, including the shrinking by means of plants overgrowing Drużno lake. It has also been emphasized that the condition necessary for the tourist function to exist in this area is an improvement of the infrastructure's state as well as proper promotion of the region.

**Irena Kotowicz-Borowy**  
Katedra Edukacji i Kultury  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Symboliczne i społeczne znaczenie dziedzictwa kulturowego dla rozwoju turystyki na przykładzie rejonu Kanału Augustowskiego**

*Kultura czyli cywilizacja stanowi złożoną całość, która  
obejmuje wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność i przyzwyczajenia nabyte przez  
człowieka jako członka społeczeństwa.*  
E.B.Tylor

### **Wprowadzenie**

Dziedzictwo kulturowe stanowią zarówno zasoby kultury materialnej jak niematerialnej, które jako fakty kulturowe stały się elementami kultury przekazywanej wraz z tradycją z pokolenia na pokolenie. Dziedzictwem kulturowym są także wszelkie dobra współcześnie zastane i stworzone, które uznane zostały za elementy kultury tradycyjnie dziedziczonej. Czym zatem jest tradycja?

Tradycja to wszelkie dziedzictwo przeszłości materialne i niematerialne istniejące w przeszłości czy w danym momencie w życiu bądź wywołane z przeszłości do życia określonej zbiorowości czy grupy ludzkiej. Z racji swego pochodzenia odpowiednio wartościowane i stąd selektywnie przekazywane następnym pokoleniom.<sup>1</sup>

Tradycja stanowi więc bogactwo czyli kapitał społeczny niesiony z pokolenia na pokolenie przez następujące po sobie generacje.

Dziedzictwo kulturowe stanowi z reguły *atrakcję turystyczną*, bo jak pisze D. Lundberg *atrakcją turystyczną jest wszystko to co zaciekawia turystę*.<sup>2</sup>

Istnieje wiele związków między dziedzictwem kulturowym i turystyką. Zasoby dziedzictwa kulturowego działają inspirująco na rozwój turystyki. Jednocześnie turystyka powinna pełnić rolę ochronną dla tradycji kulturowych. Największe wyzwania stają w tym momencie przed turystyką kulturową i edukacyjną. Pełnymi garściami można więc sięgać po zabytki kultury materialnej, mentalnej czy społecznej a także po dziedzictwo przyrodnicze. Ciekawa jest zarówno architektura jak miejscowa gwara, ubiór, zwyczaje, sztuka czy religia. Wszak konwencja Organizacji Narodów Zjednoczonych o Ochronie Kulturowego i Naturalnego Dziedzictwa z 1972 roku, jako dziedzictwo kulturowe określa:

---

<sup>1</sup> J. Burszta, *Kultura ludowa, kultura narodowa*, PWN, Warszawa 1974, s.56.

<sup>2</sup> D. Lundberg, *The Tourist Business*, [w:] Z. Kruczek, *Polska geografia atrakcji turystycznych*, Proksenia, Kraków 2003. s.9.

- zabytki architektury, rzeźby i malarstwa, przedmioty i struktury archeologiczne, inskrypcje, jaskinie mieszkalne oraz kombinacje wymienionych elementów, które mają wybitną wartość z punktu widzenia historii, sztuki lub innej dziedziny nauki;
- grupy budynków, tj. grupy pojedynczych lub połączonych budynków, które ze względu na swą architekturę, jednorodność lub położenie w krajobrazie odgrywają ważną rolę;
- miejsca i wytwory ludzi lub korelaty stworzone przez naturę i ludzi oraz obszary zawierające stanowiska archeologiczne, które są wartościowane z historycznego, estetycznego, etnograficznego lub antropologicznego punktu widzenia.

Wiele dóbr kultury staje się przedmiotem potrzeb turystycznych. Zaspokajanie takich potrzeb staje się nieomal równoznaczne z popularyzacją i promocją dziedzictwa kulturowego regionu.

### **Potencjał kulturowy regionów europy Środkowo Wschodniej**

Regiony Europy Środkowo Wschodniej (a do nich należy także Polska), stanowią bogactwo dziedzictwa kulturowego wielu grup etnicznych i etnograficznych. Jest to teren, który od wieków, żeby nie powiedzieć tysiącleci stanowił tygiel ludów północy, wschodu i zachodu Europy.

Stanowiska archeologiczne ukazują tu bogactwo warstw kulturowych ukrytych pod ziemią. Kurchany licznie pokrywające między innymi teren Mazur, część Pomorza i północnego Mazowsza wraz z widocznymi resztkami wałów obronnych i grodzisk są dumnymi strażnikami tajemnic historii sprzed prawie tysiąca lat. Warowne zamki krzyżackie przemawiają do wyobraźni potęgą murów. Pałace i dwory, między innymi Paców, Tyszkiewiczów, Radziwiłłów czy Branickich dowodzą możliwości najzdolniejszych architektów, malarzy i rzeźbiarzy reprezentujących w swoich epokach najwyższe umiejętności. Na całym obszarze Europy Środkowo-Wschodniej pozostałości dworców i chat dworskich drobnej szlachty mówią o starym osadnictwie rodem z Mazowsza, które licznie w wiekach średnich i później, początkowo rozsiało się po Pomorzu, Kujawach aż po Małopolskę, a z czasem przybywało na kresy tworząc całe okolice zaściankowe aż po Szarkowszczyznę i Braclawszczyznę na północnym wschodzie, Podole, Bukowinę a nawet Bezarabię na południowym wschodzie. Nie zapominajmy, że Polska i cała środkowo-wschodnia Europa to obszar na którym spotykały się od najdawniejszych czasów różne wiary, a ich ślad pozostał w miejscach kultu. Począwszy od pogańskich ołtarzy, przez wizerunki bóstw kutech w kamieniu, cmentarzysk i kurhanów, poprzez drewniane cerkwie z XIV wiecznymi ikonami, świętą górę Grabarkę, sobór św. Zofii w Nowogrodzie, opuszczone klasztory np. kamedułów (od Czerwonego Klasztou na Słowacji po Wigry na Suwalszczyźnie), po miejsca kultu maryjnego. Wymieniając choćby



kapliczkę podhalańskiej Matki Bożej Śnieżnej na Wiktorówkach, M.B. Ludzmierską, Częstochowskie najważniejsze polskie sanktuarium z Czarną Madonną, Świętą Lipkę, Gietrzwałd, Ostrą Bramę w Wilnie, czy kościół Piotra i Pawła z kryształowym korabem, fundowany przez magnata Paca, który kazał się pogrzebać pod progiem portalu świątyni, odbywając w ten sposób wieczną pokutę za popełnione grzechy.

Wspomnieć choćby, należy także czynne mizary, kirkuty, cmentarze prawosławne, katolickie czy ewangelickie i zabytkowe świątynie tych wyznań, często dziś zrujnowane lub przywrócone do życia po przymusowej przerwie politycznej. Długa jest lista zabytków kultury materialnej, społecznej i duchowej, zastanych na terenie Europy środkowowschodniej.

Te ogromne zasoby dziedzictwa kulturowego, stanowią jednocześnie jedno z największych bogactw tego znacznie słabiej od Europy Zachodniej gospodarczo rozwiniętego regionu. Tylko mądre wykorzystywanie posiadanych bogactw w połączeniu z dziedzictwem przyrodniczym, może przynieść tym krajom i regionom dochody niezbędne dla ich rozwoju.

### **Dziedzictwo kulturowe bogactwem kresów**

Historia kresów jest często historią narodów. *Kresy jako terytoria pogranicza zawierają w sobie swoiste wartości kulturowe. Przenikają się w nich wpływy i oddziaływania, generalnie znamieną jest ich wielokulturowość.*<sup>3</sup>

Kresy stanowią często teren politycznie niepewny i w związku z tym stosunkowo słabo rozwinięty gospodarczo. W przypadku okolic Kanału Augustowskiego mamy dzisiaj do czynienia przede wszystkim z terenami wiejskimi posiadającymi słabe gleby i starzejącą się ludność, która nie ma już specjalnych perspektyw dla rozwoju gospodarstw rolniczych i tym samym pozyskiwania na ten cel dodatkowych funduszy inwestycyjnych, np. pochodzących ze środków Unijnych. Jest to teren należący do trzeciej strefy obszarów wiejskich, a więc terenów położonych w znacznej odległości od dużych aglomeracji miejskich, słabym zaludnieniu i stosunkowo dużej liczbie małych gospodarstw rolnych posiadających poniżej 5 ha ziemi. Rejon Podlasia Północnego, a okolice Kanału Augustowskiego w szczególności, posiadają jednak ogromne bogactwo w postaci zasobów dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego do którego zalicza się także sam Kanał. Ten kapitał społeczny, kulturowy i przyrodniczy pozwala bardziej optymistycznie myśleć o rozwoju przedsiębiorczości na tym terenie, związanej ze stale tu rosnącym zapotrzebowaniem na usługi turystyczne.

Pograniczne położenie i wielokulturowość obszarów wokół Kanału Augustowskiego, spowodowały, że zachowała się tu u potomków różnych grup

---

<sup>3</sup>A. Chodubski, Kresy jako specyficzna wartość cywilizacyjna [w:]Kultura pogranicza-Pogranicze kultur,(red)A. Bobryk, SSAK” BRAMA”, WSH-Pułtusk, Siedlce 2005,s. 59.

kulturowych silna świadomość społeczna wynikająca z tradycji pochodzenia.<sup>4</sup>Pozwala to na zachowanie poczucia własnej tożsamości kulturowej ,która stanowi bogate pokłady kapitału społecznego. To właśnie tożsamość kulturowa rozszerza możliwości rozwoju ludzkiego skłaniając każdy naród, każdą grupę do tego, aby ożywiała się swą przeszłością i aby przyswajała elementy z zewnątrz, możliwe do pogodzenia ze swoim charakterem i w ten sposób kontynuowała proces swojej własnej kreacji.<sup>5</sup> Kanał Augustowski położony administracyjnie na terenie województwa podlaskiego w jego części północnej, historycznie należy do obszaru tzw. kresów czyli dawnych wschodnich pograniczy Rzeczypospolitej. Kresy są obszarem specyficznym. Tędy od wieków a nawet tysiąceci przechodziły ważne szlaki handlowe łączące północ z południem Europy, a także azjatycki wschód z Europą. Tu nawiązywano mniej lub bardziej trwałe kontakty, tutaj także było miejsce zagorzałych walk o przesunięcie granic i powiększenie obszaru terytorium państwa, czy mniejszej zbiorowości terytorialnej.

### **Znaki kultury, mieszkańców ziemi augustowskiej**

Osadnictwo w rejonie Kanału Augustowskiego związane jest z burzliwymi dziejami historycznymi na tym terenie sięgającymi bardzo odległych czasów wykraczających poza okres wpływów rzymskich(I- IV wiek naszej ery). W II wieku n.e. zakończyła się kolonizacja Pojezierza Elckiego i Równiny Augustowskiej przez wspólnoty rodowe przedstawicieli kultury kurchanów zachodnio bałtyjskich .Powstały wówczas między innymi osady w Osowej, Raczkach, Neckim Borku .Jeszcze w okresie wczesnego średniowiecza przebiegał przez północne Podlasie szlak handlowy, łączący Morze Śródziemne z Półwyspem Sambijskim. Trakt prowadził od strony Wisły przez Zawkrze ,północne Mazowsze, okolice dzisiejszego Szczytna , Rajgrodu i Augustowa a następnie kierował się na północ Suwalszczyzny i dalej na półwysep Sambijski. Protojaćwingowie pozostawili po sobie do dzisiaj widoczne ślady w postaci kurhanów w których grzebali swoich przywódców. W zależności od rangi i zasług, przy zmarłym pozostawiano często bogate uzbrojenie chowając go niekiedy wraz z koniem i całym rynsztunkiem. Już przed IV wiekiem naszej ery ścierały się tu wpływy różnych grup kulturowych. Wzajemnie oddziaływały na siebie: kultura protojaćwieska obecna na tym terenie, kultura przeworska, której przedstawiciele przybyli z terenu południowej i środkowej Polski oraz kultura wielbarska reprezentowana przez plemiona przybywające z Pomorza .W końcu IV wieku

<sup>4</sup> U. Kuczyńska , Szlachta kurpiowska, mit czy rzeczywistość?[w:] L. Mróz {red}Regiony. Granice. Rubieże,DIĠ,Warszawa 2005,s.137.

<sup>5</sup> D.K. Kadłubiec, Refleksje po dwudziestu latach[w:]Na cieszyńskiej ziemi, ZG PZKO, Czeski Cieszyn 1985. U. Kaczmarek, Zaolzie jako region kulturowy,[w:]Dziedzictwo kulturowe na pograniczach etnicznych, RK KODRTK, Ciechanów 1995,s.14.

nastąpił dalszy rozwój kontaktów handlowych z innymi społecznościami, między innymi wywodzącymi się z prowincji rzymskich, Nadrenii i Galii.

Dużego znaczenia nabrał także szlak handlowy prowadzący znad Morza Czarnego doliną Dniepru i Bugu przez Suwalszczyznę nad Bałtyk.

Badania archeologiczne pozwalają na odkrywanie kolejnych artefaktów dowodzących różnorodności kultur bytujących na terenie północnego Podlasia. Do czasów współczesnych dotrwały resztki wczesnośredniowiecznych gródków obronnych należących do Jaćwingów. Jaćwież w tym okresie zajmowała terytorium między środkowym Niemnem na wschodzie, Kownem i Gołdapem na północy, Wielkimi Jeziorami Mazurskimi na zachodzie oraz rzeką Elk i Biebrzą na południu.

Jaćwingowie prowadzili wiele wypraw na tereny sąsiedzkie szczególnie do Polski i na Ruś. Wywołane źródła w postaci przedmiotów odkopanych podczas badań archeologicznych dowodzą niejednokrotnie wydarzeń historycznych jakie miały miejsce na omawianym terenie.

W XIII wieku na Jaćwież docierały kolejne wyprawy polsko-ruskie. Podczas jednej z nich został zdobyty i niemal całkowicie zniszczony położony nad jeziorem Rajgrodzkim gród Jaćwieski – Raj należący do wodza jaćwieskiego Stekinta. Gród zdobył ruski książę Daniel Halicki. Niespełna sto lat później już w XIV wieku król Kazimierz Wielki rozpoczął w tym samym miejscu budowę zamku który miał bronić kresów polskich. Pozostałości murów obronnych do dzisiaj można podziwiać w Rajgrodzie na wysuniętym w jezioro półwyspie zakończonym naturalnym wyniesieniem góry zamkowej.

Pod koniec XIII wieku Krzyżacy zdobyli gród- twierdzę Jaćwieży w Szurpiłach nad górną Czarną Hańczą, gdzie też znajdowało się główne miejsce kultu położone na tzw. Górze Zamkowej. Po tych wydarzeniach nastąpił schyłek Jaćwingów. Ślady starej wiary w postaci kamiennych kręgów, resztek wałów obronnych, widoczne są do dzisiaj stanowiąc znak tamtych czasów, ludzi i ich kultury

W 1392 roku Litwini pod wodzą Wielkiego Księcia Witolda zdobyli i spalili zameczek krzyżacki położony nad rzeką Nettą w pobliżu dzisiejszego Augustowa. Dopiero w 1422 roku tj. dwanaście lat po przegranej bitwie pod Grunwaldem, Zakon Krzyżacki zawarł z Litwą pokój na mocy którego, zrzekał się ziem jaćwieskich. Ustalono wówczas także granicę między terytorium Litwy i Zakonu Krzyżackiego, która bez większych zmian przetrwała jako granica litewsko - pruska do 1939 roku.

Po ustabilizowaniu się granicy, książęta litewscy chcąc zagospodarować bezludne tereny jaćwieskie nadawali części puszczy, łąk i jezior osadnikom i panom litewskim i ruskim. Początkowo byli to przede wszystkim osocznicy – myśliwi (których zadaniem było pilnowanie puszczy i osaczenie zwierzyny podczas polowań), bartnicy oraz rybacy i smolarze. Najczęściej nazwy nadawane ostępom

przez osadników –osoczników stawały się nazwami osad w których myśliwi mieszkali.<sup>6</sup> Z czasów gdy tereny te zamieszkiwali Jaćwingowie oprócz stanowisk archeologicznych, czytelnych znaków na ziemi takich jak kurhany, czy kręgi kamienne pozostał ślad w postaci zachowanego w toponimach języka dawnych bałtów. Na przykład takie nazwy jak *Rospuda*(jeziora i rzeka) pochodząca najprawdopodobniej od jaćwieskiego *daus pude*,-„mocno naciskająca” z którą związana jest także nazwa miejscowości *Dowspuda* położonej nad rzeką Rospudą między dzisiejszym Augustowem i Suwałkami (Dowspuda należała wraz z przyległymi dobrami do rodu Paców. Do dzisiaj pozostały fragmenty neogotyckich zabudowań pałacowych i resztki wspaniałego romantycznego parku rozciągającego się nad rzeką Rospudą).

Wyrazem jaćwieskim jest także *Zelwa* stanowiąca nazwę jeziora i miejscowości położonej na Suwalszczyźnie oraz analogicznej w rejonie grodzieńskim. Tam z kolei w miejscowości Zelwa na wzgórzu nad rzeką o tejże nazwie znajdują się pozostałości potężnego grodu pamiętającego zapewne czasy sprzed panowania litewskiego.<sup>7</sup>

Od początku XVI wieku Litwini rozpoczęli wędrówkę na zachód intensywnie zasiedlając tereny od północy (po rzekę Gołdapię) i wschodu - Puszczę Przelomską i Puszczę Marecką(Suwalszczyzna), aż po Puszczę Szembelowską. W tym czasie na terenach południowej Suwalszczyzny a więc także w rejonie dzisiejszego Kanału Augustowskiego zaczęło pojawiać się coraz liczniejsze osadnictwo ruskie posuwające się z południowego wschodu i zasiedlające tereny południowo-wschodniego brzegu Puszczy Augustowskiej w okolicy Grodna. Jednocześnie miała miejsce kolonizacja polska idąca od strony północno-wschodniego Mazowsza i zachodniego Podlasia.

Liczne osiedlanie się na wschodnich rubieżach drobnej szlachty oraz osadników bojarskich miało na celu przede wszystkim ochronę kresów. Do dzisiaj pozostały ślady osadnictwa drobnoszlacheckiego wyrażające się zarówno w dużej i małej architekturze(dworki, chaty dworkowe, kościoły, stare cmentarze) zwyczajach, wierze katolickiej, kulturze mentalnej, ale także w nazwiskach mieszkańców oraz w toponimach. Przykładem takich wsi na terenie południowej Suwalszczyzny jest parafia Rydzewo między Rajgrodem i Grajewem oraz parafia Janówka na północ od Augustowa nad rzeką Rospudą. Także w rejonie Grodzieńskim w pobliżu granicy polsko-białoruskiej, rozciągają się do dzisiaj czytelne okolice drobnoszlacheckie takie jak na przykład parafia Stare Ejsmondy. W badanej przez językoznawców, mowie jaką posługują się do dzisiaj mieszkający w swoich gniazdach rodowych potomkowie drobnej szlachty, występuje szereg

<sup>6</sup> K.T. Krzywiccy Suwalszczyzna .Zaniemenie, Agencja TD, Białystok 2001,s.32-33 .

<sup>7</sup> Nazwy rzeki czy jeziora a także rzeki leśne czy określające np. bagna czy uroczyska są starsze od nazw miejscowości. Nazwy wsi, osad czy miast pochodzą najczęściej od nazw geograficznych, głównie rzek i jezior oraz innych nazw terenowych nadawanych przez pierwszych myśliwych, bartników, czy osadników. Bywają też nazwy miejscowości wywodzące się od nazwiska czy imienia założyciela osady.

elementów wskazujących na wyraźne mazurzenie<sup>8</sup>. Jest to o tyle interesujące, że dowodzi pewnych pozostałości języka jaćwieskiego, który właśnie mazurzeniem, odróżniał się od języka litewskiego.

Za czasów panowania Zygmunta Augusta w dobrach królewskich na Litwie przeprowadzono tzw. pomiarę włóczną<sup>9</sup>. Była to reforma rolna, opierająca się w dużej mierze na zastąpieniu wcześniejszych świadczeń, czynszem proporcjonalnym do ilości posiadanej ziemi. Powstało wówczas na omawianym terenie wiele nowych wsi i miasteczek. Te ostatnie tworzone szczególnie wzdłuż granicy litewsko-pruskiej.

Historia założenia Augustowa, do dzisiaj jest różnie interpretowana. W każdym razie w herbie miasta znajdują się inicjały S.A.- Sigismundus Augustus, zwieńczone mirtą Wielkiego Księstwa Litewskiego oraz literami P.R.- Polonia Rex tj. Król Polski<sup>10</sup>. Miasto najprawdopodobniej założone więc zostało z inicjatywy samego króla w 1555r., na miejscu funkcjonującej tam karczmy, wystawionej przez Jana Radziwiłła z inicjatywy starosty knyszyńskiego, Piotra Chwalczewskiego, wybitnego ekonomisty zarządzającego dobrami królewskimi. Miejscowość położona na szlaku handlowym prowadzącym z Wielkiego Księstwa Litewskiego do Królewca, miała pełnić funkcję ważnego centrum handlowego na szlaku z Litwy i Białorusi przez Grodno i ówczesną Puszcę Perstuńską do Prus i Wielkopolski. Z czasem Augustów stał się miejscem skrzyżowania dróg handlowych także w stronę Warszawy i Krakowa (przez królewską rezydencję w Knyszynie). Jednocześnie było to lokalne centrum wymiany produktów rolnych i rzemieślniczych w związku z przeprowadzoną w tymże czasie reformą włóczną. Nie bez kozery król Stefan Batory zezwolił w 1578 roku osiedlać się w Augustowie ludności żydowskiej, która po około stu latach stworzyła tu swoją gminę. W XVIII wieku Żydzi zamieszkiwali już cały kahał tj. powiat, obejmujący oprócz dzielnic Augustowa także kilka okolicznych miejscowości. Ludność żydowska stanowiąca z czasem duży procent mieszkańców zajmowała się handlem, rybołówstwem i rzemiosłem.

Po Unii Lubelskiej (1569r.) kiedy Podlasie zostało włączone do korony, również Augustów znalazł się po stronie Polskiej. Pozostałe tereny północnego Podlasia pozostały w Wielkim Księstwie Litewskim, (cała dzisiejsza Suwalszczyzna należała do województwa Trockiego).

Na przełomie XVII/XVIII wieku powstało tu sporo dużych majątków ziemskich. W tym okresie powstały także Suwałki. Część dóbr znalazła się w rękach Zakonu Kamedułów (Wigry) i Zakonu Dominikanów (Sejny). Obydwa zakony prowadziły w swoich dobrach intensywną gospodarkę leśną czemu towarzyszyło sprowadzanie

---

<sup>8</sup> E. Golachowska, Język i kultura mieszkańców wsi włościańskich i szlacheckich dawnej ziemi drohickej na Podlasiu. Studium socjolingwistyczne, SOW, Warszawa 2006, s.144.

<sup>9</sup> K.T. Krzywicz, Suwalszczyzna. Zanimienie, Agencja TD, Białystok 2001, s.40.

<sup>10</sup> I.W. Baturowie, Po Ziemi Augustowskiej, Wyd. Hańcza, Suwałki 1997, s.18.

osadników( z sąsiednich Prus ,północno wschodniego Mazowsza i Podlasia środkowego) i zakładanie nowych osiedli puszczańskich. W drugiej połowie XVIII wieku na teren Suwalszczyzny napłynęła kolejna fala osadników z Mazowsza , Podlasia i Prus Książęcych a także Żydzi. Przybyli również staroobrzędowcy, którzy między innymi utworzyli osady w okolicach Augustowa. Ustalone w XVI wieku granice między Wielkim Księstwem Litewskim, Prusami i Rzeczpospolitą przetrwały do trzeciego rozbioru Polski. Wówczas Suwalszczyzna znalazła się w zaborze pruskim. Tylko Augustów pozostał po stronie zaboru rosyjskiego. Granica między Rosją a Prusami biegła między Grodnem i Jurborkiem wzdłuż Niemna. Prusacy nazwali swój teren tzw. Prusami Nowo wschodnimi dzieląc je na departamenty: płocki i białostocki. W ramach tego ostatniego znalazł się powiat wigierski z siedzibą w Suwałkach. W 1799roku erygowana została diecezja wigierska w zlikwidowanym zakonie kamedułów w klasztorze wigierskim.

Mimo różnorodności wyznań i kultur a może po części właśnie dlatego, mieszkańcy Augustowa i całej południowej Suwalszczyzny bardzo zawsze byli nastawieni patriotycznie. Biorąc pod uwagę także strategiczne położenie tego terenu, nie dziwią dzisiaj burzliwe i tragiczne często dzieje miasta i okolic. Związane one były między innymi z uczestnictwem w Powstaniu Listopadowym a następnie Powstaniu Styczniowym, kiedy to silne oddziały powstańcze pod przewodnictwem płk. Jana Andruszkiewicza oraz pułk. Konstantego Ramontowskiego długi czas działały ukrywając się w okolicznych puszczech. Także ludność litewska walczyła o niepodległą państwowość i wyrażała poczucie własnej tożsamości narodowej. Dlatego między innymi jeszcze przed pierwszą wojną światową w niektórych miejscowościach na terenie południowej Suwalszczyzny, zamieszkiwanych przez ludność polską i litewską dochodziło do konfliktów na tle obowiązującego w kościołach języka polskiego czy litewskiego. Rezultat był taki ,że księża Litwini prowadzili nabożeństwa po litewsku a księża Polscy w języku polskim.<sup>11</sup>

Strategiczne miejsce Augustowa polegało nie tylko na położeniu w stosunku do szlaków handlowych ale również sprzyjających rozwojowi tychże szlaków uwarunkowaniach fizjograficznych. Postanowiono te właśnie możliwości wykorzystać budując w latach 1823-1839 dzisiejszą perłę zbytków techniki w postaci Kanału Augustowskiego autorstwa generałów: Jana Malletskiego i Ignacego Prądzyńskiego. Celem budowy tego kanału było połączenie Wisły z Niemnem i łotewskim portem Windawa nad Bałtykiem<sup>12</sup>, aby kupcy polscy handlujący przede wszystkim zbożem uniezależnili się od ceł narzucanych przez prusaków. Niemcy szybko uznali, że kanał może bardzo zaszkodzić rozwojowi handlu w ich portach i obniżyli cła. Inżynierowie zdążyli jednak do tego czasu pobudować kanał łączący jeziora augustowskie po polskiej stronie i dochodzący do

<sup>11</sup> K.T. Krzywicy, Suwalszczyzna. Zanimienie, Agencja TD, Białystok 2001, s.44.

<sup>12</sup> Ibidem, s.15.

Niemna po dzisiejszej stronie białoruskiej. W okolicy Augustowa i kanału Augustowskiego miały miejsce zacięte walki wojsk rosyjsko-niemieckich w czasie pierwszej wojny światowej. Litwini, podobnie jak Polska pragnęli wykorzystać Pierwszą Wojnę Światową do odzyskania niepodległości i jednocześnie przyłączenia na powrót Suwalszczyzny.

Wejście bolszewików już w 1939 roku pociągnęło za sobą wiele zabójstw szczególnie wśród inteligencji i nauczycieli. Później trzykrotnie dokonywano wywózki mieszkańców na Sybir, skąd niewielu wróciło. Wywożono całe rodziny z małymi dziećmi. W pierwszej kolejności rodziny zamożniejsze np. drobną szlachtę, inteligencję. Ostatni transport miał miejsce w 1941 roku. Później w 1942 roku zginęli mieszkańcy pochodzenia żydowskiego, których wywieziono między innymi pod Grodno gdzie na fortach ginęli tysiącami rozstrzelani, niekiedy żywcem zakopywani wraz z harcerzami i mieszkańcami Grodna oraz okolicznych miejscowości (np. Lipsk nad Biebrzą). Dzisiaj stoi tam wspaniały pomnik Madonny pochylającej się nad prochami wszystkich ofiar bezdusznego totalitaryzmu, a obok na wzgórzu mieszkańcy Lipska wystawili pomordowanym ziomkom także granitowy pomnik z tablicą pamiątkową zwieńczoną krzyżem. To także dziedzictwo kulturowe. Symbol tragedii i dziejów mieszkańców tych terenów. Memento, którego celem jest przekaz i ostrzeżenie. Cały rejon Augustowa dzisiaj po stronie zarówno polskiej jak białoruskiej usiany jest takimi znakami.

### **Podsumowanie**

Symbole przeszłych czasów, nawołują obecnie do ochrony wspólnej dla wszystkich potomków tej ziemi historii, do integracji i wykorzystywania tradycji kulturowych tak w architekturze jak w dawnym rzemiośle ludowym (tkactwo, hafciarstwo, wikliniarstwo, garncarstwo), pasiecznictwie, a także w folklorze muzycznym i tanecznym, tradycjach kulinarnych, czy też zwyczajach i obrzędach dorocznych, często zachowanych jeszcze wśród potomków różnych grup kulturowych zamieszkujących okolice Kanału Augustowskiego, zarówno dzisiaj po stronie polskiej jak białoruskiej.

Kanał Augustowski współcześnie prawidłowo funkcjonuje, tyle że obsługiwany jest tradycyjnie, co w dzisiejszej dobie dodaje mu tylko splendoru, także po stronie białoruskiej wszystkie odcinki na całej długości od granicy, do Niemna są możliwe do przebycia łodzią. Obecnie nadrzędnym celem jaki przyświeca obydwu państwom (Polsce i Białorusi), chcącym za wszelką cenę przyczynić się do rozwoju lokalnego, jest promocja dobrze rozumianej turystyki edukacyjnej. Turystyki opierającej się na zasobach dziedzictwa kulturowego, a Kanał Augustowski stanowi taki właśnie zabytek najwyższej klasy.

Zasoby dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, znajdujące się w każdym regionie, ze względu na swój symboliczny i społeczny charakter

stanowią potencjalny kapitał, który umiejętnie wykorzystywany szczególnie, przez lokalne władze samorządowe, przekłada się bezpośrednio na rozwój turystyki, poczynając od turystyki edukacyjnej i kulturowej, poprzez agroturystykę, a także turystykę pielgrzymkową, konferencyjną i biznesową, po „elitarną” turystykę kwalifikowaną. Równoczesne uaktywnianie społeczności lokalnych, coraz częściej zainteresowanych żywo rozwojem, szczególnie różnych rodzajów agroturystyki, wpływa równocześnie na rozwój małej przedsiębiorczości i tym samym także na zrównoważony rozwój regionu.

### **Literatura**

- I.W. Baturowie, Po Ziemi Augustowskiej, wyd. Hańcza, Suwałki 1997.  
A. Bobryk(red), Kultura pogranicza-Pogranicze kultur, wyd. SSAK "Brama", WSH- Pułtusk, Siedlce 2005.  
J.Burszta, Kultura ludowa-Kultura narodowa, wyd. PWN, Warszawa 1974.  
Dziedzictwo kulturowe na pograniczach etnicznych(prac.zb), wyd. KODRTK, Ciechanów 1995.  
E.Golachowska, Język i kultura mieszkańców wsi włościańskich i szlacheckich dawnej wsi drohickiej na Podlasiu. Studium socjolingwistyczne, wyd. SOW, Warszawa 2006.  
DK. Kadłubiec, Na Ziemi Cieszyńskiej, wyd., ZGPZKO, Czeski Cieszyn 1985.  
Z.Kruczek, Polska Geografia atrakcji turystycznych, wyd. Proksenia, Kraków 2003.  
K.T. Krzywicy, Suwalszczyzna. Zaniemenie, wyd. Agencja TD, Białystok 2001.  
Problemy rozwoju turystyki (prac.zb), wyd. SGGW, T.VIII., Warszawa 2006.  
Problemy rozwoju turystyki edukacyjno-kulturowej w Polsce i na świecie(prac.zb.), wyd. SGGW, T.IX, Warszawa 2007.

### **Streszczenie**

Rozwój turystyki łączy się z promocją i rozwojem społeczno gospodarczym regionów. Turystyka wyzwala wśród mieszkańców społeczności lokalnych, aktywności pozwalające przede wszystkim na rozwój małej przedsiębiorczości. Aktywność członków społeczności lokalnych jest tym większa im lepiej potrafią oni wykorzystać zasoby lokalnego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego tkwiące zarówno w zachowanej kulturze materialnej i mentalnej jak też w ich własnej tradycji przekazywanej z pokolenia na pokolenie .

### **Summary**

Tourism development is connected with promotion and economic-social development. Tourism impact is putting into action new small business activities between local society inhabitants. Local society activity is bigger if they can better use the sources of local cultural and natural heritage. These sources are included in their culture material and mental as well and also in their own tradition transferred from one generation to the next.



**Longina Chojnacka-Oźga**

**Wojciech Oźga**

**Maria Kobiałka**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## **Gospodarstwa dydaktyczne jako jedna z form działalności agroturystycznej na przykładzie włoskiej prowincji Mantui**

### **Wstęp**

Agroturystyka posiada coraz większe znaczenie w rozwoju wsi w Europie. Nowe funkcje rolnictwa w ofercie turystycznej i na polu dydaktycznym stanowią ważny element polityki rolnictwa wyznaczonej w Agendzie 2000. W wymiarze europejskim i lokalnym rozwój rolnictwa postrzega się przez pryzmat wielofunkcyjności. Zgodnie z teorią wielofunkcyjności dziś nie wystarczy rolnictwu jego tradycyjna rola, polegająca na produkcji żywności (food function), ale potrzebne są także inne funkcje, takie jak ochrona środowiska (environmental function), przyczynianie się do rozwoju wsi (rural function) poprzez kultywowanie jej historii, kultury oraz cech regionalnych. Agroturystyka jako jedna z ról współczesnego rolnictwa jest nie tylko szansą zwiększenia dochodu gospodarstwa wiejskiego, ale również zachowania krajobrazu przyrodniczego i kulturowego.

W ramach szerokiej działalności agroturystycznej sytuuje się nowe zjawisko, jakim jest gospodarstwo wiejskie, w którym odbywają się zajęcia dydaktyczne w ramach edukacji w zakresie środowiska wiejskiego oraz zdrowego odżywiania, określane w terminologii francuskiej jako *ferme pédagogique*, włoskiej jako *fattoria didattica*. Jako że w Polsce jest to zjawisko wciąż jeszcze mało znane i brakuje naukowego terminu dla tego typu działalności w rolnictwie, w niniejszej pracy wskazany profil gospodarstwa wiejskiego został określony umownie jako *gospodarstwo dydaktyczne*. W gospodarstwie tym wartości, które niesie agroturystyka (jakość, tradycja, środowisko) przekazywane są w sposób bezpośredni stanowiąc tematy proponowanych gościom programów edukacyjnych. Działalność dydaktyczna podejmowana przez gospodarstwa daje możliwości zetknięcia się szkoły z rolnictwem, a także rzeczywistości miejskiej ze światem wiejskim. Dzięki niej wieś zyskuje na znaczeniu i uwadze, na którą zasługuje.

Dynamiczny rozwój gospodarstw dydaktycznych w krajach Europy Zachodniej świadczy o dużym zainteresowaniu tego typu formą agroturystyki. W warunkach polskich edukacja w zakresie środowiska wiejskiego mogłaby być z jednej strony dodatkową działalnością gospodarstw agroturystycznych, z drugiej strony dawałaby możliwości zwiększenia dochodów rolnika.

Celem pracy jest przedstawienie głównych idei funkcjonowania gospodarstwa dydaktycznego oraz dokonanie analizy działania tego typu gospodarstw we Włoszech, na terytorium Lombardii w prowincji Mantui, zrzeszonych w Konsorcjum Agroturystycznym „Verdi terre d’acqua”<sup>1</sup>.

### **Pojęcie i cechy gospodarstwa dydaktycznego**

Początki działalności edukacyjnej w zakresie środowiska wiejskiego, prowadzonej przez gospodarstwa wiejskie sięgają lat 50-tych XX wieku. Pierwsze tego typu gospodarstwa powstawały w USA oraz w krajach skandynawskich. U źródeł ich istnienia była potrzeba stworzenia dla mieszkańców miast miejsc kontaktu z naturą i edukacji w zakresie środowiska oraz terapeutyczny charakter relacji dziecko-zwierzę. Obecnie tego typu gospodarstwa działają na terenie większości krajów Unii Europejskiej, w większości zrzeszone w lokalne i krajowe sieci lub konsorcja. Krajem wiodącym w Europie pod względem liczby gospodarstw dydaktycznych jest Francja (1400 gospodarstw i 77 sieci). Ponadto od 1985 roku istnieje Międzynarodowe Stowarzyszenie Gospodarstw Animacyjnych i Dydaktycznych GIFAE<sup>2</sup> zrzeszające gospodarstwa z Francji, Hiszpanii, Portugalii, Szwajcarii i Quebecu, a od 1990 roku Europejski Związek Farm Miejskich (EFCF<sup>3</sup>).

Do chwili obecnej powstał szereg typów podmiotów, które w oparciu o własne uprawy roślin i/lub hodowle zwierząt tak dla celów produkcyjnych jak dydaktycznych, są w stanie zaproponować zajęcia edukacyjne w dziedzinie środowiska wiejskiego. Do najważniejszych z nich należą gospodarstwa typu „city farm”, skanseny (ekomuzea rolnictwa), gospodarstwa agroturystyczne, gospodarstwa dydaktyczne oraz ośrodki edukacji środowiskowej i ośrodki parkowe.

Definicja gospodarstwa dydaktycznego sformułowana przez Bergerie Nationale Française<sup>4</sup>, w myśl której „gospodarstwem pedagogicznym nazywamy każdą strukturę, która poprzez obecność zwierząt hodowlanych i/ lub upraw zajmuje się edukacją, głównie dzieci i młodzieży w ramach zajęć szkolnych i pozaszkolnych”<sup>5</sup> jest definicją bardzo ogólną, która może odnosić się do wszystkich wymienionych operatorów zajmujących się edukacją środowiskową dla

---

<sup>1</sup>Nazwa „Verdi terre d’acqua” oznacza „Zielone rozlewiska”

<sup>2</sup> Groupement International de Fermes d’Animation Educatives.

<sup>3</sup> European Federation of City Farms.

<sup>4</sup> organ techniczny ds. edukacji szkolnej w zakresie środowiska wiejskiego działająca z ramienia francuskiego ministerstwa edukacji

<sup>5</sup> “On appelle ferme pédagogique toute structure qui, par la présentation d’animaux d’élevage et/ou de cultures, se met au service de l’éducation de public, et plus particulièrement des jeunes dans le cadre scolaire et hors scolaire”. Thou, 2002.

szkół. Należy zatem odróżnić gospodarstwo dydaktyczne od innych wymienionych struktur (tab.1).

Tabela 1 Podmioty zajmujące się edukacją w zakresie środowiska wiejskiego

Typ podmiotu	Cechy charakterystyczne
<b>Skansen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowany przez naukowców określony przekaz dydaktyczny (aspekt historyczny, architektoniczny i etnograficzny).</li> <li>• przedstawienie w formie muzealnej warunków życia i pracy rolników w dawnych czasach,</li> <li>• rekonstrukcja budynków mieszkalnych i gospodarczych, z zachowanym układem przestrzennym starej wiejskiej chaty, zgromadzone stare narzędzia rolnicze.</li> <li>• warsztaty rękodzielnicze do wyrobu prostych przedmiotów, w realizacji których może uczestniczyć odwiedzający, punkty sprzedaży przedmiotów związanych ze wsią</li> </ul>
<b>Gospodarstwo dydaktyczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• warunkiem istnienia jest lokalizacja w środowisku wiejskim oraz posiadanie upraw bądź zwierząt dla celów produkcyjnych.</li> <li>• prezentacja technik uprawnych i hodowlanych na wsi,</li> <li>• przekaz informacji na temat tradycji i historii rolnictwa,</li> <li>• prezentacja używanych niegdyś i obecnie narzędzi rolniczych.</li> <li>• możliwość wykonywania prostych prac, np. ręczny zbiór zboża, wyrób masła, pieczenie chleba</li> <li>• przekaz informacji na temat środowiska przyrodniczego i ekosystemów oraz prawidłowego odżywiania się.</li> <li>• zróżnicowana oferta edukacyjna, w zależności od wieku</li> <li>• możliwość nabycia produktów żywnościowych wytwarzanych w gospodarstwie oraz skorzystania z noclegu i usług żywieniowych</li> </ul>
<b>Gospodarstwo agroturystyczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gospodarstwo wiejskie oferujące usługi noclegowe i żywieniowe oraz sprzedaż artykułów rolnych wytworzonych w gospodarstwie,</li> <li>• popularyzacja lokalnej historii, tradycji i kuchni,</li> <li>• czasami oferta edukacyjna dla dzieci</li> </ul>
<b>Farma miejska tzw. „city farm”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• położenie w strefie miejskiej lub podmiejskiej,</li> <li>• zarządzanie poprzez spółki, instytucje publiczne, prywatne fundacje dofinansowywane przez państwo,</li> <li>• edukacja prowadzona przez dobrze wykwalifikowany personel: nauczyciele, wolontariusze i praktykanci,</li> <li>• oferta dydaktyczna obejmuje zagadnienia związane z uprawami i hodowlą, zarówno obecnymi jak i w przeszłości, poszerzone o aspekty środowiska naturalnego, (biologia czy fizjologia uprawianych lub hodowanych gatunków).</li> </ul>
<b>Ośrodek edukacji środowiskowej</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• edukacja w zakresie środowiska naturalnego danego obszaru (funkcjonowanie ekosystemu, flora, fauna)</li> <li>• edukacja w zakresie ochrony środowiska (segregowanie odpadów, alternatywne źródła energii itp.).</li> <li>• możliwości wzbogacenia programu edukacyjnego o zagadnienia dotyczące rolnictwa (założenie małego pola uprawnego, hodowli zwierząt, rekonstrukcja dawnych chałup wiejskich, informacje o wiejskich tradycjach)</li> </ul>

1	2
<b>Ośrodek parkowy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• edukacja w zakresie środowiska, w odniesieniu do chronionego obszaru, na terenie którego działa, funkcjonowania ekosystemów i sposobów ochrony przyrody wewnątrz parku.</li> <li>• możliwości przekazu wiadomości na temat ograniczeń co do upraw narzuconych rolnikom przez władze parku.</li> <li>• ścieżki dydaktyczne, tablice informacyjne, pracownicy parku przekazują wiadomości poprzez oprowadzanie, zabawę, warsztaty.</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie witryn internetowych organizacji: GIFAE i EFCF ([www.gifae.com](http://www.gifae.com); [www.efcf.vgc.be](http://www.efcf.vgc.be)) oraz Bergerie Nationale Française, 2002.

Cechy różniące gospodarstwo dydaktyczne od pozostałych podmiotów to położenie na obszarze wiejskim oraz zlokalizowanie w gospodarstwie uprawy i/ lub hodowle w dużej części o charakterze produkcyjnym. W czasie wizyt goście i poznają cykl produkcyjny produktów rolnych, sposoby upraw i hodowli, kulturę wsi, krajobrazy wiejskie, dowiadują się na czym polega prawidłowe odżywianie. Gospodarstwo dydaktyczne można by więc zdefiniować następująco:

Gospodarstwo dydaktyczne to takie gospodarstwo rolne lub agroturystyczne, które dzięki położeniu na obszarze wiejskim oraz uprawom i hodowlom, często o charakterze produkcyjnym, przybliża dzieciom, młodzieży i dorosłym rzeczywistość wiejską poprzez działalność dydaktyczną wewnątrz i na zewnątrz gospodarstwa

W październiku 2002 r. francuskie ministerstwo rolnictwa we współpracy z Bergerie Nationale Française opracowało i podało do wiadomości cechy charakteryzujące gospodarstwo dydaktyczne (tab. 2, rys.1) Opublikowane wytyczne stanowią dziś obowiązujący wyznacznik także we Włoszech.

Tabela 2 Cechy gospodarstwa dydaktycznego

Lp	Cechy gospodarstwa dydaktycznego
1.	Gospodarstwo wiejskie, w którym pobyt to obcowanie z otwartą przestrzenią i ekosystemem wsi,
2	W przypadku braku działalności towarowej gospodarstwa musi być zachowany wizerunek gospodarstwa rolnego Zajęcia dydaktyczne muszą mieć styczność z działalnością produkcyjną gospodarstwa. Liczba i rozmiary upraw w gospodarstwie oraz liczba zwierząt może być ograniczona, ważne żeby ich ilość i rodzaj umożliwiły zrozumienie funkcjonowanie gospodarstwa rolnego.
3	Przewodnikiem po gospodarstwie jest rolnik, powołany jest on do komunikacji z różnymi rodzajami odbiorców: dziećmi, nauczycielami, rodzinami, osobami niepełnosprawnymi. Musi posiadać odpowiednie kwalifikacje.
4	Uczestnicząca postawa gościa, szczególnie dziecka, podczas odwiedzin w gospodarstwie. Nie tylko zwiedzanie ale także wykonywanie prostych prac związanych działalnością gospodarstwa i aktualną porą roku (zbiór owoców, czyszczenie kurydzy, pieczenie chleba, dojenie krowy).
5	Zaplecze dydaktyczne -sala dydaktyczna użyteczna przy powitaniu grupy oraz w przypadku niepogody, nadająca się także do zorganizowania różnych warsztatów.
6	Zaplecze żywieniowe, sanitarne, parking i drogi dojazdowe
7	Przestrzeganie przepisów bezpieczeństwa i higieny instrukcje postępowania w przypadku pożaru i nagłego wypadku, przepisy dotyczące urządzeń elektrycznych oraz ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej.

Źródło: Bergerie Nationale Française, 2002.

W przypadku gospodarstw agroturystycznych działalność dydaktyczna umożliwia lepsze wykorzystanie istniejących struktur oraz większą ciągłość zatrudnienia pracowników. Zajęcia dydaktyczne mogą dotyczyć takiego momentu sezonu bądź tygodnia, kiedy w gospodarstwie agroturystycznym nie ma gości a w gospodarstwie rolnym jest mniej pracy.



Źródło: *Guida illustrata alla multifunzionalità*, dodatek do miesięcznika *Vita in campagna*, nr 10/2005, s. 25.)

**Ryc. 1.** Schemat gospodarstwa dydaktycznego

(1-Budynek z pomieszczeniami przeznaczonymi do prowadzenia zajęć dydaktycznych wyposażony w stoły i ławki. 2- Zagrody ze zwierzętami. 3- Ule. 4- Warzywnik. 5- Zioła lecznicze. 6- Plac zabaw. 7- Parking dla autobusu szkolnego.;

Edukacja w gospodarstwie dydaktycznym polega na ukazaniu poprzez bezpośredni kontakt wsi ze światem rolnictwa, produktów, kultury i życia na wsi (tab.3).

Tabela 3 Cele działalności gospodarstw dydaktycznych.

Lp	Cele działalności gospodarstw dydaktycznych
1	wskazanie na relacje między miastem a wsią oraz na zależność miasta od wsi;
2	wzbudzenie ciekawość poznania świata wsi oraz pracy rolników
3	poznawanie i zachowywanie wartości kulturowej i przyrodniczej własnego obszaru;
4	znajomość gatunków roślin i zwierząt;
5	nauka szacunku dla środowiska i rytmu natury;
6	popularyzacja wiedzy o zdrowym odżywianiu, produktach żywnościowych i ich pochodzeniu;
7	wychowywanie do świadomej konsumpcji poprzez zrozumienie związków między produkcją, konsumpcją i ochroną środowiska

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Nasolini T. Le fattorie didattiche in Italia w Onilfa, Ciclo di seminari, La Multifunzionalità nelle aziende agricole: l'agriturismo, i servizi ambientali, la didattica e la vendita dei prodotti aziendali, Rzym, 30 maj, 6, 7, 27 czerwiec 2002, s. 5.

Zajęcia w gospodarstwie dydaktycznym łączą wiadomości z zakresu nauk przyrodniczych, społecznych, ekonomii, polityki oraz kultury. O ich wyjątkowości decydują przede wszystkim dwa czynniki: interdyscyplinarność oraz metodyka nauczania stosowana w animacji dydaktycznej (tab.4).

Rolnik staje się łącznikiem między światem wsi a szkołą, jest osobą, która potrafi przekazać zarówno doświadczenie i tradycje, jak współczesne rozwiązania techniczne zastosowane w jego pracy.

Tabela 4 Wartości pedagogiczne i dydaktyczne edukacji w gospodarstwie

Lp	Wartości pedagogiczne i dydaktyczne edukacji w gospodarstwie	
1	Uczę się przez działanie	Bezpośrednie doświadczenie poprzez działanie: obserwacja, dotyk, próbowanie, samodzielne odkrywanie przyrody, produktów rolnych i pracy rolnika
2	Uczę się metod	Zdobywanie umiejętności polepszających ogólną sprawność procesów uczenia się (zdolność obserwacji, analizowania, porównywania, komunikowania, łączenia nowych wiadomości z posiadanymi, budowania wiedzy metodą indukcyjną
3	Przeżywam emocje	Sytuacje, którym towarzysza emocje (bliski kontakt ze zwierzętami, zajęcia w otoczeniu przyrody) są dłużej pamiętane i kształtują osobowość człowieka
4	Uczę się przebywania i pracy w grupie	Rozwój umiejętności psychospołecznych i socjalizacji: przysposobienia dzieci do przebywania i pracy w grupie - wspólne podejmowanie decyzji, wzajemna współpraca, koordynacja działania.
5	Bawię się	Animacja dydaktyczna opiera się na zabawie, co stymuluje motywację do nauki i jest skutecznym sposobem na kształtowanie w dzieciach zamiłowania do życia i pracy na wsi.

1	2	3
6	Poznaję i odkrywam	Samodzielne poszukiwanie odpowiedzi na różne pytania (radość gdy udaje się je znaleźć); uważna obserwacja, stawianie pytań, porównywanie hipotez i wyjaśnień na temat życia roślin i zwierząt z tym, co same widzą na wsi.
7	Rozwijam zmysły	Oddziaływanie dźwięków, zapachów i smaków na zmysły dziecka, rozwijanie zdolności percepcji sygnałów z otoczenia i umiejętności rozpoznawania produktów żywnościowych,
8	Rozwijam zdolność ekspresji	Swoboda zajęć sprzyja wyrażaniu osobowości, rozwijaniu kreatywności i ekspresji, przede wszystkim dzięki pracom manualnym
9	Poznaję kulturę wsi	Poznanie życia i pracy przeszłych pokoleń na wsi, wiejskich tradycji i zwyczajów, przysłów biorących swój początek w mądrości mieszkańców wsi
10	Zdobywam doświadczenie	Zdobywanie wiedzy w otoczeniu zupełnie innym od sali lekcyjnej poprzez doświadczenie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Onilfa, Ciclo di seminari, La Multifunzionalità nelle aziende agricole: l'agriturismo, i servizi ambientali, la didattica e la vendita dei prodotti aziendali, Rzym, 30 maj, 6- 7, 27 czerwiec. 2002,

### **Działalność gospodarstw dydaktycznych w Mantui**

Pierwsze gospodarstwa dydaktyczne we Włoszech zaczęły powstawać pod koniec lat 90-tych XX w. Obecnie istnieje tam ponad 850 gospodarstw dydaktycznych, zorganizowanych w lokalne sieci i ich liczba stale się zwiększa. Jednym z najlepiej zorganizowanych przedsięwzięć tego typu jest sieć gospodarstw dydaktycznych utworzona w prowincji Lombardia – Mantui. Jej model posłużył do stworzenia podobnych sieci gospodarstw dydaktycznych w całych Włoszech

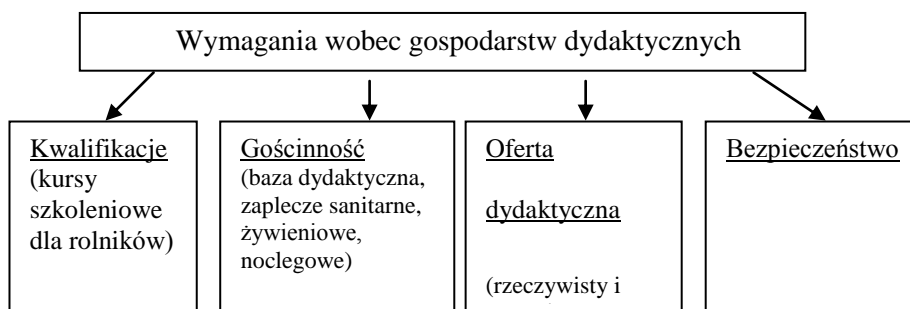
Sieć gospodarstw dydaktycznych w prowincji Mantui została utworzona 10 lat temu z inicjatywy Konsorcjum Agroturystycznego Mantui pod patronatem Regionu Lombardia oraz prowincji Mantui. Celem jej istnienia jest popularyzacja wartości edukacyjnej wsi oraz wiedzy o pracy rolników. Sieć posiada własne logo, które jest gwarantem jakości świadczonych w gospodarstwach usług (ryc.2). Obecnie obejmuje ona 22 gospodarstwa agroturystyczne odpowiednio wyposażone i przygotowane do przyjmowania grup szkolnych w różnym wieku, dzieci z opiekunami, niepełnosprawnych oraz rodzin z dziećmi. Każde z gospodarstw prowadzi działalność rolniczą w zakresie produkcji roślinnej i/lub zwierzęcej odnotowaną w regionalnym rejestrze działalności gospodarczej i każde posiada zezwolenie na prowadzenie działalności edukacyjnej. Wszystkie programy i zajęcia dydaktyczne proponowane przez gospodarstwa podzielono na trzy grupy tematyczne, którymi są środowisko naturalne, kultura oraz smaki wsi.



Rys 2. Logo sieci gospodarstw dydaktycznych Lombardii i prowincji Mantui

Źródło: *Fattorie didattiche mantovane*, przewodnik, edycja 2005-2006

Działalność gospodarstw regulują akty normatywne prawa włoskiego<sup>6</sup>, akty normatywne Lombardii<sup>7</sup>, oraz Karta zobowiązań sieci gospodarstw dydaktycznych w prowincji Mantui<sup>8</sup> (rys.3). Głównym celem opracowania Karty jakości regionu Lombardia oraz Karty zobowiązań w prowincji Mantui było zagwarantowanie szkołom profesjonalizmu świadczonych usług oraz jak najlepszych standardów bezpieczeństwa. Spełnienie wymogów stawianych w tych aktach jest warunkiem używania logo „Fattorie didattiche” Lombardii i Mantui. Działalność dydaktyczna w gospodarstwie musi być ściśle związana z rolnictwem, które musi pozostać podstawową działalnością gospodarstwa.



Rys. 3 Wymagania stawiane gospodarstwu dydaktycznym, określone Kartą Jakości Lombardii i Kartą zobowiązań sieci gospodarstw dydaktycznych w prowincji Mantui

Źródło: opracowanie własne na podstawie: : Carta degli impegni, Fattorie didattiche mantovane, edycja 2005-2006.

<sup>6</sup> Ustawa nr 750 z dn 5.12.1985, art. 2; źródło:www.parlamento.it

<sup>7</sup> Ustawa nr 3 z dn 31.01 1992; ustawa nr 8 z dn 24.12.2001; dekret nr 7/10598 ustanawiający logo oraz regulamin tzw Kartę Jakości źródło: Bollettino della Regione Lombardia, nr 45, Mediolan 4/11/2002.

<sup>8</sup> tłum. za, : Carta degli impegni, Fattorie didattiche mantovane, edycja 2005-2006.



Oferta dydaktyczna proponowana przez gospodarstwa jest bogata i zróżnicowana, dotyczy podstawowych zagadnień związanych z uprawami rolniczymi i hodowlą zwierząt, życiem codziennym na wsi, ekologią, proponowane są również tzw. aktywne laboratoria, podczas których dzieci uczą się między innymi piec chleb, wyrabiać ciasto na pizzę i makaron, robić ser. Każde gospodarstwo rozwija własną ofertę dydaktyczną w zależności od swojej specyfiki i dostępnych zasobów (tab.5). Wszystkie kierują się jednak wytycznymi programu nauczania włoskiego ministerstwa oraz głównymi założeniami opracowanymi dla gospodarstw dydaktycznych (por. tab.2)

Tabela 5 Główne grupy tematyczne zajęć oferowanych przez gospodarstwa dydaktyczne Mantui

<b>Poznawanie środowiska naturalnego wsi</b>	<b>Poznawanie kultury wiejskiej</b>	<b>Poznawanie smaków wsi</b>
las i związane z nim legendy	zawody na wsi	od ziarna do chleba, kukurydza i polenta
dzika flora i fauna	narzędzia używane w pracy na wsi	mleko i ser
żywoploty i rośliny stuletnie	dawne zabawy i zabawki	pszczola i miód
rozlewiska i bagna	historia rolnictwa	Od winogron do wina
dźwięki i zapachy wsi	tańce ludowe w tradycji wiejskiej	Zioła i chwasty
rolnictwo biologiczne		Laboratoria smaku
zwierzęta gospodarskie		Degustacje i porównywanie owoców, wędlin, miodu i serów
uprawy sezonowe		

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Factorie didattiche Mantovane*, 2005-2006).

Dla wszystkich gospodarstw dydaktycznych opracowano strategię marketingową. Wzięto pod uwagę trzy istotne czynniki: misję gospodarstwa, rynek docelowy oraz różnicowanie oferty. Działalność dydaktyczna może wynikać zarówno z motywacji ekonomicznych jak i pozaekonomicznych. Wybór rynku docelowego następuje po przeprowadzeniu segmentacji rynku potencjalnych odbiorców, w oparciu o kryterium geograficzne, demograficzne i kryterium zgłaszanych potrzeb. Zostaje określony taki segment który będzie najkorzystniejszy, zarówno z punktu ekonomicznego jak i społecznego. Takim rynkiem dla gospodarstw dydaktycznych w Mantui są dzieci w wieku 3-10 lat (przedszkola i szkoły podstawowe). Oferta jest różnicowana ze względu na tematykę, jakość i wyjątkowość usług, komunikację interpersonalną i dbałość o wizerunek zarówno gospodarstwa jak i całej sieci konsorcjum.

Środkiem do osiągnięcia obranego rynku docelowego są określone działania marketingowe (marketing mix), stwarzające produkt odpowiadający potrzebom rynku, po konkurencyjnej cenie, dobrze wypromowany i łatwo dostępny dzięki dobrej dystrybucji.

Gospodarstwa dydaktyczne różnicują swoje oferty w oparciu o własne i zarazem specyficzne zasoby gospodarstwa. Pozwala to każdemu gospodarstwu na rozwijanie własnego unikalnego produktu edukacyjnego, a w konsekwencji do uzyskania przewagi konkurencyjnej nad innymi gospodarstwami (tab. 6).

Tabela 6 Wykorzystanie specyfiki gospodarstw dydaktycznych w ofercie edukacji środowiskowej

Nr gosp.	Specyficzne cechy	Tematyka zajęć związanych ze specyfiką gospodarstwa
1.	• sady i warzywniki	• wizyta w sadzie i warzywniku, poznawanie owoców i warzyw, zbieranie i owoców
2.	• hodowla krów mlecznych	• produkcja mleka i serów
3.	• kolekcja starych narzędzi rolniczych	• narzędzia rolnicze w dawnych czasach i ich zastosowanie
4.	• hodowla zwierząt egzotycznych (lama, emu, inne)	• poznawanie zwierząt, ich sposobów odżywiania się, gry tematyczne o zwierzętach
5.	• winnice • zabudowania z XVII w.	• odmiany, uprawa i tłoczenie winogron • gospodarstwo wiejskie w dawnych czasach

Źródło: opracowanie własne na podstawie Fattorie didattiche Mantovane, 2005-2006).

Nie każde gospodarstwo dydaktyczne musi posiadać oryginalne uprawy lub hodowle albo znajdować się w pobliżu cennego pod względem przyrodniczym obszaru. O jakości usług decydują również umiejętności i kompetencje jego pracowników. Gospodarstwo powinno w jak najlepszy sposób wykorzystać zasoby, którymi dysponuje.

Standaryzacja cen, obowiązująca w gospodarstwach dydaktycznych zrzeszonych w Konsorcjum pozwala uniknąć współzawodnictwa cenowego wewnątrz sieci<sup>9</sup>.

Promocją gospodarstw zajmuje się zrzeszające je konsorcjum „Verdi Terre d’acqua”. Co roku do przedszkoli i szkół podstawowych w prowincji Mantui i obszarów blisko z nią sąsiadujących wysyłane są broszury informacyjne zawierające dokładne opisy zajęć w gospodarstwach oraz karty jakości dotyczące standardu usług i bezpieczeństwa. Na corocznej prezentacji dotyczącej działalności konsorcjum nauczycielom oferowany jest jeden bezpłatny pobyt w każdym gospodarstwie należącym do sieci. Za pośrednictwem mediów kreowany jest pozytywny wizerunek gospodarstw dydaktycznych oraz organizowane są warsztaty

<sup>9</sup> Obliczenia na podstawie cen wizyt w gospodarstwach (źródło Fattorie didattiche Montovane 2005-2006).

dla szkół. Na łamach lokalnych gazet oraz czasopismach kierowanych do nauczycieli zamieszczane są reklamy gospodarstw, sygnowane znakiem konsorcjum. Informacje o gospodarstwach oraz o ich programach edukacyjnych z uwzględnieniem pór roku dostępne są na stronie internetowej [www.agriturismontova.it](http://www.agriturismontova.it). Znajdują się tu propozycje zabaw dla dzieci oraz plansze dydaktyczne. Sprzedaż i dystrybucja usług gospodarstwa odbywa się w sposób bezpośredni.

Działalność dydaktyczna gospodarstw jest często wspierana przez lokalne instytucje oraz urzędy publiczne. Szkoły otrzymują określone środki przeznaczone na wizytę w gospodarstwie<sup>10</sup> i /lub na częściowe pokrycie kosztów transportu. Równocześnie trwają prace nad opracowaniem programów nauczania dla szkół, którego częścią byłyby zajęcia w gospodarstwie dydaktycznym.

### **Podsumowanie**

Gospodarstwo dydaktyczne to takie gospodarstwo rolne lub agroturystyczne, które dzięki położeniu na obszarze wiejskim oraz uprawom i hodowli, często o charakterze produkcyjnym, przybliża rzeczywistość wiejską poprzez działalność dydaktyczną wewnątrz i na zewnątrz gospodarstwa

Geneza powstania tego typu gospodarstw sprowadza się z jednej strony do wymiaru ekonomicznego jako możliwość zwiększenia dochodu rolnika, z drugiej do rosnącego zapotrzebowania społeczeństwa na edukację w zakresie środowiska wiejskiego i zdrowego odżywiania, zwłaszcza wśród dzieci.

Edukacja w gospodarstwach dydaktycznych skierowana jest na przekazywanie wiedzy o środowisku, kulturze wiejskiej, pochodzeniu żywności i zdrowym odżywianiu. Wzbogaca ona kulturowo, społecznie oraz wychowuje, kształtując przywiązanie do regionu oraz szacunek dla środowiska naturalnego. Metodologia zajęć opiera się na rozbudzaniu ciekawości, stymulacji procesu myślenia i kształtowaniu krytycyzmu.

Intensywny rozwój włoskich gospodarstw dydaktycznych, ich organizacja oraz doświadczenia w zakresie świadczonych usług mogą posłużyć jako przykład dla rozwoju tego typu działalności w Polsce.

Najważniejszym wyznacznikiem rozwoju gospodarstw dydaktycznych w Mantui jest jakość świadczonych usług oraz ich promocja na rynku lokalnym. Planując rozwój gospodarstw dydaktycznych konieczne jest uzyskanie wsparcia ich działalności przez władze lokalne, zarówno poprzez bezpośrednie dofinansowywanie wizyt grup szkolnych jak udzielanie poparcia dla sieci agroturystycznych czy prace w zakresie scalenia przepisów prawnych w jeden

---

<sup>10</sup> W prowincji Mantui dofinansowanie pobytu wynosi 5 5 € na dziecko, ( źródło: Guida illustrata alla multifunzionalità, dodatek do miesięcznika Vita in campagna, Federazione Italiana Editori Giornali, nr 10/ 2005, s. 30 –32).

obowiązujący gospodarstwa dydaktyczne dokument będący wynikiem porozumienia różnych instytucji.

### Literatura

- Bergerie Nationale Française, 2002 (wyniki badań wśród gospodarstw dydaktycznych we Francji).
- Bertazzoni C., Fare scuola in fattoria – manuale di metodi e giochi per l'animazione didattica, Verona 2005.
- Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia, Serie Editoriale Ordinaria nr 45, Mediolan, 4/11/2002.
- Boschetti M., La rete delle fattorie didattiche mantovane: una concreta esperienza di multifunzionalità in agricoltura, w Atti del Convegno, I nuovi orizzonti dell'educazione alimentare tra tradizione e innovazione: dal mangiar sano alle fattorie didattiche, Genua, 12 listopad 2003.
- Fattorie didattiche Montovane, przewodnik, edycja 2005-2006.
- Guida illustrata alla multifunzionalità, dodatek do miesięcznika Vita in campagna, nr 10/ 2005.
- Nasolini T. Le fattorie didattiche in Italia w Onilfa, Ciclo di seminari, La Multifunzionalità nelle aziende agricole: l'agriturismo, i servizi ambientali, la didattica e la vendita dei prodotti aziendali, Rzym, 30 maj, 6, 7, 27 czerwiec 2002,
- Onilfa, Ciclo di seminari, La Multifunzionalità nelle aziende agricole: l'agriturismo, i servizi ambientali, la didattica e la vendita dei prodotti aziendali, Rzym, 30 maj, 6, 7, 27 czerwiec 2002.
- [www.agricoltura.regione.lombardia.it](http://www.agricoltura.regione.lombardia.it)
- [www.agriturismomantova.it](http://www.agriturismomantova.it),
- [www.gifae.com](http://www.gifae.com)
- [www.efcf.vgc.be](http://www.efcf.vgc.be)
- [www.parlamento.it](http://www.parlamento.it)
- [www.provinciamantova.it/oservatorio\\_agricoltura](http://www.provinciamantova.it/oservatorio_agricoltura)

### Streszczenie

W pracy przedstawiono główne idee funkcjonowania gospodarstw dydaktycznych oraz dokonano analizy działania tego typu gospodarstw we Włoszech, na terytorium Lombardii w prowincji Mantui, zrzeszonych w Konsorcjum Agroturystycznym. Rosnąca popularność gospodarstw dydaktycznych świadczy z jednej strony o zapotrzebowaniu szkolnictwa na tego typu obiekty, z drugiej przedstawia się jako szansa zwiększenia dochodu dla rolników. Od początku lat 90-tych, gdy we Włoszech powstały pierwsze gospodarstwa dydaktyczne, nastąpił znaczny rozwój w tej dziedzinie. Dziś w całej Italii istnieje ponad 850 tego typu gospodarstw, a ich liczba stale rośnie. Sieć gospodarstw w prowincji Mantui należy do najlepiej zorganizowanych we Włoszech.

### Summary

The aim of this paper was showed .the idea of teaching farm and analysis of them farm activity in Mantui province (Lombardy, Italy). Growing popularity of teaching farms reflects on one hand the need of such teaching and on the other becomes a chance for a greater income for farmers. From the beginning of the 90s, when first teaching farms were appearing in Italy, a great development in this field has taken place. Today in whole Italy there are over 850 teaching farms and their number is still growing. The group of farms in the province of Mantui is one of the best organized in Italy

**Anna J. Parzonko**

**Rafał Ośka**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Baza noclegowa regionu kieleckiego w opinii turystów**

### **Wstęp**

W czasie, gdy region kielecki przechodzi proces intensywnego rozwoju gospodarczego głównie za sprawą aktywności władz lokalnych oraz przy pomocy środków finansowych Unii Europejskiej z pewnością rozwija się również turystyka w regionie. Warto zatem przyjrzeć się, czy region ze swymi obiektami noclegowymi jest w stanie konkurować z innymi obszarami.

Stan bazy noclegowej regionu kieleckiego nieustannie się zmienia. Stale przybywa nowych obiektów noclegowych. Niektóre obiekty istniejące przechodzą modernizację, aby dostosować się do wymagań współczesnego konsumenta. Zarządcy obiektów noclegowych starają się przyciągnąć do swych obiektów jak największą liczbę turystów poprzez oferowanie dodatkowych atrakcji podczas wypoczynku, podwyższanie standardu obiektu, obniżanie ceny bądź poprzez umiejętną promocję.

Baza noclegowa regionu kieleckiego różni się od bazy noclegowej w innych regionach kraju. Przede wszystkim inna jest ilość obiektów, ale także ich standard i przeznaczenie. Ocena bazy noclegowej regionu kieleckiego może być więc inna niż w innych regionach kraju. Zmienia się również na przestrzeni lat ocena obiektów noclegowych przez turystów odwiedzających region kielecki. Dzisiejsze opinie na temat bazy noclegowej mogą pomóc zarządcom obiektów dostosować profil obiektu do wymagań turystów.

### **Rozwój obiektów noclegowych**

Potrzeba tworzenia i budowy zakładów noclegowych rosła w miarę zwiększającej się ruchliwości ludzi spowodowanej odwiedzaniem miejsc kultu religijnego, a także organizowaniem widowisk, występów artystycznych i igrzysk. Drugą przyczyną była wymiana handlowa. Jej rozwój wyznaczał sieci dróg, który znacznie docenili Persowie. To oni na terenie swojego państwa rozwinęli system połączeń komunikacyjnych. Z języka łacińskiego „hospes” oznacza zarówno gościa, jak i gospodarza, a w czasach średniowiecznych mianem tym określano domy gościnne. Gościnność, na której nie zarabiano była aktem miłosierdzia, który

wynikał wyłącznie z dobrych obyczajów. Pierwotnie podróżnym oraz pielgrzymom dach nad głową, pożywienie, ciepło oraz wodę zapewniały hospicja powstające przy klasztorach a w późniejszych czasach (XVI-XVII w.) szpitale. Nie można mówić w tym przypadku o usługach, gdyż nie były to instytucje zarobkowe a wyposażenie tych obiektów było niesłychanie proste. Hotelarstwo wywodzi się również od karczm i gospód, które zaczęły działać jako zakłady zarobkowe w średniowieczu. Początkowo w obiektach tych nie było wydzielonego miejsca do spania, zmieniło się to dopiero w XVIII wieku<sup>1</sup>.

Rozwój jakości w hotelarstwie można zaobserwować już w czasach średniowiecznych. Obecną klasyfikację, kategoryzację i standardy jakościowe w hotelarstwie zawdzięczamy minionym czasom, kiedy to ukształtowały się one wraz ze zmieniającymi się obyczajami i potrzebami podróżujących. Hotelarstwo, zanim wyodrębniło się w zawód udzielania gościny przechodziło wiele faz przemiany<sup>2</sup>.

Zakres pojęcia „udzielanie gospody” ewoluował przez wieki. Powszechnie wywodzi się od karczm i gospód średniowiecznych. Pierwowzorem były karczmy wiejskie i gospody miejskie, dzierżawione i prowadzone przez duchowieństwo, budowane przeważnie przy kościołach dla potrzeb wiernych i podróżnych. Zapewniały skromne pożywienie i nocleg, głównie wyszynk miodu. Pełniły również rolę ośrodków życia towarzyskiego pod kontrolą Kościoła. Od XIV wieku biskupi zabronili duchownym prowadzenia gospód, przeszły one więc w ręce świeckie, a nieodpłatna początkowo gościna zaczęła przybierać formy usług świadczonych za pieniądze. W karczmie obowiązywała zwyczajowa zasada równości stanów, dzięki czemu była to instytucja spełniająca pozytywną rolę w życiu wiejskim w tym okresie. Miejskie gospody i szynki związane były z rozwojem miast. W XIV wieku gospody miały ugruntowaną już pozycję wśród instytucji życia publicznego w miastach. W XVI wieku stały się niezbędną instytucją cechową, ośrodkiem życia towarzyszy cechowych, atrybutem mieszczaństwa.

Karczmy i zajazdy we wschodnich Niemczech, Polsce, na Litwie, Rusi i w Hiszpanii prezentowały niską kulturę, zaś obiekty w Anglii i dużych miastach Europy były na bardzo wysokim poziomie<sup>3</sup>.

W XVIII i XIX wieku doszło do powstania zupełnie odmiennych pod względem jakości zakładów noclegowych – domów zajezdnych. Zostało to spowodowane nowymi potrzebami ludzi do nieskrępowanego mieszkania i unikania gościnności znajomych we dworach. Oprócz tego wzrosły wymagania dotyczące higieny, potrzeby osobiste-służby, dobrego pożywienia i ochrony

---

<sup>1</sup> M. Turkowski: *Hotelarstwo*, PWE, Warszawa 1993, s. 7-12.

<sup>2</sup> M. Turkowski: *Hotelarstwo...*, op. cit., s. 7-12.

<sup>3</sup> Tamże, s. 7 i następne.

prywatności. Powstawały więc zakłady zawodowej gościnności, domy zajezdne, które towarzyszyły rozwojowi poczty, handlu i kultury.

W XIX wieku, po upadku wielkich rodzin arystokratycznych, ich majątki przejmowano na budowę ogromnych hoteli – pałaców. Proces ten, jak się okazuje jest fenomenem tego okresu. Mieszczanie zapragnęli bawić się jak dawniej arystokracja. Powstawały hotele z bogatym zdobnictwem, salami bankietowymi, bogatymi restauracjami. Naśladowały one architekturę najsłynniejszych pałaców arystokracji europejskiej. Była to epoka luksusowych hoteli, które szczyły się stałą klientelą, przepychem i wyszukaną kuchnią. Obiekt taki był namiastką innego życia, a najlepszym przykładem może być powstały w 1901 roku Hotel Bristol.

Przełom XIX i XX wieku oznaczał kolejny etap w rozwoju hotelarstwa w miastach polskich. Przykładem obiektu wycieczkowego może być wzniesione w 1806 r. schronisko pod Babią Górą, podobne schronisko zostało zbudowane w 1836 r. nad Morskim Okiem. W 1842 r. uruchomiono w Poznaniu hotel „Bazar”, a w 1857 r. w Warszawie powstał hotel „Europejski”. Pierwsze lata po drugiej wojnie światowej przyniosły przede wszystkim konieczność odbudowania obiektów hotelarskich zniszczonych w trakcie wojny. Jednocześnie, w związku z przemianami ustrojowymi, niemal wszystkie hotele, pensjonaty, schroniska, zostały w Polsce przejęte przez państwo. Najbardziej reprezentacyjne hotele weszły w skład Polskiego Biura Podróży „Orbis”, stającego się powoli monopolistą na rynku usług hotelarskich. Dopiero pod koniec lat 50. zaczęto wznosić nowe hotele. Pierwszym nowoczesnym hotelem w Warszawie był „Grand”. W pierwszej połowie lat 70. pojawiły się w Polsce zagraniczne systemy hotelowe. W 1974 r. otwarty został hotel „Forum”, wchodzący w skład brytyjskiego systemu Inter - Continental Hotels Corp. Na początku lat 90. zostały otwarte obiekty należące do czołowych systemów hotelowych świata, np. Radisson Sas w Szczecinie<sup>4</sup>.

### **Miejsce obiektów noclegowych w infrastrukturze turystycznej**

Infrastruktura<sup>5</sup> to ogół urządzeń i instytucji oddających usługi niezbędne do należytego funkcjonowania gospodarki (wyróżnia się m. in. infrastrukturę techniczną, społeczną itd.).

Problemem zdefiniowania pojęcia infrastruktury turystycznej zajmował się m.in. W. Gaworecki<sup>6</sup>. Jego rozbudowana i kompleksowa definicja infrastruktury

---

<sup>4</sup> Za: 1) A. Kowalczyk: Geografia hotelarstwa, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2001, s. 9. i następne, 2) T. Tulibacki: Międzynarodowe systemy hotelowe, WSHGiT, Warszawa 2002, s. 11. i następne., 3) M. Turkowski: Hotelarstwo..., op. cit., s. 7 i następne.

<sup>5</sup> M. Nowakowski: Słownik terminów związanych z turystyką i hotelarstwem, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice 2001, s. 24.

<sup>6</sup> W.W. Gaworecki: Turystyka, PWE, Warszawa 2003, s. 126-129.

turystycznej bardzo dobrze ujmuje ten problem. Dzieli on<sup>7</sup> infrastrukturę turystyczną na techniczną (drogi, szlaki turystyczne, wyciągi narciarskie, lotniska, obiekty noclegowe, gastronomiczne) oraz społeczną (biura turystyczne, obiekty sportowe, wypoczynkowe, urzędnia rozrywkowe, informacja turystyczna). Należy podkreślić, że infrastrukturę turystyczną danego obszaru uzupełnia infrastruktura ogólna (paraturystyczna)<sup>8</sup>. Stwierdził on, iż w strukturze potrzeb turystycznych bardzo istotne miejsce zajmują noclegi i wyżywienie. Infrastruktura turystyczna zaspokajająca te potrzeby to sieć zakładów oraz urządzeń noclegowych i gastronomicznych. Te elementy infrastruktury turystycznej występują w różnych formach organizacyjnych, np. przedsiębiorstwach hotelowo-gastronomicznych czy gastronomicznych. Na układ infrastruktury turystycznej składa się również sieć handlu detalicznego, zaspokajającego potrzeby turystyczne przed podróżą i w czasie podróży oraz podczas pobytu na imprezie turystycznej. Znaczącym elementem są też różnorodne zakłady rzemieślnicze, stanowiące podstawę rozwoju odpowiednich usług osobistych i naprawczych, poszukiwanych przez turystów. Potrzeby turystyczne w zakresie wypoczynku, kultury, rozrywki, higieny, zdrowia oraz wychowania fizycznego są zaspokajane przez odpowiednie urządzenia infrastrukturalne o bezpośrednim i pośrednim przeznaczeniu turystycznym, można tu wymienić plaże, kąpieliska, obiekty sportowe i kulturalno-rozrywkowe, placówki służby zdrowia oraz szlaki turystyczne. Ważnym elementem jest też sieć przedsiębiorstw turystycznych, punktów informacji turystycznej, wypożyczalni sprzętu turystycznego, placówek urzędu celnego, placówek zapewniających bezpieczeństwo turystów oraz zapewniających usługi przewodnickie. Rozwinięta infrastruktura turystyczna stanowi podstawę funkcjonowania i rozwoju gospodarki turystycznej danej miejscowości.

Institucje i urzędnia infrastruktury komunikacyjnej umożliwiają turystom dotarcie do walorów turystycznych, poruszanie się po miejscowości i regionie turystycznym oraz przekazywanie wiadomości na odległość. Zaspokojenie tych potrzeb turystycznych zapewnia złożony układ środków transportu, np. drogowego, kolejowego, lotniczego, oraz środków łączności pocztowej, telefonicznej, radiowej i telewizyjnej.

Izabella Sikorska-Wolak<sup>9</sup> uważa, że to właśnie dobra i urzędnia turystyczne komplementarne decydują o dostępności walorów przyrodniczych

---

<sup>7</sup> Tamże, s. 126-129.

<sup>8</sup> W. Kolasińska definiuje pojęcie infrastruktury paraturystycznej. Są to urzędnia uniwersalne, służące zaspokojeniu potrzeb mieszkańców terenów recepcyjnych oraz okazjonalnie odwiedzających. Należą do niej urzędnia handlowe i rzemieślnicze, usługi poczty i łączności, służby zdrowia, bankowości i ubezpieczeń, ochrony i bezpieczeństwa itp. Nie wpływają one bezpośrednio na stopień atrakcyjności turystycznej danego rejonu. W. Kolasińska: Podstawy Turystyki, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie, Częstochowa 2005, s. 15.

<sup>9</sup> I. Sikorska-Wolak: Tendencje zmian w infrastrukturze turystycznej w Polsce [w:] Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu, Praca zbiorowa pod redakcją naukową Zygmunta Józefa Przychodzenia, Wyd. SGGW, Warszawa-Sztabin, Wilno, Biała Waka, Soleczniki Wielkie, 2003, s. 51-52.



i antropogenicznych – umożliwiając dojazd do rejonów ich występowania, pobyt w miejscowościach, korzystanie z walorów, spędzanie wolnego czasu oraz rekreację.

O. Rogalewski twierdzi, że podstawową funkcją bazy noclegowej jest umożliwienie turystom przebywania poza miejscem stałego zamieszkania dłużej niż przez jeden dzień<sup>10</sup>.

Kolejny autor, Z. Kruczek<sup>11</sup> stwierdza, że baza noclegowa to najważniejszy element zagospodarowania turystycznego, a usługi hotelarskie to podstawowe usługi turystyczne umożliwiające przebywanie poza miejscem stałego zamieszkania dłużej niż jeden dzień. Bazę noclegową dzieli się na wiele rodzajów, stosując przy tym różne kryteria, dlatego, jak słusznie zauważa Z. Kruczek, w skali międzynarodowej utrudnione lub wręcz niemożliwe jest dokonanie porównań.

Obiekt noclegowy według Słownika Terminów Związanych z Turystyką i Hotelarstwem<sup>12</sup>, to nieruchomości służąca stale lub czasowo przyjezdnym do celów noclegowych, może być ogólnodostępny lub z ograniczoną dostępnością (dla pewnych grup).

Zgodnie z terminologią zalecaną przez Światową Organizację Turystyki<sup>13</sup>, przyjmuje się, że turystycznym obiektem noclegowym jest każdy obiekt, w którym regularnie lub sporadycznie nocują turyści. Od strony definicji przedsiębiorstwa, w tym zakładu produkcyjnego jako jego części, zakładem noclegowym jest jednostka, w której zakwaterowanie jest działalnością podstawową lub uboczną.

Wyróżnia się wiele różnorodnych obiektów noclegowych. Na przykład według klasyfikacji Głównego Urzędu Statystycznego takimi obiektami są<sup>14</sup>: hotel, motel, pensjonat, dom wycieczkowy, schronisko, schronisko młodzieżowe, ośrodek wczasowy, ośrodek kolonijny, ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy, dom pracy twórczej, domek turystyczny, kemping, pole biwakowe, ośrodek wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego, kwatera agroturystyczna, pokoje gościnne, zakład uzdrowiskowy i inne obiekty wykorzystywane w turystyce, które w czasie niepełnego wykorzystania zgodnie z jego przeznaczeniem pełnią funkcję obiektu noclegowego dla turystów, są to m.in. internaty, domy studenckie, hotele robotnicze itp., a także obiekty, które nie spełniają wymogów kategoryzacyjnych dla poszczególnych rodzajów obiektów.

Baza noclegowa, zapewniając turyście nocleg i zakwaterowanie wraz z podstawowymi urządzeniami sanitarnymi, jest tym elementem zagospodarowania turystycznego, który z jednej strony warunkuje rozwój funkcji turystycznych w poszczególnych terenach, z drugiej zaś umożliwia uprawianie podstawowych

<sup>10</sup> O. Rogalewski: Zagospodarowanie turystyczne, WSiP, Warszawa 1974, s. 51.

<sup>11</sup> Z. Kruczek: Rozdz. 3 [w:] Obsługa ruchu turystycznego, praca zbiorowa pod red. Z. Kruczka, Krakowska Szkoła Hotelarska, Kraków 2004, s. 26.

<sup>12</sup> M. Nowakowski: Słownik..., op. cit., s. 37.

<sup>13</sup> Tamże, s.27.

<sup>14</sup> Turystyka w 2004 r., GUS, Warszawa 2005, s. 11-13.

rodzajów turystyki. Z tego względu uważa się bazę noclegową za decydujące ogniwo zagospodarowania turystycznego, co znajduje wyraz w tym, iż wielkość bazy noclegowej jest uznawana za główny wskaźnik zdolności recepcyjnej rejonu, miejscowości, czy szlaku turystycznego<sup>15</sup>.

Usługi noclegowe według J. Sierpińskiego<sup>16</sup> należą do podstawowych usług turystycznych. Są one związane z wynajmem turyście noclegu na określony czas poza stałym miejscem jego zamieszkania. Zakres usługi noclegowej może być szeroko rozumiany. Obejmuje ona liczne czynności związane z zamieszkaniem turysty w określonym obiekcie noclegowym. W optymalnych warunkach zakres usług noclegowych nie powinien być mniejszy od tego, z jakiego turysta korzysta we własnym mieszkaniu, usługi te polegają na odpłatnym udzieleniu gościom noclegów oraz zagwarantowaniu im bezpieczeństwa i higieny.

Usługi noclegowe według A. S. Kornaka<sup>17</sup> obejmują grupę czynności związanych z przygotowaniem i wynajęciem miejsc w hotelach i innych obiektach noclegowych, np. na kwaterach prywatnych, w schroniskach, namiotach i innych pomieszczeniach, którymi są także hotele ruchome transportu drogowego, kolejowego, itp. Pomieszczenia użyczone turystom służą nie tylko do noclegu, pozwalają im w nich także zamieszkać. Wynajmujący dokonują tam niezbędnych czynności związanych z wypoczynkiem nocnym i dziennym, pracą, zaspokojeniem potrzeb z dziedziny estetyki, higieny kosmetyki, przechowywania odzieży i innych przedmiotów osobistego użytku, spożycia posiłków, odbywania konferencji, przyjmowania wizyt.

W obiektach noclegowych występuje wielofunkcyjność usługowa związana z wypoczynkiem, pracą, konsumpcją i rozrywką. W wielu obiektach noclegowych świadczony jest szereg dodatkowych usług uzupełniających, czyniących z hoteli wielkie przedsiębiorstwa usługowe. Poza usługami gastronomicznymi świadczone są usługi rekreacyjne, sprzedawane są różne artykuły. Hotele świadczą też inne usługi zapewniające gościom wygodę, jak np. najem garaży, obsługa motoryzacyjna, zamawianie biletów itp. Obiekty noclegowe posiadają też np. własne pralnie czy piekarnie i cukiernie. Oferuje się gościom usługi biurowe, sekretarskie, tłumaczy, prasę codzienną<sup>18</sup>.

### **Baza noclegowa w regionie kieleckim**

Świętokrzyskie ma jedną z najmniejszych w Polsce baz noclegowych zbiorowego zakwaterowania. Województwo charakteryzuje się przewagą bazy hotelowo-wczasowej nad pozostałą. W 2005 roku te dwa rodzaje bazy

---

<sup>15</sup> O. Rogalewski: Zagospodarowanie..., op. cit., s. 51.

<sup>16</sup> J. Sierpiński: Zakład hotelarski, Ekonomia i Zarządzanie, TNOiK, Kraków, 1974, s. 40.

<sup>17</sup> A. S. Kornak: Ekonomia Turystyki, Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz 2003, s. 140.

<sup>18</sup> A. S. Kornak: Ekonomia..., op. cit., s. 141.

dysponowały blisko połową wszystkich miejsc noclegowych w województwie. Charakterystyczne dla województwa są duże obiekty hotelowe. Ponadto najwięcej miejsc miały schroniska młodzieżowe i szkolne oraz ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych należał do najniższych w Polsce i wynosił 27,2%. Średnio stopień wykorzystania pokoi we wszystkich typach hoteli wynosił 29,3%, najwyższy stopień wykorzystania osiągnęły hotele dwugwiazdkowe – 36,4%. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w ośrodkach czasowych wynosił 36,7%. Udział miejsc noclegowych całorocznych w całej bazie zbiorowego zakwaterowania wynosił 66,8%<sup>19</sup>.

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego dysponuje swoją statystyką obiektów noclegowych województwa na 2006 rok<sup>20</sup>. Według niej na terenie województwa w 2006 roku funkcjonowały 43 skategoryzowane obiekty hotelowe posiadające łącznie ponad trzy tysiące miejsc noclegowych. Uzupełnieniem bazy hotelowej województwa są inne obiekty typu hotelowego, czyli 11 moteli, 16 zajazdów i 6 pensjonatów, które oferują łącznie 907 miejsc noclegowych. Pozostałe niemal pięć tysięcy miejsc noclegowych oferują: 46 ośrodków wypoczynkowych, 9 obiektów sanatoryjnych, 331 gospodarstw agroturystycznych, 62 inne obiekty, 16 schronisk oraz 12 pól namiotowych i kempingów.

Według informacji podanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego (dane szacunkowe, stan na 31.12.2005)<sup>21</sup>, na obszarze całego Województwa Świętokrzyskiego zlokalizowane są 372 gospodarstwa agroturystyczne. Dysponują około 3473 miejscami noclegowymi w 1114 pokojach przy domach gospodarzy i 352 miejscami noclegowymi w 49 domach samodzielnych. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych na obszarze województwa świętokrzyskiego jest bardzo nierównomierne. Największe skupisko – 47,6% tego rodzaju obiektów noclegowych znajduje się w powiecie kieleckim. Powiat ten posiada 177 gospodarstw, w powiecie staszowskim znajduje się 38 gospodarstw, w buskim 28, w koneckim 18. Pozostałe powiaty posiadają po kilka lub kilkanaście gospodarstw agroturystycznych.

Mimo, iż jak stwierdzają autorzy wielu dokumentów rozwojowych, województwo świętokrzyskie ma niewystarczającą bazę noclegową, to znaczna większość zainteresowanych turystów znajdzie typ obiektu, jaki ich interesuje. Chociażby studiując zawartość profesjonalnie przygotowanego przez Regionalną Organizację Turystyczną Informatora Turystycznego<sup>22</sup> zauważyć można, iż w województwie występują prawie wszystkie typy obiektów noclegowych. Na

<sup>19</sup> Tamże, s. 13 i następne.

<sup>20</sup> A. Szafrński: Świętokrzyskie czeka na odkrycie, *Hotelarz*, nr 3/2007, s. 16-17.

<sup>21</sup> [http://www.sejmik.kielce.pl/turystyka/agroliczby/agroturystyka stan 31.12.2005.pdf](http://www.sejmik.kielce.pl/turystyka/agroliczby/agroturystyka%20stan%2031.12.2005.pdf).

<sup>22</sup> Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego: *Informator Turystyczny Województwa Świętokrzyskiego, Glob-Tour, Kielce 2006, s. 57-83.*

podstawie obserwacji swobodnej różnego rodzaju obiektów noclegowych, głównie hoteli w regionie kieleckim, można wnioskować, iż niektóre starsze obiekty zostały kompleksowo wyremontowane w ostatnich latach i obecnie nie odbiegają wyglądem od obiektów nowszych, także w większych miastach. Uważny obserwator zauważy także, iż region kielecki w ciągu ostatnich kilku lat wzbogacił się o wiele nowych obiektów noclegowych, w tym hoteli. Okolice te sprzyjają powstawaniu kolejnych hoteli, moteli, gospodarstw agroturystycznych, również bliskość miasta wojewódzkiego – Kielc, stwarza dogodne warunki dla rozwoju turystyki i powstawania kolejnych obiektów noclegowych<sup>23</sup>. Jednakże według szacunków<sup>24</sup> obecne łączne inwestycje w bazę noclegową na terenie województwa świętokrzyskiego nie przekraczają 20 mln złotych, co lokuje je na jednym z ostatnich miejsc w kraju.

### **Ocena bazy noclegowej regionu kieleckiego w opinii turystów odwiedzających region**

W celu poznania opinii turystów odwiedzających region kielecki przeprowadzono nadania ankietowe. Pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety dotyczyły głównie opinii turystów na temat obiektów noclegowych, oraz opinii na temat poszczególnych typów obiektów noclegowych oraz poszczególnych elementów obiektu noclegowego a także usług hotelarskich. Badano także cele przyjazdów do regionu kieleckiego, uwarunkowania korzystania przez turystów z danych typów obiektów oraz motywy wyboru poszczególnych obiektów noclegowych. Zapytano także o stopień znajomości regionu kieleckiego, co pozwoliło zanalizować jego wpływ na opinię o obiektach noclegowych regionu. Podczas badań ankietowych prowadzono także obserwację swobodną. Pozwoliło to na dokładniejsze zbadanie obiektów noclegowych oraz poznanie turystów podczas rozmów bezpośrednich. Trzecią techniką wykorzystaną podczas badań była analiza dokumentów rozwojowych o randze wojewódzkiej, powiatowej oraz gminnej przygotowanych przez władze lokalne.

Do badań turystów korzystających z bazy noclegowej wyłoniono kilka grup turystów: korzystających z obiektów hotelowych, gospodarstw agroturystycznych, pensjonatów, ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych oraz tzw. innych obiektów noclegowych. Wypełnione kwestionariusze uzyskano od 60 turystów.

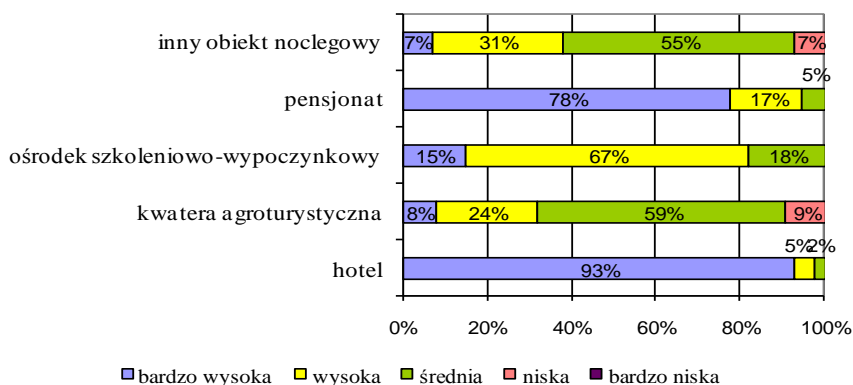
Pierwszym krokiem prowadzącym do oceny bazy noclegowej w regionie jest poznanie opinii turystów, co sądzą o ilości obiektów noclegowych w regionie kieleckim. 12% respondentów uznało, iż liczba obiektów noclegowych w regionie kieleckim jest za duża, 48% uznało liczbę obiektów za wystarczającą, natomiast 40% za niewystarczającą. Jednakże ogólna ocena bazy noclegowej regionu

<sup>23</sup> Plan Rozwoju Lokalnego Powiatu Kieleckiego, Kielce 2004, s. 18.

<sup>24</sup> A. Szafranski: Świętokrzyskie..., op. cit., s. 17.

kieleckiego jest wysoka. Łącznie aż 55%, czyli ponad połowa respondentów uznała jakość obiektów za wysoką bądź bardzo wysoką. Jednakże wysoki jest też odsetek osób, które wyraźnie nie są do końca zadowolone z jakości obiektów noclegowych. Łącznie 45% respondentów oceniło jakość obiektów jako średnią bądź złą. Wynika z tego, że duża część turystów nie jest w pełni zadowolona z pobytu w regionie. Żaden z turystów nie ocenił jakości obiektów jako bardzo zły.

Będąc w regionie kieleckim turyści najczęściej wybierają sprawdzone i najpopularniejsze obiekty oraz typy obiektów, które uważają za dobre. Turyści najlepiej oceniają hotele oraz pensjonaty. Gorzej oceniane są pozostałe typy obiektów, czyli kwatery agroturystyczne, ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe i inne obiekty noclegowe.

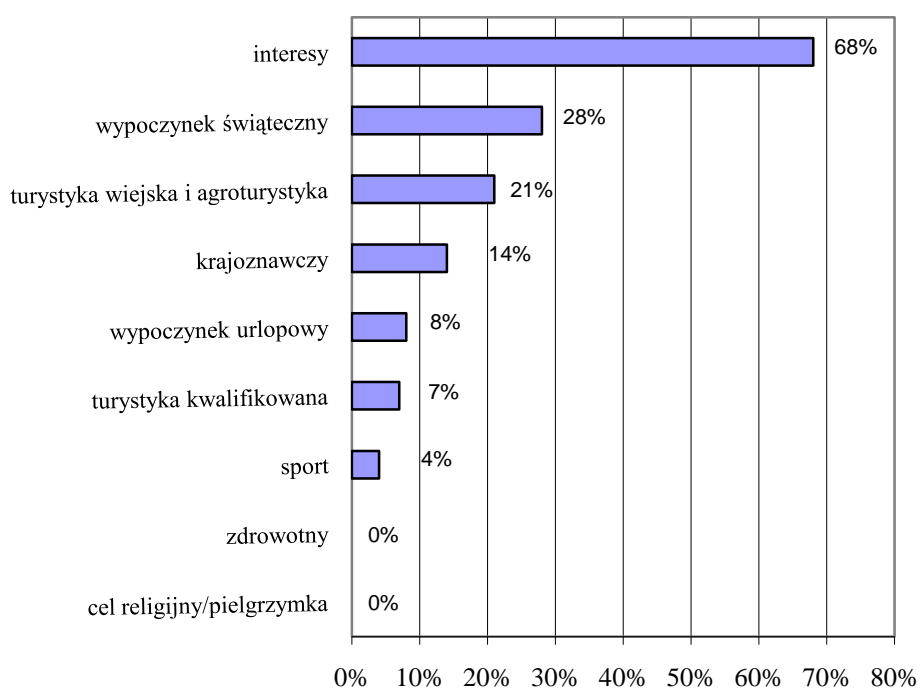


rysunek 1. Opinia turystów odwiedzających region kielecki na temat jakości bazy noclegowej regionu kieleckiego, z wyszczególnieniem typów obiektów

Źródło: badania własne

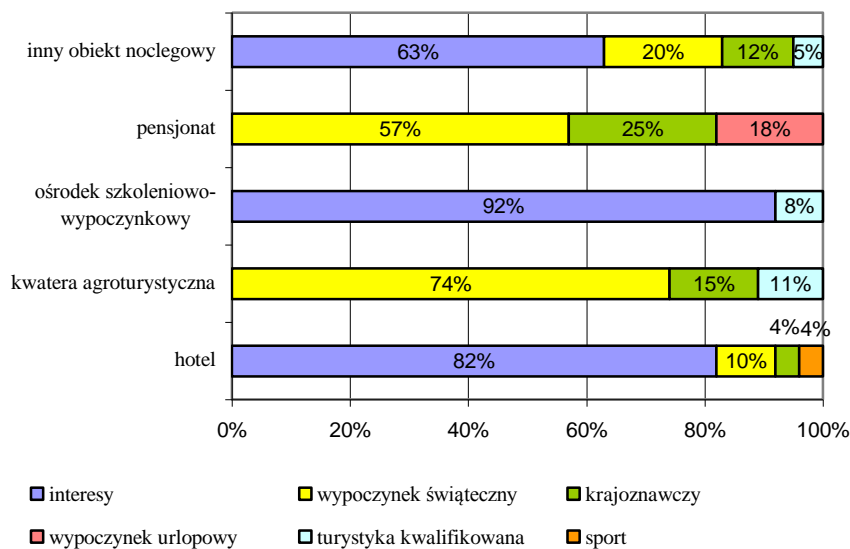
Interesującym wydaje się być poznanie celów przyjazdu turystów do regionu kieleckiego. Turyści, którzy zostali objęci badaniami mogli wskazać maksymalnie trzy cele: cel główny i dwa cele dodatkowe. Cele przyjazdów obrazuje rysunek 2. Okazuje się, iż głównym celem przyjazdów do regionu kieleckiego są interesy i podróże biznesowe. Jednakże należy zauważyć, że w badaniu uczestniczyli wyłącznie turyści korzystający z bazy noclegowej. Można więc stwierdzić, że głównym celem odwiedzin regionu kieleckiego osób, które skorzystały z bazy noclegowej są interesy służbowe. Ma na to z pewnością wpływ fakt, że Kielce są drugim po Poznaniu miastem organizującym największą ilość imprez targowych, a firma Targi Kielce jest drugą największą firmą targową w Polsce. Ważnym czynnikiem powodującym, iż ilość gości biznesowych odwiedzających region kielecki jest tak duża, jest fakt, iż miasto Kielce oraz region metropolitalny Kielc

przechodzi w ostatnich latach okres wzmożonego wzrostu gospodarczego. Wzrost taki wiąże się bezpośrednio z napływem nowych inwestycji, otwieraniem w regionie nowych firm a przez to również napływem i regularnymi odwiedzinami regionu przez osoby współpracujące z tymi firmami. Kolejne cele przyjazdów wskazywane są przez turystów rzadziej. Prawie jedna trzecia turystów wskazała cel podróży jako wypoczynek świąteczny, natomiast ponad 20% wypoczynek na wsi i korzystanie z kwater agroturystycznych. W innych celach turyści odwiedzają region kielecki zdecydowanie rzadziej. Nie spotkano się z żadnym wskazaniem na cel zdrowotny lub religijno-pielgrzymkowy.



Rysunek 2. Osoby odwiedzające region kielecki w określonym celu (w %)  
Źródło: badania własne

Na rysunku 3 przedstawiono cele odwiedzin regionu z wyszczególnieniem rodzajów obiektów noclegowych. Biorąc pod uwagę wyszczególnienie poszczególnych obiektów łatwiej będzie zaobserwować wskazanie celów poprzez osoby korzystające z poszczególnych typów obiektów. W tym przypadku wzięto pod uwagę tylko cele główne, aby łatwiej zobrazować powody przyjazdu turystów do poszczególnych typów obiektów.



Rysunek 3. Ilość osób odwiedzających region kielecki w określonym celu, z wyszczególnieniem typów obiektów noclegowych (w %)  
 Źródło: badania własne

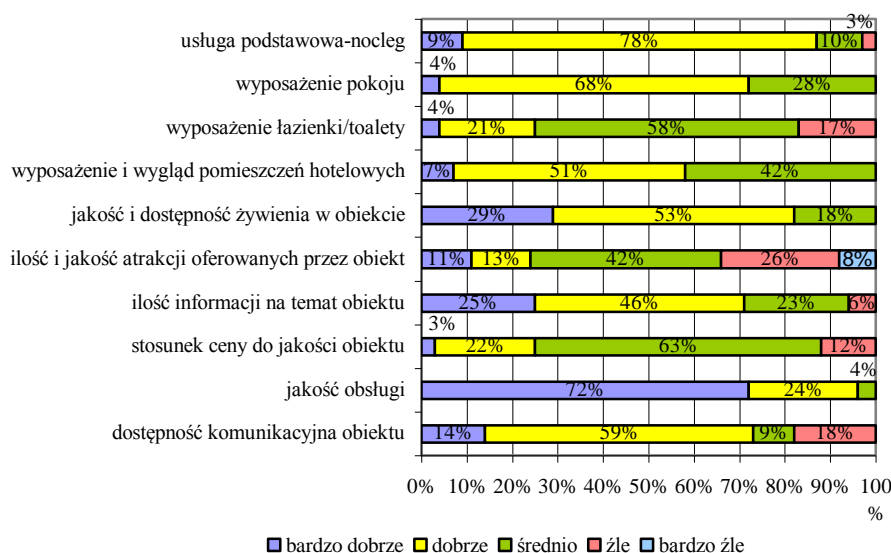
Jednym z kluczowych zagadnień podejmowanych w ocenie bazy noclegowej jest pytanie o ocenę poszczególnych elementów obiektu noclegowego oraz poszczególnych cech usług świadczonych w obiekcie.

Turyści zostali zapytani o najważniejsze odczucia na temat noclegu, wyżywienia, jakości usług czy wyposażenie obiektu. Z otrzymanych wyników widać, iż ocena poszczególnych elementów różni się.

Najwyższe oceny turystów uzyskała jakość obsługi, którą aż 96% turystów uznało jako bardzo dobrą bądź dobrą, oraz jakość i dostępność żywienia w obiekcie, którą 82% turystów oceniło dobrze lub bardzo dobrze. Można więc wnioskować, iż kuchnię kielecką turyści oceniają bardzo dobrze. Stosunkowo dobrze zostało ocenionych kilka elementów. Usługa podstawowa, czyli nocleg, którą bardzo dobrze lub dobrze oceniło aż 87% respondentów, wyposażenie pokoju, gdzie ocenę dobrą i bardzo dobrą wybrało 72% badanych. Za dobre należy uznać także wyposażenie i wygląd pomieszczeń hotelowych oraz ilość informacji na temat obiektu, tutaj oceny dobre i bardzo dobre - odpowiednio 58% i 71% ocen. Wysoko została oceniona również dostępność komunikacyjna obiektów.

Można wyróżnić także kilka elementów, które turyści uznali za średnie, co może oznaczać, iż nie byli z nich do końca zadowoleni i nad poprawą ich jakości zarządcy obiektów powinni ciągle pracować. Oceny średnie turyści przyznali głównie stosunkowi ceny do jakości, co sugeruje, iż mimo że niektóre elementy pobytu oceniane są jako dobre, to całościowa jakość powinna być wyższa, bądź

cena usług powinna być niższa. Kolejnym elementem wymagającym poprawy jest wygląd i wyposażenie łazienki i toalety. Widać tutaj, iż turyści oczekują wyższych standardów, niż obiekty w regionie są im w stanie zaoferować. Może to wynikać z faktu, iż w regionie wiele jest obiektów małych, bądź obiektów w rękach niedużych lokalnych przedsiębiorców, i są oni w stanie zaoferować turystom w tej kwestii niewiele więcej, bądź tylko to, czego wymaga od nich ustawodawca w kwestii wyposażenia pomieszczeń hotelowych. Jest to bardzo ważny element usług hotelowych i zarządcy powinni podjąć tutaj zdecydowane działania w celu wyeliminowania tychże niedogodności. Na podobnym poziomie oceniony został wygląd i wyposażenie pomieszczeń hotelowych. Oceny średnie przyznało tutaj 42% respondentów. Można wnioskować, iż jest to spowodowane po części faktem oszczędności prywatnych inwestorów na zbędnych elementach ozdobnych w pomieszczeniach, lecz bez wątplenia wiele obiektów w regionie to obiekty stare, kilkunastoletnie bądź nawet kilkudziesięcioletnie i jak zauważono podczas obserwacji swobodnej, wiele z tych obiektów wymaga remontów lub renowacji.



Rysunek 4. Opinia turystów na temat poszczególnych elementów bazy noclegowej regionu kieleckiego. Ilość osób (w %), które przyznały poszczególne oceny  
Źródło: badania własne

Spośród opinii na temat poszczególnych elementów obiektów noclegowych regionu kieleckiego występują też oceny negatywne. Najgorzej oceniony został fakt, iż w obiektach regionu brak jest atrakcji dodatkowych, bądź atrakcje te są złej jakości. Ocenę złą bądź bardzo złą przyznało 34% badanych. 17% turystów źle

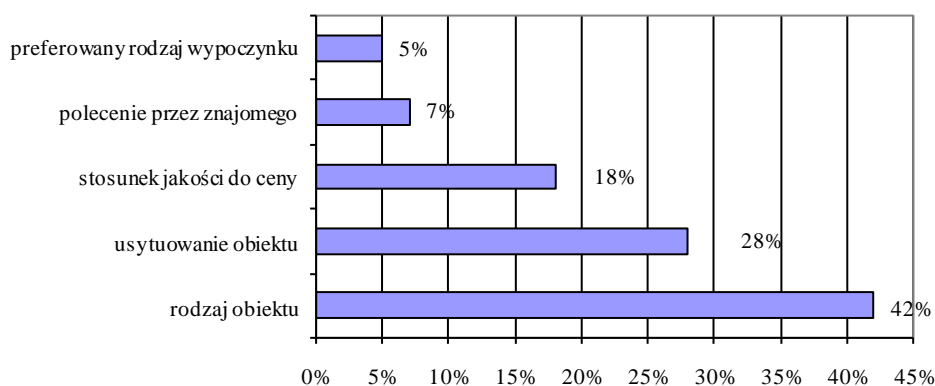


oceniło omawiane wcześniej wyposażenie i wygląd łazienki i toalety, a 18% dostępność komunikacyjną obiektu.

Z powyższego zestawienia wnioskować można, iż kilka elementów bądź cech obiektów noclegowych w regionie kieleckim jest bardzo dobrych, ale również występują elementy, które dla turystów są nie do zaakceptowania. Zarządcy obiektów z pewnością będą zadowoleni z uznania, jakie turyści darzą pewne cechy ich obiektów, ale także powinni podjąć kroki, aby negatywne oceny turystów wziąć pod uwagę i aby oceny te nie powtórzyły się podczas następnej wizyty turysty w obiekcie.

Należy podkreślić fakt, iż jakość poszczególnych elementów ma ogromne znaczenie, podczas nadawaniu obiektowi przez turystę całościowej oceny. Konsekwencją tego jest ponowne skorzystanie bądź nie skorzystanie przez turystę z usług danego obiektu podczas następnej wizyty w regionie. Wyraźnie negatywne oceny pewnych elementów obiektów noclegowych mogą mieć bardzo duży wpływ na wybór obiektu noclegowego podczas ponownej wizyty w regionie kieleckim. Widać tutaj, iż z pewnością część turystów podczas następnej podróży wybierze inny obiekt noclegowy, niż ten, w którym nocował obecnie.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, duży wpływ na wybór obiektu noclegowego przez turystę ma z pewnością kilka przyczyn. Na rysunku 5 przedstawiono, według jakich kryteriów respondenci wybierali obiekt noclegowy. Wnioskować można, iż najważniejszym kryterium podczas wyboru obiektu jest jego rodzaj.



Rysunek 5. Osoby, dla których dana cecha ma największy wpływ na wybór obiektu noclegowego w regionie kieleckim (w %)

Źródło: badania własne

Wyniki badań wskazują na zależność oceny obiektów noclegowych w od wiedzy danego turysty na temat odwiedzanego regionu kieleckiego. Okazuje się, że stopień znajomości regionu kieleckiego przez danego turystę jest skorelowany

z oceną obiektu noclegowego dokonaną przez tego turystę. Korelację tę widać wyraźnie w przypadku niskiej znajomości regionu kieleckiego. Można zauważyć, iż w grupie turystów, którzy swój stopień znajomości regionu kieleckiego uznali za niski, aż 64% z nich nisko oceniło obiekt noclegowy. Podobnie jest w przypadku wysokiej znajomości regionu kieleckiego. W grupie respondentów, którzy swój stopień znajomości regionu kieleckiego uznali za wysoki, aż 48% z nich wysoko oceniło obiekt noclegowy. Może to świadczyć o tym, iż turysta bardziej świadomy, do jakiego regionu zamierza wyjechać, zna również bardziej obiekty noclegowe regionu i potrafi z tych obiektów wybrać najlepszy dla siebie. Natomiast osoba nieznająca regionu kieleckiego, nie zna również obiektów noclegowych, jakie znajdują się w regionie i wybiera taki obiekt bez rozeznania, co może potem skutkować niezadowoleniem z pobytu i złą oceną obiektu noclegowego.

### **Podsumowanie**

Baza noclegowa jest jednym z najważniejszych elementów zagospodarowania turystycznego. Dostępność obiektów noclegowych oraz wysoki poziom usług w nich oferowanych wpływa w dużej mierze na opinie osób odwiedzających o danym regionie i ewentualne ich powroty.

Opinia turystów na temat obiektów noclegowych odwiedzanego przez nich regionu kieleckiego jest stosunkowo dobra. Jednakże zarządcy obiektów noclegowych nie powinni czuć się w pełni zadowoleni z tejże opinii. Znacząca część turystów wyraziła obojętne lub negatywne opinie na temat obiektów noclegowych bądź poszczególnych ich fragmentów oraz niektórych usług hotelarskich oferowanych w obiektach. Mimo, iż liczba i jakość obiektów w regionie satysfakcjonuje część badanych, to jednak należy uznać, iż proces rozwoju obiektów noclegowych oraz poprawy warunków noclegu w regionie kieleckim powinien trwać nadal, gdyż zauważalne są również negatywne opinie turystów, którzy odwiedzili region i skorzystali w nim z obiektu noclegowego. Część obiektów, szczególnie hoteli, nie odbiega swym standardem od swych odpowiedników w innych regionach kraju. Jednakże szczególnie ważne jest, aby właściciele mniejszych obiektów oraz kwater agroturystycznych znaleźli sposoby na poprawienie standardu swoich obiektów.

Podsumowując można stwierdzić, że wysoki standard obiektów noclegowych jest istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój turystyki w regionie.

## Literatura

- Gaworecki W.W.: Turystyka, PWE, Warszawa 2003  
Informator Turystyczny Województwa Świętokrzyskiego, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego, Glob-Tour, Kielce 2006  
Kolańska W.: Podstawy Turystyki, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie, Częstochowa 2005  
Kornak A. S.: Ekonomika Turystyki, Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz 2003  
Kowalczyk A.: Geografia hotelarstwa, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2001  
Kruczek Z.: Rozdz. 3 [w:] Obsługa ruchu turystycznego, praca zbiorowa pod red. Z. Kruczka, Krakowska Szkoła Hotelarska, Kraków 2004  
Nowakowski M.: Słownik terminów związanych z turystyką i hotelarstwem, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice 2001  
Rogalewski O.: Zagospodarowanie turystyczne, WSiP, Warszawa 1974  
Sierpiński J.: Zakład hotelarski, Ekonomia i Zarządzanie, TNOiK, Kraków, 1974  
Sikorska-Wolak I.: Tendencje zmian w infrastrukturze turystycznej w Polsce [w:] Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu, Praca zbiorowa pod redakcją naukową Z.J. Przychodzenia, Wyd. SGGW, Warszawa-Sztabin, Wilno, Biała Waka, Soleczniki Wielkie, 2003  
Szafrąński A.: Świętokrzyskie czeka na odkrycie, Hotelarz, nr 3/2007  
Tulibacki T.: Międzynarodowe systemy hotelowe, WSHGiT, Warszawa 2002  
Turkowski M.: Hotelarstwo, PWE, Warszawa 1993  
Turystyka w 2004 r., GUS, Warszawa 2005

## Streszczenie

Baza noclegowa, jest jednym z ważniejszych elementów zagospodarowania turystycznego, przez co wpływa na rozwój turystyki w regionie. Wielkość i jakość bazy noclegowej jest jednym z kryteriów oceny poziomu rozwoju turystycznego regionu. W referacie przedstawiono opinię turystów odwiedzających region kielecki na temat obiektów noclegowych regionu. Główną uwagę zwrócono na ocenę obiektów jako całości, a także ocenę poszczególnych fragmentów usług hotelarskich i wyposażenia obiektów. Podjęto również próbę usystematyzowania motywów i kryteriów, według jakich turyści wybierają obiekt noclegowy.

## Summary

Hospitality infrastructure is one of the most important elements of tourism development, and because of that it affects tourism development in the region. Greatness and quality of hospitality infrastructure are numbered among assessment's criteria of level of tourism development in region. In the study an opinion of tourists visiting the Kielce region about hospitality infrastructure of the region has been presented. Attention was focused mainly on assessment of the hospitality object entirely and opinion about individual services and equipment of the building. The study presents detailed list of tourist destinations in Kielce region, different ways of traveling and its influence on final judgment. In the study an attempt was made to detail motives that affect choosing of a specific object.

**Jan Zawadka**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Skala i tendencje zmian liczby kwater agroturystycznych na terenie województwa lubelskiego**

### **Wstęp**

Województwo lubelskie, ma wyjątkowe predyspozycje do rozwoju i uprawiania agroturystyki. Wynikają one zarówno z warunków naturalnych jak i bogatego dziedzictwa kulturowego wsi, gościnności mieszkańców, oraz z troski kwaterodawców o jak najlepszą jakość świadczonych usług turystycznych. W ostatnich latach obserwuje się bardzo duże zainteresowanie turystów tym regionem, który dla wielu z nich jest obszarem nieznanym, a mającym ogromne walory poznawcze. Ze względu na potrzebę bezpośredniego kontaktu z naturą i z drugim człowiekiem gospodarstwa agroturystyczne cieszą się wśród mieszkańców aglomeracji miejskich dużym powodzeniem. Wiejska baza noclegowa doskonale uzupełnia również niezbyt bogatą bazę noclegową województwa<sup>1</sup> Celem niniejszej pracy jest ukazanie stanu ilościowego bazy agroturystycznej Lubelszczyzny oraz dynamiki jego zmian. Obszarem objętym badaniem jest województwo lubelskie, a metodą badawczą analiza źródeł wtórnych w postaci raportów Instytutu Turystyki oraz danych Urzędu Statystycznego w Lublinie.

### **Ogólna charakterystyka Lubelszczyzny**

Województwo lubelskie leży w południowo-wschodniej części Polski. Graniczy z województwami: podlaskim, mazowieckim, świętokrzyskim, podkarpackim oraz Białorusią i Ukrainą.<sup>2</sup> Zajmuje powierzchnię 25 155 km<sup>2</sup> (9,17% powierzchni Polski). Jest to trzeci, co do wielkości region kraju. Liczba mieszkańców - 2242 tyś. (5,8% ludności Polski). Teren ten jest w znacznym stopniu wykorzystywany rolniczo. 54% ludności mieszka na wsi a prawie 60% powierzchni województwa przypada na użytki rolne. Znajduje się tu ponad 278.5 tyś. gospodarstw rolnych (w tym 275 ponad 100-u hektarowych). W 2005 roku

---

<sup>1</sup> J. Tatała, B. Sawicki, W. Czerniec, Rozwój produktu agroturystycznego na przykładzie trzech gospodarstw agroturystycznych z województwa lubelskiego, Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie nr 402, Kraków 2003, s. 253.

<sup>2</sup> Charakterystyka terenu opracowana w oparciu o: J. Bochiński, J. Zawadzki, Polska – nowy podział terytorialny, Świat Książki, Warszawa 1999.

56,1% ogólnej produkcji rolniczej przypadają na produkcję roślinną (dominowały zboża, duży udział miały też rośliny przemysłowe oraz owoce). 43,9% przypadło na produkcję zwierzęcą (głównie żywiec rzeźny - zwłaszcza wieprzowy oraz mleko krowie).

W dalszej części pracy teren ten będzie nazywany również Lubelszczyzną oraz regionem lubelskim.

Lubelszczyzna położona jest na obszarze kilku regionów fizyczno-geograficznych zróżnicowanych pod względem rzeźby, krajobrazu i roślinności. Jej zachodnią granicę stanowi Wisła, wschodnią Bug. Północno-zachodnia część województwa leży na Nizinie Południowopodlaskiej - lekko falistej równinie z ostańcowymi pagórkami polodowcowymi. Północno-wschodnie ziemie zajmuje Polesie (Polesie Zachodnie i Polesie Wołyńskie) - płaska równina, na której płytko zalegające wody gruntowe powodują występowanie bagien, torfowisk i jezior (jeziora krasowe na Równinie Łęczyńsko-Włodawskiej). Część środkową i południowo-zachodnią województwa obejmuje rozczłonkowana wąwozami i dolinami rzek Wyżyna Lubelska, a południowo-wschodnią Wyżyna Zachodniowołyńska. Od południa ogranicza je wyżynny wał Roztocza o szerokości ok. 15 km, ciągnący się od okolic Kraśnika po Lwów. Tu właśnie znajduje się najwyższe wzniesienie województwa - Wapielnia (387 m n.p.m.). Na południe od Roztocza rozciąga się Kotlina Sandomierska.

Teren województwa leży całkowicie w dorzeczu Wisły. Głównymi rzekami są: Wisła, Bug, Wieprz, Krzna, Bystrzyca i Huczwa. Wyżyna Lubelska ma rzadką sieć rzeczną, wobec czego rejony wokół Lublina zagrożone są deficytem wody. Dużym zapleczem wodnym jest Polesie (zwłaszcza jego południowa część) - 68 jezior Równiny Łęczyńsko-Włodawskiej oraz znaczne obszary bagienne i torfowiska (np. Krowie Bagno).

Lubelszczyzna to region bogaty w unikalne walory przyrodnicze. Na jej terenie znajdują się dwa parki narodowe: utworzony w 1974 roku Roztoczański Park Narodowy, który chroni cenne lasy Roztocza Środkowego na obszarze 8482 ha oraz utworzony w 1990 roku Poleski Park Narodowy obejmujący 9648 ha terenów wodno-torfowiskowych Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego, wchodzącego w skład Międzynarodowego Rezerwatu Biosfery Polesie Zachodnie (w części także na Ukrainie i Białorusi). Na terenie województwa znajdują się również liczne parki krajobrazowe: Kazimierski, Kozłowiecki, Pojezierze Łęczyńskie, Nadwieprzański, Poleski, Sobiborski, Chełmski, Strzelecki, Skierbieszowski, Szczebrzeszyński, Krasnobrodzki, Krzczonowski, Wrzelowiecki, Parkiem krajobrazowym jest też większa część Lasów Janowskich, Puszczy Solskiej, Podlaski Przełom Bugu.

Region lubelski to teren bogaty również w walory uzdrowiskowe. Przełożyło się to na usytuowanie na terenie województwa dwóch uzdrowisk. Nałęczów to ośrodek specjalizujący się w leczeniu chorób serca i układu krążenia, który posiada

już blisko 200-letnią tradycję. Lecznicze właściwości wód nałęczowskich odkryto w 1817 roku. W końcu XIX w. był to już bardzo znany kurort, lubiany przez najwybitniejszych polskich pisarzy: Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa, Stefana Żeromskiego. Drugim uzdrowiskiem jest Krasnobród. Od końca XIX w. leczono tu chorych na gruźlicę, a obecnie krasnobrodzkie sanatorium specjalizuje się w leczeniu i rehabilitacji dzieci. Jedną z pierwszych kuracjuszek była królowa Marysieńka Sobieska, która w podziękowaniu za odzyskanie sił i zdrowia ufundowała tu kościół z klasztorem dominikanów.

### **Potencjał turystyczny wsi lubelskiej**

Malownicza wieś lubelska wyróżnia się bogactwem krajobrazów, co możemy zaobserwować wędrując np. przez Górecko Kościelne - wieś zagubioną wśród roztoczańskich lasów, Guciów w dolinie Wieprza, Mięćmierz - przytulony do wysokiego brzegu Wisły, Horodło nad Bugiem czy Dębówkę w Lasach Kozłowieckich.

Na turystycznych szlakach spotkamy stojące, jak przed wiekami, drewniane krzyże oraz kapliczki przydrożne. Naszą uwagę zwrócą pracujące nadal stare młyny, kuźnie i tartaki, a niekiedy charakterystyczne sylwetki wiatraków. Wieś lubelska zachowała w dużym stopniu tradycyjny układ pól o wydłużonym kształcie, z ulubioną gruszą na miedzy, a także śródpolnymi drogami i gościńcami. Od pokoleń dużym sentymentem cieszą się bocianie gniazda na dachach zagród i gniazda jaskółek pod okapami domostw.

Wiejskie zagrody, karczmy, wiatraki, młyny, dwory i obiekty sakralne typowe dla Wyżyny Lubelskiej, Roztocza i Powiśla zgromadzono w lubelskim skansenie. Muzeum tętni życiem - turyści mogą uczestniczyć w wielu cyklicznych imprezach, związanych z pracami polowymi i rzemieślniczymi, ze świętami i tradycyjnymi obrzędami.

Tradycje lubelskiej wsi kultywowane są nie tylko w skansenach, można je również poznać przebywając w gospodarstwach agroturystycznych. Są one często położone w pobliżu parków narodowych i na terenach parków krajobrazowych, co stanowi dodatkową atrakcję dla wypoczywających tam turystów.

Na Lubelszczyźnie nadal uprawiane jest ludowe rzemiosło np. w Łążku Garncarskim, Pawłowie i Urzędowie - garncarstwo, w Wyrkach i kilku wsiach powiatu łukowskiego i bialskopodlaskiego wyrabia się „szmaciaki” i „kraciaki”. W całym regionie popularne jest plecionkarstwo ze słomy, rogożyny, wikliny i korzeni sosny, a wiejscy artyści strugają figurki - Chrystusa Frasobliwego i świętych Jana Nepomucena, Barbary i Floriana. Tradycyjnym rzemiosłem, niegdyś bardzo popularnym na wsi, jest kowalstwo. W Wojciechowie nadal funkcjonuje kuźnia, w której podkuwa się konie, wyrabia piękne ogrodzenia oraz misterne przedmioty użytkowe. Organizowane są tu ogólnopolskie warsztaty mistrzów miecha i młota, podczas których młodzi kowale doskonalą swoje umiejętności. Ludowych rzemieślników

różnych profesji spotkamy najczęściej w czasie trwania imprez folklorystycznych w Kazimierzu Dolnym, Nałęczowie, Holi, Nadrzeczcu k. Biłgoraja i w Muzeum Wsi Lubelskiej. Lubelskie słynie też z wyrabiania pisanek, palm, wieńców dożynkowych oraz wypieku weselnych kołaczy, korowajów i sękaczy.<sup>3</sup>

Wśród 200 wiejskich zespołów artystycznych funkcjonują zespoły śpiewacze i kapele, teatry ludowe i obrzędowe przedstawiające wesela, chrzciny, sobótki, jasełka, darcie pierza, prządki i inne. Mają one możliwość zaprezentowania się turystom na imprezach folklorystycznych odbywających się corocznie w Kazimierzu Dolnym i innych miejscowościach.

Władze Lubelszczyzny przywiązują dużą wagę do ochrony przyrody. Znajduje się tu 17 parków krajobrazowych między innymi: Kazimierski, Nadwieprzański, Lasów Janowskich, Podlaskiego Przełomu Bugu oraz 17 Obszarów Chronionego Krajobrazu, wiele korytarzy ekologicznych, łączących obszary chronione, głównie korytami rzek. Na najcenniejszych obszarach utworzono: Poleski i Rostoczański Park Narodowy.

### **Dynamika zmian liczby gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa lubelskiego na tle kraju**

W przypadku analizy stanu ilościowego kwater agroturystycznych natykamy się na swoistego rodzaju problem odnośnie dostępności danych na ten temat. Wynika to z faktu, iż zakres kategorii „prywatna baza noclegowa” zmieniał się. Do 1997 roku były to pokoje gościnne (kwatery prywatne), w latach 1998-1999 oprócz pokoi gościnnych – również kwatery agroturystyczne, a od 2000 roku tylko kwatery agroturystyczne (GUS zaprzestał gromadzenia danych o pokojach gościnnych). Ostatnie informacje GUS-u na temat liczby gospodarstw agroturystycznych pochodzą z roku 2001. W kolejnych latach Urząd zaprzestał gromadzenia danych na ten temat. Od tamtego czasu wyzwania tego podjął się Instytut Turystyki korzystając z informacji uzyskiwanych z poszczególnych Urzędów Gmin. Niestety dane uzyskiwane w ten sposób nie zawsze dokładnie odzwierciedlają stan rzeczywisty. Spowodowane jest to faktem, że Urzędy Gmin nie zawsze odsyłają wypełnione kwestionariusze ankiety a czasem wypełniają je niepoprawnie.

---

<sup>3</sup> Szlakami dziedzictwa kulturowego regionu lubelskiego, folder promocyjny wydany przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego.

Tabela 1. Kwatery agroturystyczne w Polsce i na Lubelszczyźnie w latach 2001 - 2006

	Rok	Kwatery		miejsca noclegowe	
		liczba	miejsce	liczba	miejsce
Lubelskie	2001	133	III	1136	IV
	2002	276	IX	1836	XI
	2003	231	VII	1911	VIII
	2004	241	VII	1945	IX
	2005	354	IX	2838	XI
	2006	275	XII	2115	XIII
Polska	2001	1073		11188	
	2002	6546		53216	
	2003	3323		32885	
	2004	4052		40635	
	2005	6550		64075	
	2006	7214		70300	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS z 2001r, badań Instytutu Turystyki na lata 2002, 2003, 2004, 2005 oraz Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006 roku – opracowanie tabelaryczne, A. Jagusiewicz, H. Legienis, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

Z zaprezentowanych danych wynika, że dynamika zmian stanu ilościowego gospodarstw agroturystycznych na terenie kraju jest bardzo duża. W przeciągu 6 analizowanych lat liczba zarówno kwater jak i miejsc noclegowych wzrosła odpowiednio z 1073 do 7214 oraz ze 11188 do 70300. W obu przypadkach jest to niemalże siedmiokrotny wzrost. W przypadku województwa lubelskiego różnica między rokiem 2006 (275 kwatery) a 2001 (133 kwatery) wynosi 142 - tym czasie gospodarstw agroturystycznych przybyło ponad dwukrotnie.

Zaprezentowane dane wskazują na bardzo duży ilościowy przyrost kwater w roku 2002. Jest to charakterystyczne zarówno dla Lubelszczyzny jak i całego kraju. W przypadku Polski jest to wzrost sześciokrotny w stosunku do roku 2001. W 2003 ich ilość spadła o ok. połowę – z ok. 6,5 tys (w 2002r.) do ok. 3,3 tys. Na terenie omawianego województwa zmiana ta nie była aż tak drastyczna, chociaż też widoczna – ze 133 w roku 2001 do 276 w 2002r., w 2003 nastąpił spadek do poziomu 231 gospodarstw agroturystycznych. Osobliwe wartości danych za rok 2002 można wytłumaczyć faktem, że w tym roku po raz pierwszy zostały opublikowane wyniki uzyskane przez Instytut Turystyki a nie GUS. Były to szacunki opracowane na podstawie informacji zebranych z Ośrodków Doradztwa Rolniczego. Dane za rok 2003 sporządzono z kolei na bazie ankiet wysyłanych do Urzędów Gmin – tę metodę Instytut stosuje do dziś. Różnice w metodologii badań



w dużym stopniu przyczyniły się do uzyskania tak odmiennych danych liczbowych.

Kolejnym charakterystycznym okresem był rok 2005. Według informacji przedstawionych przez Instytut Turystyki w roku tym na Lubelszczyźnie było 354 kwatery. Rok wcześniej wykazano ich zaledwie 241, a rok później 275. Przyczyn tej anomalii upatrywać można w tym, iż bardzo duża (w porównaniu do sąsiednich lat) część wysłanych do urzędów gmin kwestionariuszy ankiet została poprawnie wypełniona i odesłana.

Warto zauważyć że w ciągu 6 analizowanych lat, pod względem liczby gospodarstw agroturystycznych, Lubelszczyzna straciła czołowe trzecie miejsce które miała w roku 2001 przesuając się aż na dwunastą pozycję. Mniej kwater posiadały tylko województwa kujawsko-pomorskie (273), lubuskie (133), łódzkie (125), opolskie (101). Najkorzystniej wypadły województwa: małopolskie (1220) oraz podkarpackie (1016). Również pod względem liczby miejsc noclegowych (w 2006 - 2115) roku Lubelszczyzna spadła z pozycji czwartej na trzynasta. W tym okresie przybyło co prawda 979 miejsc jednak w innych województwach wzrost ten był o wiele większy. Gorzej pod tym względem wypadły jedynie lubuskie (1317), łódzkie (1154) oraz opolskie (934). Rekordzistami ponownie okazały się małopolskie (13975) i Podkarpackie (7581). W Polsce w 2006 roku w 7214 kwaterach agroturystycznych zanotowano łącznie 70300 miejsc noclegowych.

Tabela 2. Wyszczególnienie obiektów agroturystycznych i miejsc noclegowych całorocznych

	obiekty			miejsca noclegowe		
	ogółem	w tym całoroczne	Polska ogółem = 100	ogółem	w tym całoroczne	Polska ogółem = 100
<b>Lubelskie</b>	275	208	3,81	2115	1561	3,01
<b>Polska</b>	7214	5353	100	70300	53612	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Jagusiewicz, H. Legienis, Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006 roku – opracowanie tabelaryczne, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

Warto również zauważyć, że z 275 lubelskich kwater agroturystycznych w 2006 roku 208 (75% ogółu) mogło przyjmować turystów przez cały rok. Obiekty te dysponowały 1561 miejscami (78% ogółu). W przypadku całego kraju obiektów całorocznych było 5353 – 74%. Dysponowały one 53612 miejscami, co stanowiło 76% wszystkich miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych.

Kwatery agroturystyczne województwa lubelskiego w 2006 roku stanowiły 3,81% wszystkich obiektów tego typu na obszarze kraju i dysponowały 3,01% agroturystycznych miejsc noclegowych.

## Wykorzystanie kwater agroturystycznych

Omawiając stan liczbowy kwater agroturystycznych warto wspomnieć o ich wykorzystaniu. Powołując się na badania Instytutu Turystyki opublikowane w listopadzie 2004 roku można stwierdzić że, wykorzystanie lubelskich kwater charakteryzowało się dużą rozpiętością - od 1,4 do 65,3%. Po zastosowaniu specjalnego algorytmu średnie wykorzystanie wyszło na poziomie 20,5% (Polska 20,4%).<sup>4</sup> Dało to 7. miejsce.

Tabela 3. Średnie wykorzystanie kwater agroturystycznych w województwach

Nazwa województwa	Kwatery agroturystyczne
	Średnie wykorzystanie w %
Dolnośląskie	9,6
Kujawsko-pomorskie	35,3
Lubelskie	20,5
Lubuskie	28,5
Łódzkie	12,7
Małopolskie	17,5
Mazowieckie	17,0
Opolskie	35,5
Podkarpackie	16,7
Podlaskie	16,2
Pomorskie	38,6
Śląskie	14,1
Świętokrzyskie	7,2
Warmińsko-mazurskie	21,3
Wielkopolskie	11,6
Zachodniopomorskie	24,0
<b>Polska</b>	<b>20,4</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Henryk Legienis, Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

Najsłabiej wypadło woj. świętokrzyskie (7,2%) oraz dolnośląskie (9,6%). Najwyższym wykorzystaniem kwater agroturystycznych (powyżej 35%) charakteryzowało się pomorskie, opolskie oraz kujawsko-pomorskie.

<sup>4</sup> H. Legienis, Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

Do powyższych danych trzeba jednak podejść z dystansem i traktować je jedynie jako przybliżone szacunki. Wynika to z faktu, że z 1798 ankiet wysłanych przez Instytut do właścicieli gospodarstw agroturystycznych jedynie 224 (12,4%) powróciło wypełnione prawidłowo. Dane na temat wykorzystania kwater z terenu Lubelszczyzny opracowano na podstawie zaledwie 17 obiektów. Porównując ten wynik do innych województw można stwierdzić że jest całkiem dobrze, gdyż np. z łódzkiego czy opolskiego powróciły po 3 ankiety, na podstawie których oszacowano wykorzystanie kwater agroturystycznych w tych województwach. Dlatego też dane zawarte w powyższej tabeli traktować należy jako przybliżone nie koniecznie zgodne z rzeczywistością.

### **Przynależność właścicieli lubelskich gospodarstw agroturystycznych do stowarzyszeń agroturystycznych**

Analizując stan ilościowy gospodarstw agroturystycznych trzeba wspomnieć o działalności stowarzyszeń agroturystycznych, które w znaczny sposób wpływają na stan ilościowy oraz jakościowy opisywanej bazy.

Agroturystyka w Polsce znajduje się w fazie intensywnego rozwoju od lat 90-tych. Powstaje wiele organizacji agroturystycznych zarówno ogólnokrajowych, jak i regionalnych. W każdym województwie powstają stowarzyszenia agroturystyczne, których działalność ma charakter społeczny, ale odgrywa istotną rolę we wspieraniu i popularyzacji idei turystyki wiejskiej i agroturystyki wśród mieszkańców wsi. Stowarzyszenia współpracują również z lokalnymi władzami i samorządami.

Stowarzyszenia agroturystyczne mają min. za zadanie:<sup>5</sup>

- wspieranie idei turystyki wiejskiej w regionie,
- wymianę i upowszechnianie doświadczeń turystyki wiejskiej,
- podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu,
- działania marketingowe i promocyjne na rzecz różnicowania działalności gospodarczych na terenach wiejskich,
- propagowanie i pomoc w realizacji różnych form samopomocy finansowej,
- umacnianie tożsamości regionalnej, kultywowanie i popularyzacja tradycji i spuścizny historycznej oraz kulturalnej regionu,
- ochronę środowiska naturalnego,
- ochronę interesów członków stowarzyszenia.

stowarzyszenia realizują swoje cele głównie poprzez:

- współpracę z krajowymi i zagranicznymi stowarzyszeniami turystycznymi i agroturystycznymi,

---

<sup>5</sup> A. J. Parzonko, Rola stowarzyszeń w rozwoju agroturystyki w Polsce, Problemy rozwoju turystyki na Wileńszczyźnie, Mazowszu, Podlasiu, Wołyniu i Podolu, tom VIII, Wydawnictwo WSTiJO i Wydawnictwo SGGW, Warszawa-Lwów-Żytomierz 2006, s. 319.

- współdziałanie z organizacjami, których działanie pomaga w realizacji celów Stowarzyszenia,
- wymianę doświadczeń, prowadzenie działalności szkoleniowej, konsultacyjnej,
- wymianę kulturalną,
- wspieranie i propagowanie rękodzielnictwa,
- prowadzenie działalności wydawniczej, reklamowej i promocyjnej,
- gromadzenie i dokumentowanie danych związanych z celami i działalnością stowarzyszenia,
- propagowanie i wdrażanie alternatywnych źródeł energii, upraw ekologicznych i innych działań na rzecz ochrony środowiska,
- propagowanie i wdrażanie niekonwencjonalnych kierunków produkcji rolniczej,
- działalność gospodarczą służącą realizacji celów statutowych,
- organizację lokalnych biur turystyki wiejskiej.

W Tabeli 4. dokonano zestawienia 11 stowarzyszeń agroturystycznych zrzeszonych w Lubelskim Związku Stowarzyszeń Agroturystycznych w Nałęczowie. Należy do niego 215 gospodarstw agroturystycznych dysponujących szacunkowo 665 pokojami oraz 1653 miejscami noclegowymi. Na terenie województwa funkcjonuje jeszcze kilka stowarzyszeń nie zrzeszonych w ww. związku. Są to:

- Dubienieckie Stowarzyszenie Agroturystyczne
- Stowarzyszenie Agroturystyczne Wisła-San
- Stowarzyszenie Gospodarstw Gościennych Doliny Siennica Różana i Wzgórz Okolicznych
- Stowarzyszenie Kwaterodawców w Gorzkowie
- Stowarzyszenie Kwaterodawców w Nieliszu

Tabela 4. Agroturystyczna baza noclegowa Lubelszczyzny w 2006 roku według stowarzyszeń

Stowarzyszenie		gospodarstwa agroturystyczne	pokoje <sup>a</sup>	miejsca noclegowe <sup>a</sup>
Nazwa	siedziba			
<b>Ogółem</b>		<b>215</b>	<b>665</b>	<b>1653</b>
Lubelskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Wojciechów	44	130	300
Stowarzyszenie Kwaterodawców Miasta i Gminy Zwierzyniec	Obroc	39	180	450
Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych Gminy Adamów	Adamów	10	25	60
Stowarzyszenie Agroturystyczne „ZiemiaJanowska”	Janów Lubelski	15	25	60

1	2	3	4	5
Krasnostawskie Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych	Siennica Nadolna	10	30	100
Roztoczańskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Susiec	23	100	250
Krasnobrodzkie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Krasnobród	15	35	100
Podlaskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Janów Podlaski	3	20	43
Nadbużańskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Wola Uhruska	15	25	60
„Powiatowe Centrum” Stowarzyszenie Agroturystyki w Hrubieszowie	Horodło	19	45	100
Stowarzyszenie Agroturystyczne „Ziemia Lubartowska”	Firlej	22	50	130

a - dane szacunkowe

Źródło: Turystyka w województwie lubelskim w 2006 r., Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2007.

Należy zaznaczyć, iż na omawianym terenie liczba stowarzyszeń agroturystycznych jest największa w kraju (na równi z woj. warmińsko-mazurskim) i wynosi 17. Największym jest Lubelskie Stowarzyszenie Agroturystyczne skupiające 44 kwaterodawców dysponujących łącznie 300 miejscami noclegowymi. Pod względem liczby miejsc noclegowych przoduje jednak Stowarzyszenie Kwaterodawców Miasta i Gminy Zwierzyniec, którzy są w stanie zaoferować 450 miejsc. Najmniejszym jest Podlaskie Stowarzyszenie Agroturystyczne zrzeszające 3 właścicieli gospodarstw dysponujących 43 miejscami noclegowymi.

### Podsumowanie

Liczba kwater agroturystycznych wynosząca w 2006 roku 275 i stanowiąca 3,81% wszystkich w Polsce gospodarstw agroturystycznych pozwoliła Lubelszczyźnie uplasować się na 12. miejscu. Pod względem miejsc noclegowych, których było ok. 2115 (3,01% ogółu) województwo wypadło jeszcze gorzej zajmując 13. pozycję. Mimo tego, że kwater wciąż przybywa województwo z roku na rok zajmuje coraz to niższe pozycje pod względem obu ww. cech. Nieco lepiej agroturystyka Lubelszczyzny wypada pod względem średniego wykorzystania kwater. Plasuje się ono na siódmej pozycji i wynosi 20,5%. Jest o 0,1% więcej niż średnia Polski. Jeszcze bardziej pocieszające jest to, że lubelskie to województwo o największej liczbie stowarzyszeń agroturystycznych (obok warmińsko-mazurskiego). Taka prężność w powstawaniu ww. organizacji oraz fakt

pojawiania się nowych kwater świadczy o dużym zainteresowaniu właścicieli gospodarstw rolnych wzbogaceniem działalności rolnej działalnością związaną z turystyką, a tym samym pozyskaniem dodatkowych środków finansowych.

Przy okazji omawianego tematu warto zwrócić uwagę na fakt, iż często analizowanie danych statystycznych może być utrudnione z powodu zróżnicowania instytucji podających informacje na ten sam temat w kolejnych latach a także z powodu rozbieżności metodologicznych w badaniach określonej jednostki.

### **Literatura:**

- Bochliński J., Zawadzki J., Polska – nowy podział terytorialny, Świat Książki, Warszawa 1999.
- Jagusiewicz A., Legienis H., Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2006 roku – opracowanie tabelaryczne, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.
- Legienis H., Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.
- Parzonko A. J., Rola stowarzyszeń w rozwoju agroturystyki w Polsce, Problemy rozwoju turystyki na Wileńszczyźnie, Mazowszu, Podlasiu, Wołyniu i Podolu, tom VIII, Wydawnictwo WSTiJO i Wydawnictwo SGGW, Warszawa-Lwów-Żytomierz 2006.
- Szlakami dziedzictwa kulturowego regionu lubelskiego, folder promocyjny wydany przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego.
- Tatara J., Sawicki B., Czerniec W., Rozwój produktu agroturystycznego na przykładzie trzech gospodarstw agroturystycznych z województwa lubelskiego, Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie nr 402, Kraków 2003.
- Turystyka polska w 2002 roku – układ regionalny, Instytut Turystyki, Warszawa 2003.
- Turystyka polska w 2003 roku – układ regionalny, Instytut Turystyki, Warszawa 2004.
- Turystyka polska w 2004 roku – układ regionalny, Instytut Turystyki, Warszawa 2005.
- Turystyka polska w 2005 roku – układ regionalny, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.
- Turystyka w województwie lubelskim w 2006 r., Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2007.

### **Streszczenie**

W ciągu ostatnich lat zanotowano w Polsce znaczący rozwój agroturystyki. Zgłębianie przez autora zagadnień związanych z tym tematem zainspirowało go do analizy skali i tendencji zmian liczby kwater agroturystycznych. Obszarem objętym badaniem jest województwo lubelskie, a metodą badawczą analiza źródeł wtórnych w postaci raportów Instytutu Turystyki oraz danych Urzędu Statystycznego w Lublinie. Celem niniejszej pracy jest ukazanie stanu ilościowego bazy agroturystycznej Lubelszczyzny oraz dynamiki jego zmian.

### **Abstract**

Polish farm tourism has reported a significant growth in recent years. This paper presents the results of the research devoted to this field of tourism at the area of Lublin province. The study, based on the reports of Institute of Tourism and the records of Statistical Office in Lublin, explores the amount of tourist farms and the pace of changes which take place in farm tourism in Poland.

**Marcin Ratajczak**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Turystyczne obiekty noclegowe na Warmii i Mazurach**

### **Wstęp**

Walory przyrodnicze i turystyczno-rekreacyjne uznawane są za najważniejszy atut Warmii i Mazur. Wizerunek całego regionu jako obszaru atrakcyjnego turystycznie powstał głównie dzięki dobrej jakości środowiska naturalnego, a także dbałości o ochronę krajobrazu. Urozmaicona rzeźba terenu, duża liczba jezior i kompleksów leśnych umożliwia korzystanie ze środowiska naturalnego, co jest istotnym elementem zachęcającym od wielu lat turystów krajowych i zagranicznych do wypoczynku na Warmii i Mazurach.

Do najważniejszych atrakcji należą rozległe przestrzenie jezior, największe w kraju – Śniardwy i Mamry, kanały oraz liczne rzeki i potoki. Następne, to kompleksy leśne z żyjącymi w stanie dzikim zwierzętami oraz zabytki historyczne – zamki krzyżackie, fragmenty fortyfikacji, architektura sakralna oraz muzea. Ważne też są imprezy kulturalne, które czekają na turystów nie tylko latem, ale przez cały rok.

Interesujących i atrakcyjnych miejsc w regionie Warmii i Mazur jest bardzo duża ilość. Prawie w każdej gminie województwa znajduje się wiele ciekawych obiektów, które nadają charakter całemu regionowi, a piękne krajobrazy, czyste jeziora oraz kontakt z przyrodą przyciągają tutaj z roku na rok coraz więcej turystów. Dlatego bardzo istotne jest zapewnienie bazy noclegowej dla wszystkich odwiedzających te rejony. W niniejszym opracowaniu zostanie przedstawiona analiza turystycznych obiektów noclegowych w latach 2005-2006.

### **Obiekty noclegowe na Warmii i Mazurach**

W województwie warmińsko-mazurskim<sup>1</sup>, na koniec 2006 roku, najwięcej obiektów noclegowych znajdowało się w środkowej części regionu, w powiatach: olsztyńskim – 49, mrągowskim – 47, ostródzkim – 42 oraz giżyckim - 30. Najmniejsza liczba takich obiektów była w powiecie nowomiejskim (tylko dwa). Wśród gmin miejskich najwięcej obiektów zbiorowego zakwaterowania było w: Mrągowie i Ostródzie – po 11 oraz Iławie – 10, natomiast w gminach wiejskich:

---

<sup>1</sup> GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

Najwięcej miejsc noclegowych było w powiecie mrągowskim – 6100 i olsztyńskim – prawie 540. Łącznie w tych dwóch powiatach skupiało się ponad 40% miejsc noclegowych całego regionu. Wśród gmin miejskich dominowały: Mrągowo – 1400 miejsc oraz Giżycko – 1350 miejsc, natomiast wśród gmin wiejskich: Ostróda – prawie 1400 miejsc noclegowych.

### Baza noclegowa w latach 2005-2006

Baza noclegowa w województwie warmińsko-mazurskim, na koniec 2006 roku, obejmowała 365 obiektów noclegowych, przy czym 192 to były obiekty całoroczne a 173 o charakterze sezonowego działania, co zawiera tabela 1.

Tabela 1. Obiekty i miejsca noclegowe w latach 2005-2006

Wyszczególnienie	2005	2006	2005=100
Obiekty ogółem	353	365	103,4
W tym całoroczne	186	192	103,2
Miejsca noclegowe ogółem	37408	38290	102,4
W tym całoroczne	18297	18836	102,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, GUS 2007.

Natomiast na przyjęcie turystów w obiektach noclegowych przygotowano 38290 miejsc, w tym całorocznych prawie 18500. Liczba obiektów w porównaniu z rokiem 2005 zwiększyła się o 3,4% a wraz ze wzrostem liczby obiektów nastąpił również wzrost miejsc noclegowych o 2,4%.

Tabela 2. Zmiany ilościowe obiektów noclegowych w latach 2005-2006

Rodzaj obiektu	2005	2006	2005=100
Ogółem	353	365	103,4
Hotele	85	86	101,2
Motele	5	5	100,0
Pensjonaty	23	21	91,3
Inne obiekty hotelowe	23	26	113,0
Schroniska młodzieżowe	10	9	90,0
Ośrodki wczasowe	57	61	107,0
Ośrodki kolonijne	4	10	250,0
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	18	23	127,8
Kempingi	12	10	83,3
Domy wycieczkowe	2	1	50,0
Pola biwakowe	20	25	125,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, GUS 2007.



Turyści mieli do dyspozycji 17 rodzajów obiektów zakwaterowania, wśród których najliczniejszą grupę stanowiły hotele i ośrodki wczasowe. W 2006 roku, w porównaniu do roku poprzedniego, najbardziej wzrosła liczba ośrodków kolonijnych – o 150%. Szczegółowe dane na ten temat zawiera tabela 2.

Zwiększyła się także liczba ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych o 27,8%, pól biwakowych o 25% oraz ośrodków wczasowych o 7%. Zmniejszyła się z kolei liczba pensjonatów o 8,7%, kempingów o 16,7% oraz domów wycieczkowych (pozostał obecnie tylko jeden na Warmii i Mazurach).

Jeśli chodzi o miejsca noclegowe, to największy wzrost w 2006 roku, w odniesieniu do roku poprzedniego, nastąpił w ośrodkach kolonijnych – o prawie 71%, co przedstawia tabela 3. Liczba miejsc wzrosła także w innych obiektach hotelowych o 51,3% oraz w ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych o 14,8%.

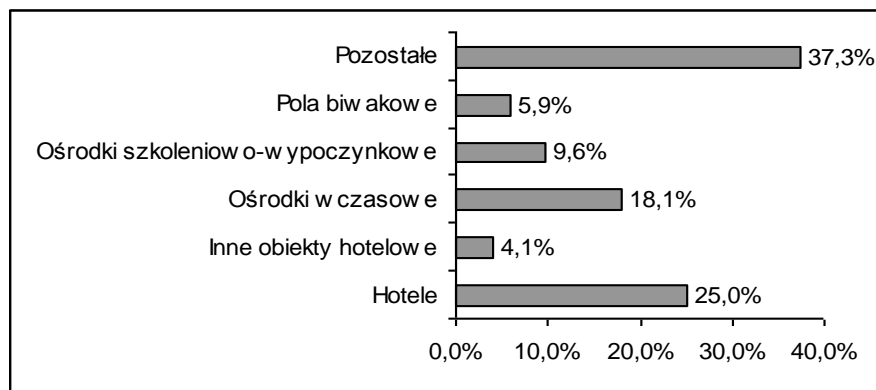
Warto zauważyć, że mimo zwiększenia się liczby pól biwakowych liczba miejsc noclegowych uległa zmniejszeniu o 9,4%. Jednak największy spadek miejsc noclegowych nastąpił w domach wycieczkowych o 64% oraz pensjonatach – 28,3%.

Tabela 3. Zmiany ilościowe miejsc noclegowych w obiektach w latach 2005-2006

<b>Rodzaj obiektu</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2005=100</b>
Ogółem	37408	38290	102,4
Hotele	8683	9590	110,4
Pensjonaty	1054	756	71,7
Inne obiekty hotelowe	1050	1589	151,3
Domy wycieczkowe	111	40	36,0
Schroniska młodzieżowe	713	648	90,9
Ośrodki kolonijne	676	1155	170,9
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	3200	3674	114,8
Kempingi	1704	1390	81,6
Pola biwakowe	2512	2275	90,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, GUS 2007.

Jeśli chodzi o udział miejsc noclegowych w poszczególnych obiektach, to największy on jest w hotelach – 25%, ośrodkach wczasowych – 18,1% oraz ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych (prawie 10% wszystkich miejsc). Strukturę tę przedstawia rysunek 1.



Rysunek 1. Struktura miejsc noclegowych w obiektach w 2006 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, GUS 2007.

### Udzielone noclegi na Warmii i Mazurach w latach 2005-2006

Podstawową miarą działalności w sferze usług noclegowych jest liczba udzielonych noclegów w danym okresie. W 2006 roku udzielono ogółem 2279662 noclegi w obiektach noclegowych i jest to o 13% więcej niż w roku poprzedzającym. Szczegółowe dane na ten temat zawiera tabela 4.

Tabela 4. Udzielone noclegi w obiektach w latach 2005-2006

Rodzaj obiektu	2005	2006	2005=100
Ogółem	2014893	2279662	113,1
Hotele	939473	1009444	107,4
Pensjonaty	51209	31627	61,8
Inne obiekty hotelowe	71497	115430	161,4
Domy wycieczkowe	12309	4706	38,2
Ośrodki wczasowe	271485	353539	130,2
Ośrodki kolonijne	16957	41722	246,0
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	143642	183198	127,5
Pola biwakowe	27594	38181	138,4
Kempingi	35037	20179	57,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, GUS 2007.

W 2006 roku w porównaniu do roku poprzedzającego większą liczbę noclegów udzielono w 13 rodzajach obiektów. Najwięcej, bo aż prawie 2,5 krotnie wzrosła liczba noclegów udzielonych w ośrodkach kolonijnych. Także istotny wzrost nastąpił w innych obiektach hotelowych (ponad 60%) oraz na polach biwakowych (prawie 40% więcej).

Z kolei obiekty, w których spadła liczba udzielonych noclegów to pensjonaty (spadek o prawie 30%), kempingi (spadek o ponad 41%) oraz domy wycieczkowe, ale w tym przypadku jest to spowodowane likwidacją jednego z takich obiektów.

W strukturze wszystkich obiektów najczęściej noclegów udzielono w hotelach – 44,3%, ośrodkach czasowych – 15,5% oraz ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych (niecałe 8%).

### **Podsumowanie**

Przeprowadzone badania oraz literatura przedmiotu wyraźnie pokazują rosnącą liczbę odwiedzających tereny Warmii i Mazur z roku na rok. Przyczynia się do powstawania nowych obiektów noclegowych w tym regionie, a tym samym zwiększania się liczby miejsc noclegowych.

Przeprowadzona analiza wskazuje na:

- 1) dominację środkowej części regionu w powstawaniu nowych obiektów zbiorowego zakwaterowania;
- 2) najbardziej rozwijają się ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe i ośrodki kolonijne;
- 3) najczęściej nowych miejsc noclegowych powstaje w obiektach hotelowych oraz ośrodkach kolonijnych;
- 4) w strukturze oferowanych miejsc noclegowych dominują hotele;
- 5) największy przyrost udzielonych turystom noclegów w ostatnim badanym roku był w ośrodkach kolonijnych oraz na polach biwakowych.

### **Literatura**

Lizińska W., Restrukturyzacja obszarów wiejskich jako cel strategiczny rozwoju Warmii i Mazur, (w:) Strategie rozwoju lokalnego, Tom II – Aspekty instrumentalne, SGGW, Warszawa 2003.

„Turystyka w regionach Polski”, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2006.

„Turystyka w województwie warmińsko-mazurskim”, Główny Urząd Statystyczny, Olsztyn 2007.

GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

### **Streszczenie**

W pracy przedstawiono zmiany w bazie noclegowej na Warmii i Mazurach jako regionie bardzo atrakcyjnym turystycznie zarówno dla gości z kraju jak i zagranicy. Część empiryczna, w oparciu o materiał źródłowy pochodzący z badań Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), przedstawia analizę zmian ilościowych obiektów i miejsc noclegowych w badanym regionie. Na koniec przedstawiono liczbę udzielonych noclegów w tym województwie w analizowanym okresie czasu.

### **Summary**

It present changes in work in dormitory base on Warmia and Mazury as for visitors from country region attractive equal very touristic as well as foreign countries. In empirical part, in foothold about material from research of Central Statistical Office, it present analysis of changes of quantitative objects and in researched region dormitory places. It present finally in this province in analyzed period of time number of given accomodation.

# **CZEŚĆ III**

---

## **Kształtowanie lokalnej oferty turystycznej**



**Mieczysław Adamowicz**  
**Aleksandra Giera**  
Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Świadomość ekologiczna turystów jako czynnik zrównoważonego rozwoju gminy turystycznej**

### **Wstęp**

W dobie postępującej degradacji środowiska przyrodniczego w wyniku rozwoju cywilizacyjnego istotnego znaczenia nabiera stan świadomości ekologicznej społeczeństwa. Powszechna świadomość ekologiczna jest podstawowym warunkiem zapobieżenia degradacji środowiska naturalnego i zachowania jego zasobów dla przyszłych pokoleń. Kwestia ta nabiera szczególnego znaczenia w przypadku gmin turystycznych położonych w sąsiedztwie obszarów objętych ochroną ze względu na występujące tam cenne walory przyrodnicze. Gminy takie postrzegane są przeważnie jako tereny o dużej atrakcyjności turystycznej a status, na przykład parku narodowego zwiększa zainteresowanie wypoczynkiem w ich obrębie. Przykładem gminy o rozwiniętej funkcji turystycznej jest Zawoja – największa wieś w Polsce ciesząca się dużą popularnością wśród turystów. Zasadniczym atutem gminy jest położenie w otulinie Babiogórskiego Parku Narodowego, który znajduje się na Liście Światowych Rezerwatów Biosfery UNESCO.

Obecność turystów w gminie może podwyższać zagrożenie dla środowiska przyrodniczego. Szansą na zachowanie go w stanie wartościowym dla ludności miejscowej, jak również dla turystów jest zrównoważony rozwój realizowany w harmonii ze środowiskiem przyrodniczym, społecznym i lokalną gospodarką. Walory przyrodnicze warunkują rozwój turystyki, jednak żeby mogły temu służyć muszą być eksploatowane w sposób niepowodujący ich degradacji. Takie możliwości daje wywodząca się z idei zrównoważonego rozwoju turystyka zrównoważona.

Kluczowe znaczenie w kształtowaniu zrównoważonej strategii rozwoju środowisk lokalnych mają postawy turystów jak i mieszkańców wobec środowiska naturalnego. Aby ograniczyć zagrożenia dla środowiska, w tym te generowane przez ruch turystyczny potrzebna jest zmiana świadomości ekologicznej mieszkańców i turystów przez podnoszenie wiedzy o przyrodzie. Główne narzędzie jej kształtowania stanowi edukacja ekologiczna, której celem jest

podnoszenie kultury przyrodniczej, kształtowanie właściwego stosunku do środowiska i poczucia odpowiedzialności za jego stan.

Przedmiotem badań jest ocena stanu świadomości ekologicznej mieszkańców i turystów. W niniejszym opracowaniu ograniczamy się do prezentacji wyników badań dotyczących turystów. Są to specyficzne treści wynikające z pojęcia świadomość ekologiczna, takie jak: przekonania i poglądy preferowane przez badane osoby, ich stosunek do wartości i zachowań etycznych, stopień zainteresowania sprawami środowiska przyrodniczego. Pracę oparto na analizie przypadku gminy Zawoja.

Gmina Zawoja posiada wyraźnie wykształconą funkcję turystyczną. Celem pracy było przedstawienie Zawoi jako obszaru turystycznego, ruchu turystycznego na jej obszarze oraz zbadanie stanu świadomości ekologicznej i zachowań proekologicznych turystów przebywających na jej terenie. Prowadzone badania miały za cel sprawdzenie czy występuje rozbieżność między proekologicznymi deklaracjami a realnymi wyborami badanych jednostek.

### **Pojęcie i poziom świadomości ekologicznej**

Pojęcie świadomości ekologicznej nie jest dotychczas precyzyjnie zdefiniowane. Ponieważ ekologia w klasycznym ujęciu należy do nauk przyrodniczych, ich przedstawiciele przez świadomość ekologiczną rozumieją przede wszystkim wiedzę o zjawiskach dotyczących wzajemnych zależności między organizmami i ich zespołami a środowiskiem żywym i nieżywym. Współcześnie zmieniło się nie tylko popularne pojęcie ekologii, ale także charakter tej nauki. Włącza ona w sferę swoich zagadnień skutki działalności człowieka, które zagrażają przyrodzie<sup>1</sup>.

Świadomość ekologiczna jest częścią świadomości społecznej. Pojęcia tego można używać w dwóch znaczeniach. W znaczeniu szerszym oznacza "całokształt uznawanych idei, wartości i opinii o środowisku przyrodniczym jako miejscu życia i rozwoju człowieka (społeczeństwa), wspólnych dla określonych grup w danym okresie historycznym"<sup>2</sup>. W znaczeniu węższym, bardziej praktycznym świadomość ekologiczna jest to „stan wiedzy, poglądów i wyobrażeń ludzi o roli środowiska w życiu człowieka, jego antropogennym obciążeniu, stopniu wyeksploatowania, zagrożenia i ochrony, w tym także stan wiedzy o sposobach i instrumentach sterowania użytkowaniem i ochroną środowiska"<sup>3</sup>.

Tadeusz Burger definiuje świadomość ekologiczną jako „zespół informacji oraz przekonań na temat środowiska naturalnego oraz postrzeganie związków

---

<sup>1</sup> E. Pyłka-Gutowska, Ekologia z ochroną środowiska. Przewodnik, Warszawa 2004, str. 9

<sup>2</sup> Ekologia społeczna: psychologiczne i środowiskowe uwarunkowania postaw, materiały z V Międzynarodowej Konferencji „Karpaty i inne Euroregiony-postawy psychologiczne wobec ochrony środowiska” Kraków 2004.

<sup>3</sup> Ibidem.



między stanem i charakterem środowiska naturalnego, a warunkami i jakością życia człowieka”<sup>4</sup>.

Świadomość ekologiczna jest więc zjawiskiem subiektywnym. Istnieje ona w dwóch sferach: opisowo-technicznej oraz aksjologiczno-normatywnej. Na sferę pierwszą składają się wiedza ekologiczna i wyobraźnia ekologiczna, na drugą system wartości i norm moralnych, które opisują powiązania pomiędzy społeczeństwem a przyrodą oraz człowiekiem i środowiskiem.

Bazę wiedzy ekologicznej stanowią nauki przyrodnicze, medyczne, techniczne, prawne i ekonomiczne oraz wiedza zdobyta poprzez własne doświadczenia i obserwacje. Zawiera ona wiadomości dotyczące procesów, które zachodzą w biosferze i ekosystemach, a także powiązań między nimi, w tym w relacji człowiek – środowisko. Wiedza ekologiczna to również wiedza o zagrożeniach ekologicznych, zanieczyszczeniach i sposobach im przeciwdziałania. Z wiedzą powiązana jest wyobraźnia ekologiczna. Wyobraźnia ekologiczna oznacza umiejętność przewidywania ekologicznych następstw podejmowanych działań, zdolność widzenia holistycznego i projektowanie działań zgodnych z wiedzą ekologiczną<sup>5</sup>.

Parametrami świadomości ekologicznej są m.in.<sup>6</sup>: miejsce przyrody w systemie wartości, stopień zainteresowania problemami ekologicznymi (wiedza na temat zagrożeń regionu, Polski, świata), wiedza o sposobach i metodach ochrony środowiska, wiedza o ekonomicznych, prawnych i społecznych uwarunkowaniach ekologicznych, stopień akceptacji przeobrażeń środowiska, gotowość do działania i zachowań ekologicznych, akceptowane wzory zachowań ekologicznych

Można wyróżnić trzy poziomy kształtowania się świadomości ekologicznej: poziom potocznej, ideologicznej i naukowej świadomości ekologicznej.

Potoczną świadomością ekologiczną kształtują w głównej mierze zasłyszane opinie, poglądy i stereotypy, niezbyt często poparte własnym doświadczeniem i posiadaną wiedzą. Potoczna świadomość ekologiczna może zatem wpływać z zafałszowanego postrzegania zależności między człowiekiem a środowiskiem.

Drugi poziom świadomości ekologicznej formuje się pod wpływem danej ideologii i zazwyczaj ma emocjonalne zabarwienie. W odróżnieniu o potocznej świadomości, ideologiczna świadomość ekologiczna posiada elementy wiedzy ekologicznej, a także poglądy, przekonania i opinie uzasadnione ideologicznie. Świadomość ta cechuje przeważnie działaczy ekologicznych ruchów społecznych, partii politycznych, ludzi związanych głęboko z danym wyzwaniem.

Głównymi narzędziami kształtowania naukowej świadomości ekologicznej są wiedza, wychowanie proekologiczne i własne doświadczenie. Zdecydowanie

---

<sup>4</sup> T. Burger, Uwagi o świadomości ekologicznej, „Przegląd Powszechny” 1996, nr 12.

<sup>5</sup> P. Bohdanowicz, Turystyka a świadomość ekologiczna, Toruń 2005, str. 68-69.

<sup>6</sup> E. Rokicka, P. Starosta (red.), Postawy mieszkańców gmin polskich wobec środowiska naturalnego, Łódź 2003, str. 59.

mniejszą rolę odgrywają tu potoczne opinie, stereotypy, ideowe przekonania itp. Naukowa świadomość ekologiczna może występować na poziomie specjalistycznym, który cechują bogate doświadczenia i gruntowna wiedza, a także na poziomie powszechnym bazującym na wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz aspekcie emocjonalnym itp.

Powszechna świadomość ekologiczna formuje się w codziennym życiu, edukacji, w działalności gospodarczej przekazanie pokoleniowym, sferze kulturalnej i religijnej. To skomplikowany proces społeczny przeważnie ściśle powiązany ze stanem środowiska przyrodniczego i warunkami życia ludzi, które z niego wynikają<sup>7</sup>.

Główny problem w kształtowaniu świadomości ekologicznej stanowi stymulowanie aktywnych postaw w stosunku do środowiska naturalnego. Okazywanie świadomości ekologicznej poprzez słowne deklaracje oraz konkretne działanie na rzecz ochrony środowiska określane jest mianem postawy wobec środowiska<sup>8</sup>.

Wśród społeczeństwa polskiego ciągle istnieje wyraźna rozbieżność między proekologicznymi deklaracjami, które są wynikiem informacji ekologicznej, a realnymi wyborami społecznymi i podejmowanymi przez jednostki np. deklarują pilną potrzebę ochrony cennych obiektów przyrody a zarazem są niezadowoleni z zakazu wjazdu samochodem do rezerwatu. Ankietowani widzą wartość środowiska, lecz rzadko czują potrzebę przestrzegania ograniczeń dotyczących postaw i zachowań z tym związanych. Przyznają wyższą wagę użytkowym lub użytecznym wartościom środowiska niż wartościom przyrodniczym, np. jakość wody pitnej lub czystość kąpieliska oceniają wyżej niż piękno przyrody czy występowanie w danym miejscu rzadkich gatunków ptaków. Wykazują, także pełną świadomość występowania zagrożeń ekologicznych, ale nie widzą ich źródeł i lekceważą skutki<sup>9</sup>.

Cechą charakterystyczną świadomości ekologicznej Polaków jest optyka lokalna, czyli szczególne wyczulenie na problemy środowiska lokalnego, przekonanie, że tereny związane z miejscem zamieszkania wymagają ochrony w pierwszej kolejności. Polacy przejawiają brak zaufania do informacji dotyczących negatywnych skutków zagrożeń ekologicznych, szczególnie tych niewidocznych bezpośrednio. Wg P. Bohdanowicz spowodowane jest to zapewne tym, iż „charakter świadomości ekologicznej zdeterminowany jest przede wszystkim doświadczeniem indywidualnym poszczególnych osób i społeczności lokalnych”<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Toruń 2005, str. 70-71.

<sup>8</sup> T. Burger, *Świadomość ekologiczna społeczeństwa polskiego u progu XXI wieku*, Warszawa 2000.

<sup>9</sup> K. Górka, B. Poskrobko, W. Radecki, *Ochrona środowiska: problemy społeczne, ekonomiczne, prawne*, Warszawa 1995, str. 37- 38.

<sup>10</sup> P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Toruń 2005, str. 74.

Sferami, w których najbardziej widoczne są postawy wobec środowiska to zachowania konsumenckie, gospodarka odpadami, komunikacja a także problemy obszarów objętych ochroną. Istnieje wyraźna zależność między świadomością ekologiczną a miejscem zamieszkania. Zazwyczaj większa wrażliwość i zrozumienie dla problematyki ekologicznej cechuje mieszkańców miast, natomiast ludzie zamieszkujący tereny o większym zagrożeniu ekologicznym wykazują ogólnie wyższy poziom świadomości ekologicznej<sup>11</sup>.

Stan świadomości ekologicznej zależy, także oczywiście od poziomu rozwoju gospodarczego danego społeczeństwa. Wyższą świadomość prezentują osoby, które nie mają problemów z zaspokajaniem podstawowych potrzeb bytowych.

Znajomość stanu świadomości ekologicznej społeczeństwa i jego grup spełnia podstawową rolę w programowaniu polityki ekologicznej pojedynczych przedsiębiorstw, samorządów terytorialnych, gałęzi gospodarki i oczywiście całego państwa oraz w określeniu najbardziej użytecznych instrumentów w realizacji takiej polityki. Bardzo ważna w kształtowaniu świadomości ekologicznej jest edukacja ekologiczna i narzędzia, którymi się posługuje<sup>12</sup>.

### **Podnoszenie świadomości ekologicznej podmiotów turystycznych i turystów**

Pomimo powszechnej opinii o znaczeniu środowiska dla rozwoju turystyki, niewielu właścicieli obiektów świadczących usługi turystyczne umieszcza w folderach reklamowych informacje o swojej działalności ekologicznej. Większość z nich w materiałach reklamujących np. obiekt hotelarski podkreśla głównie jego położenie oraz jakość oferowanych usług. Przywiązywanie małej wagi do dbałości o środowisko naturalne przez te podmioty turystyczne jak i gości jest oznaką nadal niskiego zainteresowania turystów problematyką ochrony środowiska.

Należy, zatem uświadomić podmiotom działającym w turystyce, iż ekologiczne cechy produktu turystycznego są składnikiem jego jakości, wywierającym na tę jakość istotny wpływ. W niedalekiej przyszłości zagadnienia czystości środowiska będą prawdopodobnie decydować o egzystencji gospodarki turystycznej oraz konkretnych podmiotów związanych z turystyką. Potwierdza to fakt, że większość turystów preferuje przebywanie w obiekcie funkcjonującym w harmonii ze środowiskiem naturalnym, jeśli cena, lokalizacja i jakość usług są na przystępnym poziomie<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> W. Mirowski, Ekologizacja jako problem strategiczny rozwoju turystyki, „Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie” 2003, nr 1, s. 35-43.

<sup>12</sup> P. Bohdanowicz, Turystyka a świadomość ekologiczna, Toruń 2005, str. 76.

<sup>13</sup> Ibidem, str. 246, 248-249.

Istotnym zjawiskiem, które ma znaczenie dla kształtowania świadomości ekologicznej jest popularność turystyki aktywnej na łonie natury. Właściwa edukacja może kształtować w turystach, i pośrednio w społeczeństwie, postawę opiekunów przyrody. Przebywanie wśród przyrody budzi stałe zainteresowanie turystyką. Kontakt z nieskażoną przyrodą, jej potęgą i tajemniczością jest dla turystów źródłem ich siły biologicznej i moralnej. Turystyka uczy odkrywania w przyrodzie trwałych wartości estetycznych. Destrukcyjne, zagrażające przyrodzie zachowania są wynikiem braku edukacji lub rezultatem złej edukacji turystów. Należy uwrażliwiać młodych turystów na te sytuacje i czynniki, które mogą zagrażać przyrodzie i obiektom turystycznym<sup>14</sup>. Trzeba kształtować w nich przekonanie, że uprawianie turystyki to nie tylko źródło przyjemności i rekreacji, ale także kontakt z obiektami, które stanowią dziedzictwo ludzkości wymagające ochrony i pielęgnacji. Uświadomienie sobie potencjalnej możliwości uczestnictwa w procesach niszczenia środowiska naturalnego i dóbr kultury może stać się zachętą do zmiany stylu podróżowania i szukania możliwości innego sposobu uprawiania turystyki. Ważnym zadaniem wychowania jest uczenie młodzieży wyboru interesujących tras wycieczkowych i rezygnacji z tras najbardziej uczęszczanych, modnych. Turystę łatwiej wyedukować, ponieważ cenny obszar widzi po raz pierwszy lub rzadko i jest pod jego wrażeniem.

Do najbardziej przekonujących metod przekazywania turystom informacji środowiskowej służącej kształtowaniu ich postaw ekologicznych należą tradycyjne przewodniki turystyczne i katalogi biur podróży, biura informacji turystycznej, Internet i inne media, agenci turystyczni, a także broszury informacyjne na terenie obiektów noclegowych i atrakcji turystycznych w gminach.

Edukację ekologiczną powinny realizować różne podmioty tworząc efektywny system. W tej dziedzinie duże możliwości działania mają parki narodowe. Działalność turystyczna i edukacyjna zaliczają się do najważniejszych ustawowych funkcji parków narodowych (obok ochrony przyrody, działalności naukowej oraz funkcji kulturowo-historycznej). Społeczeństwo polskie jest ciągle słabo świadome tego, że działania związane z edukacją są nieodłącznym elementem funkcjonowania parków narodowych. Parki – w otulinach, których położone są zazwyczaj miejscowości turystyczne - postrzegane są zazwyczaj jako obszary o wyjątkowej atrakcyjności turystycznej, których ochrona jeszcze bardziej zwiększa zainteresowanie wypoczynkiem na ich terenie. Działania edukacyjne parków są więc efektywną formą tworzenia wizerunku tych obszarów. Umożliwiają one większe zaistnienie parku w świadomości społecznej, a także skuteczne przekazywanie informacji ekologicznych<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> L. Turowski, Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej, Warszawa 2001, str. 121- 123.

<sup>15</sup> D. Matuszewska, Chronimy mądrze – edukacja i dydaktyka w polskich parkach narodowych, „Parki Narodowe”, 1998, 1, str. 6-7.

Wszystkie dziedziny życia społeczno-gospodarczego mają do spełnienia konkretną rolę w procesie kształtowania świadomości ekologicznej i edukacji ekologicznej. Predyspozycje do odegrania kluczowej roli w tym procesie posiadają usługi turystyczne. Jednak, aby nastąpił rozwój świadomości ekologicznej turystów niezbędna jest edukacja ekologiczna kadr turystycznych.

Ważną rolę w kształtowaniu świadomości ekologicznej mają samorządy terytorialne oraz organizacje pozarządowe. Na gminie jako jednostce samorządu terytorialnego spoczywa odpowiedzialność za bezpieczeństwo ekologiczne oraz jakość życia jej mieszkańców. Realizacja tych obowiązków przekłada się na prowadzenie racjonalnej gospodarki lokalnej, polityki w zakresie gospodarki wodnej, gospodarki odpadami, ochrony powietrza, ziemi i kształtowania terenów zieleni. Samorządy muszą zajmować się także problemem zmniejszenia zużycia zasobów środowiska w procesie produkcji i konsumpcji w gminie<sup>16</sup>. Te kluczowe sprawy powinny znaleźć się w strategiach rozwojowych wszystkich gmin turystycznych.

### **Ekologizacja działalności turystycznej**

W dobie postępującej degradacji środowiska przyrodniczego w wyniku rozwoju cywilizacyjnego konieczna jest, ekologizacja wszystkich dziedzin gospodarki. Szczególne znaczenie ma to na poziomie gospodarki lokalnej.

Ekologizacja oznacza respektowanie zasad ekorozwoju przez wszystkie strony i podmioty biorące udział w życiu społeczno-gospodarczym. Według Włodzimierza Mirowskiego „wzrost świadomości ekologicznej przemawia za potrzebą uwzględnienia w szerszym zakresie ekologii we wszystkich dziedzinach działalności człowieka, w tym również turystyce”<sup>17</sup>.

Nadmierny ruch turystyczny stanowi zagrożenie dla środowiska naturalnego, a szczególnie dla obszarów chronionych. Dotyczy to zwłaszcza obiektów położonych w strefach masowego wypoczynku lub tych, które są celami masowych wycieczek. Zagrożenia te wiążą się zwykle z niedostateczną infrastrukturą turystyczną lub też, z nie przestrzeganiem przez organizatorów ruchu turystycznego założonych wcześniej dopuszczalnych wielkości dziennego obciążenia turystycznego. Szczególnie szkodliwe dla środowiska są także pewne elementy infrastruktury turystycznej, jak np. niewłaściwie zlokalizowane urządzenia narciarskie, czy obiekty noclegowe położone w obrębie zwartych kompleksów o dużych walorach przyrodniczych.

---

<sup>16</sup> Z. Kołoszko-Chomentowska, Środowisko lokalne w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich, [w:] M. Adamowicz (red.) „Samorządy i społeczności lokalne w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich”, Prace Naukowe nr 40, KPAiM SGGW, wyd. SGGW, Warszawa 2006, str. 97.

<sup>17</sup> W. Mirowski, Ekologizacja jako problem strategiczny rozwoju turystyki, str. 35-43.

Efektom ekologizacji turystyki i produktu turystycznego jest rozwój świadomości ekologicznej turystów, a pośrednio społeczności miejscowości recepcyjnych i pracowników branży turystycznej. Przyjazna środowisku turystyka może wywierać istotny wpływ na kształtowanie potrzeb i proekologicznych zachowań, na świadomość i kulturę ekologiczną oraz na zwiększenie znaczenia obszarów objętych ochroną i zmniejszanie degradacji środowiska naturalnego. Od jakości tego środowiska uzależniona jest przyszłość przemysłu turystycznego<sup>18</sup>.

Zdaniem Włodzimierza Mirowskiego do ekologizacji turystyki prowadzi<sup>19</sup>:

- kształtowanie produktu turystycznego według zasad ekorozwoju
- wywieranie wpływu na biura podróży i inne podmioty świadczące usługi turystyczne
- właściwe kierowanie ruchem turystycznym, przestrzeganie wskaźników chłonności naturalnej i pojemności turystycznej
- planowanie i realizowanie inwestycji turystycznych zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju
- edukacja ekologiczna turystów i podmiotów turystycznych

Zasadniczym warunkiem realizacji tych założeń jest dobra wola i chęć działania przedstawicieli sektora turystycznego. Aby instytucje turystyczne mogły podnieść poziom świadomości ekologicznej turystów muszą same reprezentować wysoki poziom wiedzy i świadomości środowiskowej.

Według Instytutu na Rzecz Ekorozwoju powszechna ekologizacja turystyki powinna odbywać się przede wszystkim w trzech grupach zagadnień o strategicznym znaczeniu<sup>20</sup>:

- 1) Ekologizacja produktu turystycznego poprzez:
    - promowanie produktów przyjaznych środowisku
    - wspomaganie klientów, którzy mają wysoki poziom świadomości ekologicznej
  - 2) Ekologizacja kadr turystycznych poprzez:
    - uczestnictwo w edukacji ekologicznej społeczeństwa
    - propagowanie odpowiednich treści nauczania
    - podnoszenie kwalifikacji w zakresie ekorozwoju
  - 3) Ekologizacja regionów turystycznych poprzez:
    - rozwój zgodny z walorami i możliwościami naturalnymi
    - przestrzeganie granic pojemności turystycznej środowiska na zanieczyszczenia
- kreowanie tzw. zielonych miejsc pracy (miejsc pracy w dziedzinach, które

<sup>18</sup> P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Toruń 2005, str. 180.

<sup>19</sup> W. Mirowski, *Ekologizacja jako problem strategiczny rozwoju turystyki*, str. 35-43.

<sup>20</sup> J. Kamieniecka, *Miejsce i rola turystyki w polityce ekologicznej*, „Polityka zrównoważonego rozwoju w turystyce” Zeszyt 8, Warszawa 1998, Materiały z seminarium 8 XII 1998, str. 25-26.

- z założenia mniej obciążają środowisko)
- wspomaganie regionów przez zatrzymanie dochodów w miejscu wytwarzania usług turystycznych

W czasach współczesnych coraz bardziej popularny staje się ekologiczny styl życia. Wyznacza on wzory zachowań określające sposób życia w bliskim kontakcie z przyrodą oraz prezentowanie swoim postępowaniem aktywnej postawy wobec ochrony środowiska naturalnego. Przez ekologiczny styl życia należy rozumieć również sposób spędzania czasu przejawiający się dbałością o zdrowie i popularnością aktywnych form turystyki oraz rekreacji realizowanych w kontakcie z przyrodą.

Turyści o dużym poziomie świadomości ekologicznej wyrażają coraz częstsze zainteresowanie ekologicznym produktem turystycznym. Zawiera on usługi o malejącej zasobochłonności, czystych technologiach wytwarzania, a w przypadku obiektów – lokalizację w nieskażonym otoczeniu. Produkt taki opiera się na lokalnych zasobach naturalnych, materialnych i ludzkich<sup>21</sup>.

Istnieje nowa kategoria turystów, którzy oceniają atrakcyjność turystyczną poprzez waloryzację cech środowiska przyrodniczego. Określanii są oni „zielonymi turystami” lub „eko-turystami”. Eko-turyści są osobami o wysokim poziomie świadomości ekologicznej, pragnącymi korzystać z usług turystycznych przyjaznych środowisku. Każdy turysta posiada swoje poglądy i motywacje kształtujące jego zachowanie. Na tej podstawie powstała koncepcja „odcieni zieloności turysty”<sup>22</sup>, w której różne stopnie zieloności przedstawiają różnice między turystami pod kątem ich świadomości ekologicznej oraz priorytetów życiowych takich jak praca, zdrowie, rodzina itp. Jest także wiele czynników, które motywują działania eko-turystów, a mianowicie altruistyczna wiara w potrzebę ochrony środowiska, potrzeba dobrego samopoczucia związanego z własnym zachowaniem w roli turysty, jak również chęć poprawy swojego wizerunku wśród znajomych, rodziny. Według badań angielskich na rzeczywiste zachowania turystów mają wpływ<sup>23</sup>:

- informacje uzyskane z mediów i poprzez grupy lobbystyczne,
- pozycja społeczna i stan majątkowy turystów,
- osobiste doświadczenia turystów albo ich znajomych czy krewnych,
- zainteresowania, hobby związane z przyrodą,
- preferowany typ wyjazdów turystycznych i ich lokalizacja,
- przynależność do organizacji ekologicznych itp.
- wskazówki, instrukcje uzyskane od operatorów i agentów turystycznych itp.

---

<sup>21</sup> P. Bohdanowicz, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Toruń 2005, str. 241.

<sup>22</sup> J. Swarbrooke, C. Horman, *Consumer behaviour in tourism*, Oxford 2000, s. 197-208.

<sup>23</sup> *Ibidem*, str.202.

Zdaniem Ireny Jędrzejczyk koncepcja zielonej turystyki i zielonych turystów „to stały [aczkolwiek] trend rozwojowy w segmencie rynku turystycznego”<sup>24</sup>.

Ekologiczny styl życia rozwija się głównie wśród kręgów kulturowych i opiniotwórczych oraz grup społecznych posiadających wyższe wykształcenie. W wyniku wzrostu świadomości ekologicznej pojawiają się nowe motywy podróżowania, które oddziałują na wybór formy i miejsca spędzania wolnego czasu. Do tych motywów możemy zaliczyć:

- odnowa sił witalnych, zachowanie sprawności fizycznej do późnego wieku (poprzez uprawianie sportu, aktywny tryb życia, zdrowy sposób przyzwiania, brak nałogów),
- zachowanie dobrego samopoczucia i zdrowia psychicznego (poprzez unikanie stresów, ucieczkę od cywilizacji, rozwijanie zainteresowań związanych z przyrodą, kulturą, poznawanie nowych kulturowo miejsc),
- kontakty między ludźmi w niewielkich grupach przyjaciół i wśród rodziny,
- większa świadomość tego, że kontakt z nieskażoną przyrodą umożliwia realizację powyższych motywów.

Turyści zmieniają swoje postępowanie i wzmacniają wymagania prośrodowiskowe wobec obiektów i miejscowości turystycznych. Zmiany te można przyspieszać. Trzeba poświęcić większą uwagę podnoszeniu świadomości ekologicznej i edukacji ekologicznej społeczeństwa i wśród podmiotów świadczących usługi hotelarskie i inne usługi turystyczne, którymi są przecież także mieszkańcy gmin turystycznych. Niezbędne jest również stworzenie odpowiednich regulacji prawnych w tym zakresie i kontrolowanie ich przestrzegania przez podmioty turystyczne.

Aby nie dopuścić do degradacji obszarów gmin atrakcyjnych turystycznie trzeba położyć szczególny nacisk na podnoszenie poziomu świadomości i kultury ekologicznej wśród zwiedzających i lokalnej ludności. Szansą na zachowanie przyrody w stanie wartościowym dla turystów, jak również dla ludności miejscowej jest połączenie działalności turystycznej z ochroną przyrody.

### **Gmina Zawoja jako obszar turystyczny**

Obszarem wybranym do badań jest gmina Zawoja. Ma ona rozwiniętą funkcję turystyczną ze względu na usytuowanie w górach, w otulinie cennego przyrodniczo obszaru Babiogórskiego Parku Narodowego. Przyroda Parku ma unikalną wartość, dlatego istotnym czynnikiem zrównoważonego rozwoju gminy jest świadomość ekologiczna ludności miejscowej i turystów przebywających na jej terenie.

---

<sup>24</sup> I. Jędrzejczyk, „Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki”, Katowice 1995, str. 84.



Cała gmina, a zwłaszcza wieś Zawoja jest licznie odwiedzana przez turystów. Zawoja posiada tradycje miejsca wypoczynku rodzinnego i organizowania kolonii, zimowisk, tzw. "zielonych szkół", wycieczek szkolnych, wypoczynku zimowego w pełnym zakresie form.

Zawoja jest dobrze przygotowana na przyjęcie dużej liczby turystów. Na terenie gminy znajduje się 26 dużych obiektów noclegowych z ponad 1,6 tys. miejscami noclegowymi (w tym ponad 1,5 tys. to miejsca całoroczne). Baza noclegowa to: hotel \*\*\* (48 miejsc noclegowych w 24 pokojach z łazienką i WC), dom wycieczkowy (50 miejsc), schronisko (46 miejsc), schronisko młodzieżowe (50 miejsc), 10 całorocznych ośrodków wczasowych (830 miejsc), 4 ośrodki kolonijne (188 miejsc), ośrodek wypoczynku sobotnio-niedzielnego (16 miejsc), dom pracy twórczej (75 miejsc), 6 pozostałych obiektów (342 miejsca)<sup>25</sup>. Mieszkańcy przyjmują turystów w pokojach gościnnych (790 miejsc), działa 11 gospodarstw agroturystycznych (ze 175 miejscami noclegowymi), funkcjonują także pola namiotowe. Infrastruktura turystyczna jest ciągle rozbudowywana. Na obszarze gminy działa szereg różnorodnych lokali gastronomicznych: 9 restauracji, 4 karczmy regionalne, 4 jadłodajnie, 1 pub-restauracja, 6 kawiarni, 5 barów, 2 pizzerie i 1 cukiernia. Funkcjonują 23 sklepy spożywcze, z których część sprzedaje także inny asortyment.

Przez gminę i pasma Babiej Góry, Polic i Jałowca przebiegają liczne znakowane górskie szlaki turystyczne o łącznej długości 53 km. Przy schronisku na Markowych Szczawinach zbiega się 7 szlaków, Przełęcz Krowiarki to skrzyżowanie 5 szlaków a na Diablaku zbiegają się 4 szlaki. Babiogórskie szlaki umożliwiają przejście masywu we wszystkich kierunkach. Mają różną skalę trudności. Najtrudniejszy i najslynniejszy szlak Babiej Góry – Perć Akademicka jest szlakiem wyłącznie letnim. Atrakcją Babiej Góry jest to, że w ciągu jednego dnia można przejść cały układ pięter i powrócić ze szczytu. Oprócz typowych szlaków turystycznych, w BgPN znajduje się sieć ścieżek edukacyjnych przygotowanych przez Ośrodek Edukacyjny Parku<sup>26</sup>.

Na obszarze gminy wyznaczonych jest 6 tras rowerowych o łącznej długości 74 km i działają dwie wypożyczalnie sprzętu rowerowego. Przez Zawoję przechodzi również kilka szlaków tematycznych: Szlak Architektury Drewnianej - trasa 3 Podhalańsko-Pienińska, Szlak Papieski (18 km dł.) biegnący od Skawicy Górnej na Przełęcz Lipnicką, Małopolski Szlak Owocowy (szlak promocji regionalnej) – ścieżka jagodowa w Zawoi Wełczy, Trasa Krajobrazowo-Widokowa (biegnąca od Kalwarii Zebrzydowskiej do Zakopanego).

Na szlakach w BgPN znajdują się pawilony wejściowe i informacyjne, schrony i inne obiekty. W okolicach Zawoi mieszczą się dwa przejścia graniczne:

---

<sup>25</sup> GUS 2003.

<sup>26</sup> Zawoja. Babia Góra. Mapa turystyczna i informator turystyczny. Wyd. Kartograficzne COMPASS, Kraków 2004.

w Chyżnym i Korbielowie oraz cztery miejsca przekraczania granicy polsko-słowackiej na szlakach: na Przełęczy Jałowieckiej, Przełęczy Głuchaczki, na szczycie Babiej Góry – Diablaku, w Lipnicy Wielkiej na Przywarówce)<sup>27</sup>.

Zimą funkcjonują w Zawoi 3 szlaki narciarskie i 8 orczykowych wyciągów narciarskich o różnej przepustowości i długości (Fot.4). Od 2003 roku w Zawoi Policznem działa nowoczesna kolej krzesełkowa na Mosorny Groń (1045 m n.p.m.) oraz towarzysząca mu narciarska trasa zjazdowa o długości 1420 m i deniwelacji 336 m. Posiada licencję FIS na rozgrywanie zawodów narciarskich oraz szkołę jazdy<sup>28</sup>.

Babia Góra położona jest na trasie przebiegu Beskidzkiego Szlaku Konnego obfitującego w punkty widokowe. W Zawoi działa ośrodek jazdy konnej. Latem organizuje przejażdżki w terenie, zimą po śniegu albo w ujeżdżalni.

Gmina oferuje turystom także basen kąpielowy, saunę, korty tenisowe, boiska sportowe, siłownię, wypożyczalnię sprzętu narciarskiego i rowerowego. W Zawoi organizowanych jest wiele różnorodnych imprez plenerowych stanowiących dodatkowe atrakcje dla turystów<sup>29</sup>.

### **Ruch turystyczny na obszarze gminy**

Na wielkość ruchu turystycznego w Zawoi wpływają istotnie walory przyrodnicze Parku. Ruch turystyczny stanowią tu głównie turystyka indywidualna pobytowa i weekendowa, świąteczna oraz kolonie i wycieczki szkolne. Zawoja jest bazą wypadową dla turystyki krajoznawczej, kwalifikowanej – pieszej, narciarskiej, rowerowej. Występują tu dwa sezony turystyczne, letni od V do X i zimowy w pozostałych miesiącach. Najwięcej turystów przebywa w gminie latem w sierpniu. Największy ruch skupia się na szczycie – Diablaku. Obszar ten stanowi zaplecze wypoczynkowe dla aglomeracji GOP, Bielska-Białej i Krakowa. Pomimo bardzo dobrych tras narciarskich w Zawoi w zimie nie ma natłoku turystów. Mała liczba wyciągów jest korzystna dla środowiska przyrodniczego<sup>30</sup>.

BgPN (3 392 ha) ze względu na powierzchnię należy do małych parków. Ruch turystyczny nie jest mały, na co wpływa powierzchnia Parku i duże zagęszczenie szlaków (14 m szlaku na 1 ha pow.). Wg danych z 2001 r. odwiedza go rocznie 60 tys. turystów. Liczba turystów na 1 ha pow. Parku to 17,7 osób. Na 1 km szlaku przypada 1154 turystów. Pojemność turystyczna dla całego obszaru Parku i wraz z otuliną, w której mieści się Zawoja to 113 560 osób na 1 km szlaku<sup>31</sup>.

---

<sup>27</sup> [www.zawoja.pl](http://www.zawoja.pl)

<sup>28</sup> Zimowy atlas Polski oraz północnych regionów Czech i Słowacji, Wyd. COPERNICUS, Warszawa 2006.

<sup>29</sup> [www.zawoja.pl](http://www.zawoja.pl)

<sup>30</sup> Z. Kruczek, Polska. Geografia atrakcji turystycznych, Wyd. PROKSENIA, Kraków 2005, str.247.

<sup>31</sup> M. Pstrocka, Pojemność turystyczna górskich parków narodowych, [w:] Szwichenberg A. (red.), Gospodarka turystyczna na obszarach parków narodowych i Krajobrazowych, Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Międzyzdroje 2003.

W 2003 roku z noclegów w gminie skorzystało ponad 29,5 tysiąca osób, z czego 209 turystów zagranicznych. Wynajęto prawie 2,4 tys. pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach, w tym 185 wynajęto turystom zagranicznym. Udzielono ponad 125,5 tys. noclegów. Z noclegów w hotelu skorzystało ponad 2 tys. osób (turystów zagranicznych ponad 100), wynajęto prawie 2,4 tys. pokoi (185 turystom zagranicznym), udzielono ponad 4,2 tys. noclegów. W schronisku z noclegów skorzystało 2,3 tys. osób (43 turystów zagranicznych) i udzielono ponad 2,7 tys. noclegów. W schronisku młodzieżowym skorzystało z noclegów prawie 950 osób, a ośrodki wczasowe udzieliły ponad 61,6 tys. noclegów ponad 14,6 tys. osobom. W ośrodkach kolonijnych z prawie 19 tys. noclegów skorzystało prawie 2,8 tys. osób. Z domu pracy twórczej skorzystało ponad 600 osób. Z usług tzw. pozostałych obiektów hotelowych skorzystało ponad 6,2 tys. osób (58 turystów zagranicznych) i udzielono im prawie 29 tys. noclegów (ponad 330 turystom zagranicznym)<sup>32</sup>.

Według klasyfikacji Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody i Zasobów Naturalnych (IUCN), BgPN należy do II kategorii IUCN, co świadczy o dużej wartości Parku dla turystów<sup>33</sup>. Istnienie BgPN sprzyja rozwojowi tradycyjnej i kwalifikowanej turystyki. Rozmiar Parku nie sprzyja rozwijaniu turystyki masowej, co jest korzystne dla harmonijnego, zrównoważonego rozwoju gminy Zawoja i samego Parku. Dobrze zachowana przyroda w Parku, wciąż żywe lokalne tradycje przyciągają typ turystów, nastawionych na kontakt z naturą i poznanie lokalnych zwyczajów. Postępowanie władz Parku sprzyja tej tendencji poprzez prowadzoną działalność edukacyjną wśród odwiedzających. Także w relacjach z władzami i mieszkańcami gminy Park promuje wizerunek regionu nastawionego na ekologiczną turystykę rodzinną i specjalistyczne formy turystyki zrównoważonej. Sprzyja to zrównoważonemu rozwojowi Zawoi.

### **Świadomość ekologiczna turystów**

W próbie 40-tu badanych turystów większość - 22 osoby (55%) - stanowili mężczyźni, natomiast kobiet było 18 (45%). Dominowali turyści w przedziale wiekowym 21-45, było ich 24 (60%), powyżej 45 lat znalazło się 14 osób (35%), a w wieku do lat 20 było 2 turystów (5%). Z dużego miasta pochodziło 20 turystów (50%), 13 (32,5%) z miasta małego, a 7 (17,5%) z gminy wiejskiej. Najwięcej badanych turystów posiadało wykształcenie średnie - 18 (45%). Wykształcenie wyższe niepełne miało 15 respondentów (37,5%), wyższe - 5 (12,5%), zawodowe - 2 (5%), nie było turystów z wykształceniem podstawowym. Zatrudnienie zadeklarowało 24 turystów (60%), a niepracujący stanowili 16 osób (40%).

---

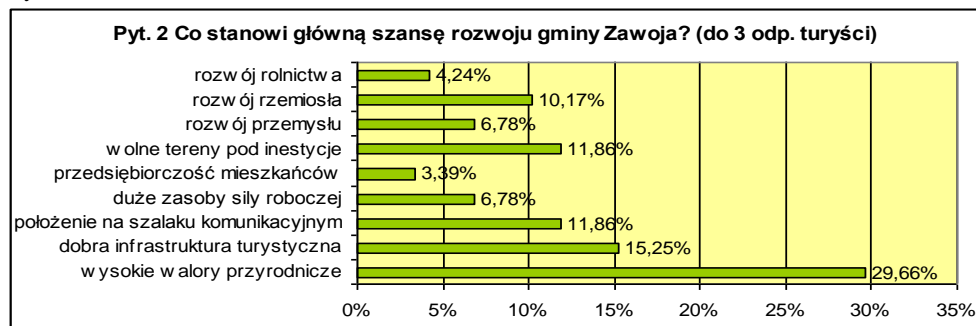
<sup>32</sup> GUS 2003.

<sup>33</sup> E. Pyłka-Gutowska, Ekologia z ochroną środowiska. Przewodnik, Wyd. „Oświata” Warszawa 2004, str. 97.

Odpowiedziami, które padały najczęściej na pytanie 1 ankiety o największe bogactwo Zawoi były w kolejności malejącej: Babia Góra, BgPN, góry, krajobraz, powietrze, strumienie, cisza, piękno przyrody, szlaki turystyczne, flisz karpacki. Turysci dostrzegają, więc wartość środowiska przyrodniczego gminy.

W pytaniu o główną szansę rozwoju gminy Zawoja (we wszystkich pytaniach można było wymienić maksymalnie 3 odpowiedzi) wysokie walory przyrodnicze uzyskały najwięcej, bo 29,66 % wskazań, dobra infrastruktura turystyczna – 15,25 %, położenie na szlaku komunikacyjnym i wolne tereny pod inwestycje po 11,86%, rozwój rzemiosła – 10,17%, duże zasoby siły roboczej i rozwój przemysłu po 6,78%, rozwój rolnictwa – 4,24%, a przedsiębiorczość mieszkańców 3,39% wskazań (Wykres 1).

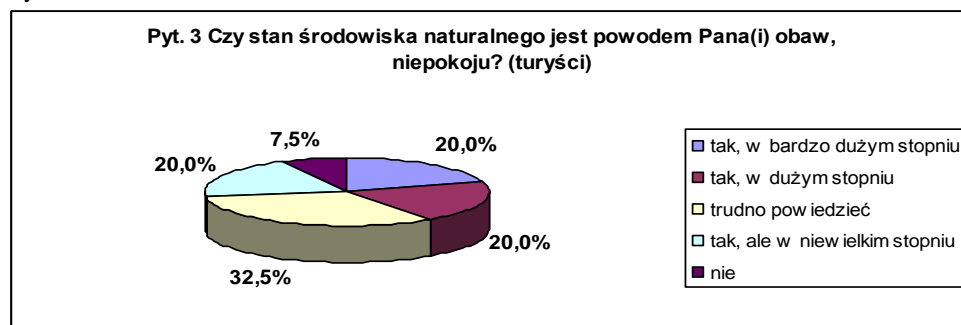
Wykres 1.



Źródło: opracowanie własne

Badania wykazały, że stan środowiska naturalnego jest w bardzo dużym stopniu powodem obaw i niepokoju 20% turystów, w stopniu dużym również 20%. Odpowiedzi „trudno powiedzieć” udzieliło na to pytanie 32,5% osób. O stan środowiska niepokoi się, ale w niewielkim stopniu 20% turystów. Brak obaw w tej kwestii wyraziło 7,5% respondentów (Wykres 2).

Wykres 2.



Źródło: opracowanie własne

Według wszystkich 40 badanych turystów obszary cenne przyrodniczo należy chronić, nikt nie miał odmiennych poglądów.

Większość, bo 24,24% wskazań w pytaniu nr 5 uzyskała odpowiedź, że poprawa stanu środowiska zależy w największym stopniu od postaw każdego z mieszkańców gminy (Tab. 1). Dla 21,84% badanych zależność ta wynika z uznania przez ludzi czystego środowiska za ważny problem. Tylko 18,39% turystów wskazało na postawy każdego z turystów, a dla 13,79% istotnym czynnikiem było zwiększenie aktywności władz lokalnych w dziedzinie ochrony środowiska. Zaostrzenie przepisów prawnych w zakresie ochrony środowiska uzyskało 9,20% wskazań, odpowiedzialność przedsiębiorstw i fabryk – 6,9%, ogólna poprawa sytuacji finansowej gmin i państwa – 5,75% wskazań.

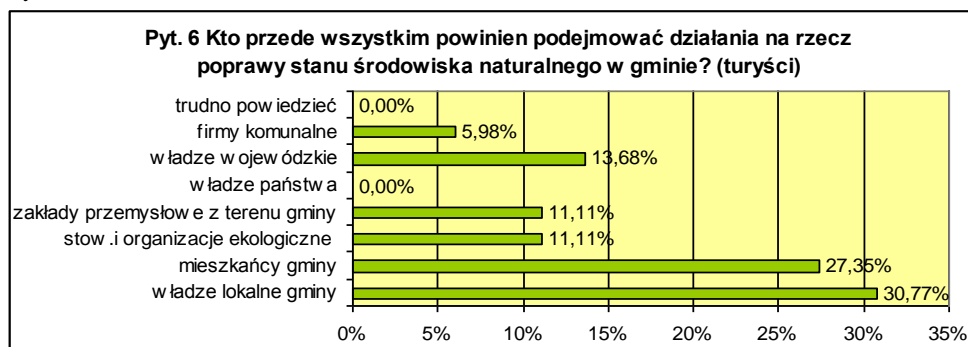
Tabela 1.

<b>Pyt. 5 Od czego, Pana(i) zdaniem, w największym stopniu zależy poprawa stanu środowiska? (do 3 odp.)</b>	
od postaw każdego z mieszkańców gminy	24,14%
od postaw każdego z turystów	18,39%
od zaostrzenia przepisów prawnych w zakresie ochrony środowiska	9,20%
od uznania przez ludzi czystego środowiska za ważny problem	21,84%
od poprawy sytuacji finansowej gmin i państwa	5,75%
od odpowiedzialności przedsiębiorstw, fabryk	6,90%
od zwiększenia aktywności władz lokalnych w dziedzinie ochrony środowiska	13,79%
trudno powiedzieć	0,00%

Źródło: opracowanie własne

Według 30,77% badanych działania na rzecz poprawy stanu środowiska naturalnego w gminie powinny podejmować przede wszystkim władze lokalne gminy, 27,35% turystów wskazało na mieszkańców gminy, 13,68% na władze wojewódzkie. Po 11,11% wskazań otrzymały zarówno zakłady przemysłowe z terenu gminy jak i stowarzyszenia i społeczne organizacje ekologiczne. Prawie 6% odpowiedzi uzyskały firmy komunalne zajmujące się oczyszczaniem, nikt nie wskazał na rolę władz państwa w tym zakresie (Wykres 3).

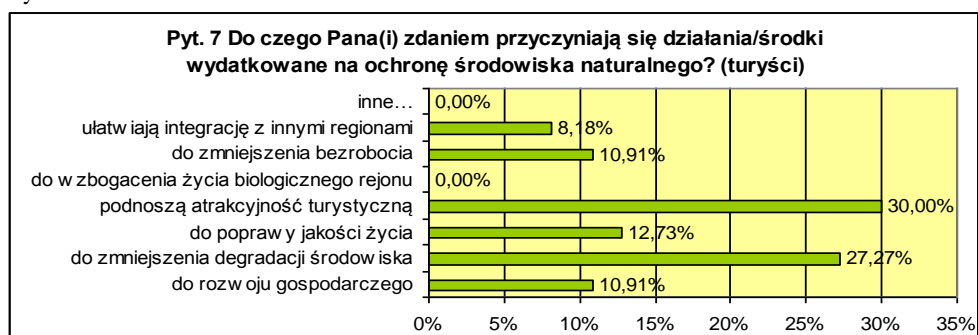
Wykres 3.



Źródło: opracowanie własne

Według 30% respondentów środki publiczne wydatkowane na działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego podnoszą atrakcyjność turystyczną (Wykres 4). Niewiele mniej, bo 27,27% wskazało, że przyczyniają się do zmniejszenia degradacji środowiska, a według 12,73% turystów do poprawy jakości życia. Po 10,91% wskazań uzyskały rozwój gospodarczy oraz zmniejszanie bezrobocia. Środki te i działania ułatwiają integrację z innymi regionami dla 8,18% badanych. Nikt nie wziął pod uwagę ich wkładu we wzbogacanie życia biologicznego rejonu, nikt nie skorzystał, także z możliwości udzielenia innej odpowiedzi niż zaproponowane w podpunktach.

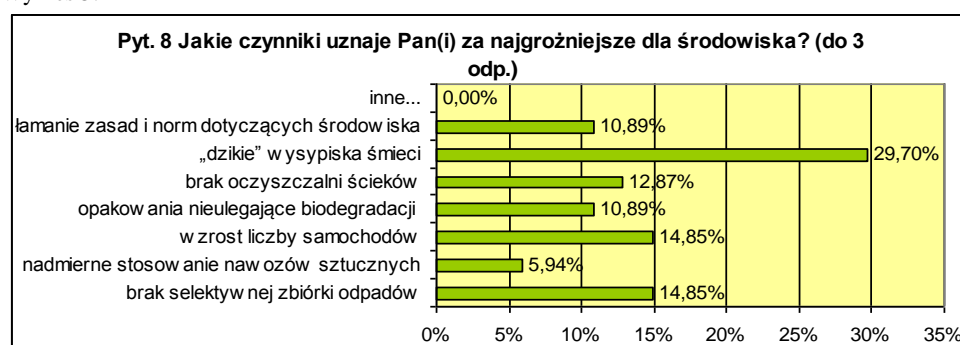
Wykres 4.



Źródło: opracowanie własne

Pytanie 8 pokazało, iż badani turyści za najgroźniejsze dla środowiska uważają „dzikie” wysypiska śmieci, na które wskazało 29,7% turystów. Następnymi w kolejności czynnikami – po 14,85% wskazań – były: brak selektywnej zbiórki odpadów oraz wzrost liczby samochodów. 12,87% ludzi wskazało na brak oczyszczalni ścieków. Tyle samo – po 10,89% -odpowiedzi uzyskały opakowania nieulegające biodegradacji, jak również łamanie zasad i norm dotyczących środowiska. Stosowanie nadmiernej ilości nawozów sztucznych wskazało 5,94% turystów (Wykres 5).

Wykres 5.



Źródło: opracowanie własne

Żaden z turystów spędzających czas w Zawoi nie wiedział, czy na jej terenie znajduje się wysypisko śmieci (Tab. 2). Badani z wyjątkiem 1 osoby która udzieliła odpowiedzi przeczącej nie wiedzieli, także czy gmina posiada oczyszczalnię ścieków. Równo 60% turystów zapytanych czy na terenie Zawoi są „dzikie” wysypiska śmieci wskazało odpowiedź „ Nie wiem”, 40% badanych powiedziało „Tak”. Identyczne wyniki uzyskało pytanie o „dzikie” spusty ścieków do potoków. Żaden z badanych turystów nie wiedział, że gmina posiada własną oczyszczalnię ścieków oraz że gminne odpady są składowane w Suchej Beskidzkiej. Znaczna część turystów przypuszczała, że śmieci i ścieki są w Zawoi nielegalnie wyrzucane i odprowadzane.

Tabela 2.

<b>Pyt. 9 Czy na terenie gminy Zawoja znajdują się:</b>			
	Tak	Nie	Nie wiem
wysypisko śmieci?	0%	0%	100%
oczyszczalnia ścieków?	0%	2,5%	97,5%
„dzikie” wysypiska śmieci?	40%	0%	60%
„dzikie” spusty ścieków do potoków?	40%	0%	60%

Źródło: opracowanie własne

Wszyscy turyści byli zgodni, co do tego (pyt. nr 10), że wprowadzenie systemu selektywnej zbiórki w gminie Zawoja jest potrzebne.

Zdaniem 40% respondentów stan środowiska naturalnego gminy Zawoja w ciągu ostatnich kilku lat trochę się poprawił. Nikt nie zauważył zdecydowanej poprawy. Według 10% pytanych nie uległ zmianie, a zdaniem 7,5% pogorszył się. Trudności z udzieleniem odpowiedzi miało aż 42,5% osób.

Prawie 2/3, turystów jest zadowolonych ze stanu środowiska naturalnego w gminie Zawoja, odpowiedzi odwrotnej udzieliło 5% badanych. Jednoznacznie odpowiedzieć nie mogło 32,5% osób.

Swój czas na rzecz ochrony środowiska chciałoby poświęcić 55% turystów, nie wyraziło takiej ochoty 10%. Odpowiedzi „Nie wiem” udzieliło 35% osób.

Jednocześnie na pytanie o udział w czynie społecznym lub akcji na rzecz ochrony środowiska w ciągu ostatnich 2 lat twierdząco odpowiedziało tylko 10% respondentów, 90% nie mogło się tym pochwalić. Widoczna jest tu wyraźnie rozbieżność pomiędzy proekologicznymi deklaracjami a realnymi zachowaniami badanych jednostek.

Tabela 3.

<b>Pyt.15 Jak pozbywa się Pan(i) śmieci? (więcej niż 1 odp.)</b>	
wkładam wszystkie do plastikowych worków i wynoszę je na śmietnik	63,46%
sortuje je i część wyrzucam do odpowiednio przeznaczonych do tego pojemników	28,85%
sortuję je, większość z nich zawożę do przetworni surowców wtórnych a małą część, która została wkładam do worka na śmieci	0%
wyrzucam je gdziekolwiek	0%
zakopuje w ziemi	0%
palę	7,69%

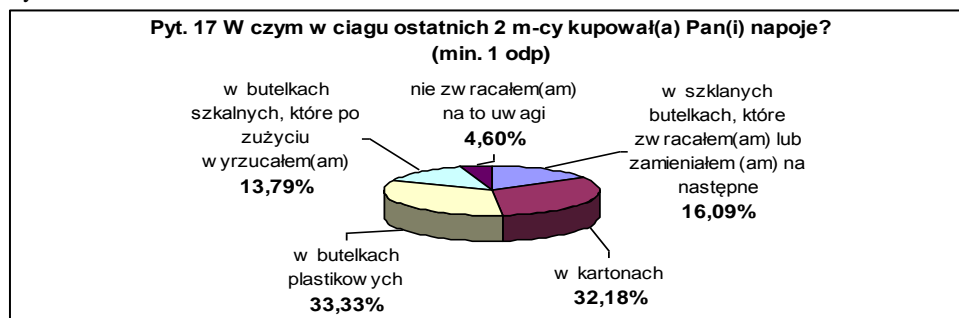
Źródło: opracowanie własne

Pytanie 15 ukazało (Tab. 3), że dominującym sposobem pozbywania się śmieci przez badanych turystów jest wkładanie ich do plastikowych worków i wynoszenie na śmietnik – 63,46% wskazań. Niecałe 30% osób sortuje je i część z nich wyrzuca do odpowiednio przeznaczonych do tego pojemników, 7,69% osób pali swoje śmieci. Nikt nie sortuje śmieci i nie wywozi ich do przetworni surowców, a małej części nie wkłada do worka na śmieci. Nikt nie wskazał, także, że zakopuje odpadki oraz żaden respondent nie wyrzuca ich gdziekolwiek. W pytaniu można było podać więcej niż jedną odpowiedź.

Według 35% respondentów do zmniejszenia ilości odpadów przyczyniają się najbardziej rozsądne, przyjazne dla środowiska zakupy, które minimalizują odpady. Tyle samo – po 32,5% – odpowiedzi uzyskały maksymalnie długie, wielokrotne użytkowanie przedmiotów oraz segregacja śmieci przy wyrzucaniu. Nikt nie stwierdził, że nic nie przyczynia się do zmniejszenia odpadów a śmieci zawsze będzie dużo.

Badani turyści w ciągu ostatnich dwóch miesięcy kupowali napoje najczęściej w plastikowych butelkach – 33,33% wskazań. Kartonów używało 32,18% turystów. Nieco ponad 16% wskazań uzyskały szklane butelki, zwracane lub zamieniane na następne, a 13,79% wskazań napoje w butelkach szklanych po zużyciu wyrzucanych. Większość badanych zaznaczała, że wyrzuca takie butelki do pojemników na szkło. Na rodzaj opakowania napojów nie zwracało uwagi 4,6% respondentów (Wykres 6).

Wykres 6.



Źródło: opracowanie własne



Tylko 17,5% turystów zadeklarowało, że wykorzystuje do zakupów torby z naturalnych materiałów, 37,5% robi to czasami, a aż 45% nie używa ich podczas robienia zakupów.

Robiąc zakupy 62,5% turystów nie zastanawia się, z jakiego materiału zostały wytworzone opakowania produktów i czy nadają się one do recydingu. Do przeciwstawnych zachowań przyznało się 37,5% badanych.

Zdaniem większości respondentów – 75% - wycinanie drzew innych niż owocowe bez zezwolenia stosownych władz jest niedozwolone. Aż 1/4 osób nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie i nikt nie uznał takich działań za legalne.

Według 80% turystów wczesną wiosną rowy należy wygrabić i sprzątnąć, pozostałe osoby – 20% - uznały za właściwe opryskanie ich środkami chwastobójczymi. Nikt nie uznał z stosowne, aby wypalić je lub nic z nimi nie robić.

Oszczędzanie wody na co dzień zadeklarowało 55% badanych, czasami robi to 25% turystów. Nie minimalizuje zużycia wody 20% badanych. Na zachowania te mają wpływ w głównej mierze względy ekonomiczne.

Pytanie 23 dostarczyło informacji na temat częstotliwości korzystania z wyrobów jednorazowego użytku. Jedynie 17,5% turystów przyznało się do ich stosunkowo częstego używania, 75% robi to rzadko, a 17,5% osób wcale.

Tabela 4.

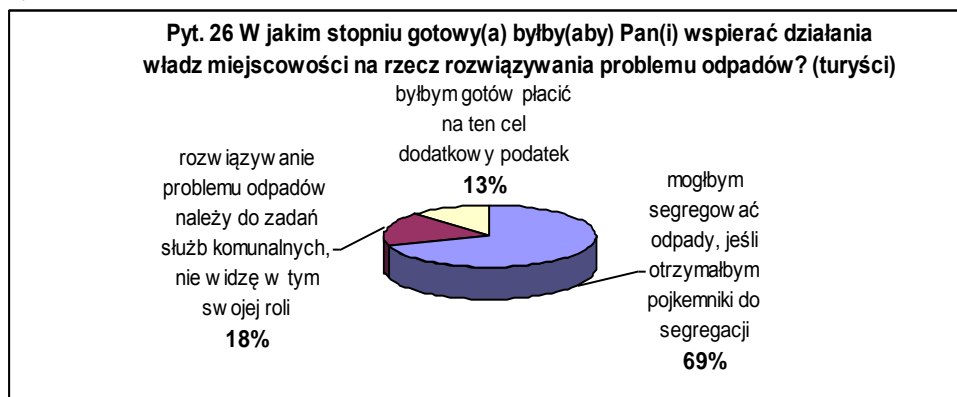
<b>Pyt. 24 Idąc ulicą, widzi Pan(i) jak ktoś wyrzuca śmieci na chodnik, co Pan(i) robi?</b>	
podnoszę te śmieci i wyrzucam je do kosza	10%
udaję, że nie zauważyłem(am)	5%
nic nie robię, ale nie pochwalam tego	70%
zaczepiam tamtą osobę i upominam ją, zwracam jej uwagę	15%

Źródło: opracowanie własne

Przeważająca większość badanych turystów – 70% - nie robi nic, gdy idąc ulicą widzi jak ktoś wyrzuca śmieci na chodnik, ale jednocześnie nie pochwała tego zachowania (Tab. 4). Tylko 15% respondentów zaczepia taką śmiejącą osobę i upomina ją, 10% podnosi te śmieci i wyrzuca je do kosza, a 5% osób udaje, że niczego nie zauważyły.

Będąc na wycieczce (spacerze) w lesie, na łące prawie wszyscy turyści, czyli 92,5% odpowiedzieli, że chowają swoje śmieci do torby i wyrzucają do najbliższego kosza. Pozostała część - 7,5% zakopuje wtedy śmieci. Nikt nie przyznał się do wyrzucania ich gdziekolwiek.

Wykres 7.



Źródło: opracowanie własne

Na pytanie o stopień gotowości do wspierania władz miejscowości na rzecz rozwiązywania problemów odpadów, 70% turystów odpowiedziało, że mogłoby segregować odpady, jeżeli otrzymaliby pojemniki do segregacji. Jedynie 12,5% badanych turystów byłoby gotowych płacić na ten cel dodatkowy podatek, a 17,5% osób uważa, że rozwiązywanie problemów odpadów należy do zadań służb komunalnych i nie widzi w tym swojej roli.

Najwięcej respondentów -60%- udaje się zazwyczaj na wycieczkę (zakupy, mszę, odwiedziny itp.) pieszo, 25% turystów wybiera rower, 15% jedzie samochodem lub motocyklem. Przeważająca większość - 95% turystów uważa, że zakaz wjazdu samochodem na teren rezerwatu jest słuszny, a tylko 2 osoby (5%) nie zgadzają się z nim.

## Wnioski

Świadomość ekologiczna ma istotne znaczenie dla środowiska, zrównoważonego rozwoju gminy Zawoja oraz w życiu mieszkańców i odczuciach turystów. Turyści odwiedzający cenne przyrodniczo obszary doceniają wartość środowiska przyrodniczego gminy, uważają że obszary cenne przyrodniczo wymagają ochrony.

Na podstawie przeprowadzanych badań można stwierdzić, że istnieje rozbieżność między deklarowanymi poglądami a realnymi zachowaniami badanych respondentów. Według badanych turystów poprawa stanu środowiska zależy w największym stopniu od postawy każdego z mieszkańców gminy. Turyści mniej niż mieszkańcy dostrzegają zagrożenia ekologiczne gminy. Większość jednak jest świadoma, iż stan środowiska zależy w znacznym stopniu od zachowania ich samych. Respondenci rozumieją, że edukacja ekologiczna działa na rzecz ochrony środowiska przyczyniając się do ograniczenia degradacji

środowiska i podnoszenia atrakcyjności turystycznej gminy, lecz zadania w tym względzie kierują głównie do władz samorządowych. Mimo dostrzeżenia problemu nie wyrażają gotowości do dodatkowego świadczenia na ten cel.

Strategia rozwoju gminy Zawoja uwzględnia potrzebę zachowania walorów środowiska przyrodniczego i kreuje wizję czystej, zielonej i ekologicznej gminy turystycznej.

Wdrażana koncepcja zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego, której bardzo ważnym elementem jest zrównoważona turystyka, uwzględnia także program edukacji mieszkańców jak i turystów, zarówno poprzez działania informacyjne i edukacyjne jak też poprzez wdrażanie proekologicznych działań praktycznych w dziedzinie gospodarczej i gospodarki odpadami.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują na potrzebę większej aktywności samorządu gminy Zawoja w pobudzaniu i podnoszeniu świadomości ekologicznej odwiedzających gminę turystów jak i mieszkańców. Istotne znaczenie w realizacji tego zadania może odegrać zacieśnianie współpracy z Babiogórskim Parkiem Narodowym, a także z innymi organizacjami pozarządowymi.

## Literatura

- Bohdanowicz P., Turystyka a świadomość ekologiczna, Toruń 2005
- Burger T., Uwagi o świadomości ekologicznej, „Przegląd Powszechny” 1996, nr 12.
- Burger T., Świadomość ekologiczna społeczeństwa polskiego u progu XXI wieku, Warszawa 2000.
- Górka K., Poskrobko B., Radecki W., Ochrona środowiska: problemy społeczne, ekonomiczne, prawne, Warszawa 1995,
- GUS Rocznik Statystyczny, Warszawy 2003
- Jędrzejczyk I., „Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki”, Katowice 1995,
- Kamieniecka J., Miejsce i rola turystyki w polityce ekologicznej, „Polityka zrównoważonego rozwoju w turystyce” Zeszyt 8, Warszawa 1998, Materiały z seminarium 8 XII 1998,
- Kołoszko-Chomentowska Z., Środowisko lokalne w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich, [w:] Adamowicz Mieczysław (red.) „Samorządy i społeczności lokalne w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich”, Prace Naukowe nr 40, KPAiM SGGW, wyd. SGGW, Warszawa 2006,
- Kruczek Z., Polska. Geografia atrakcji turystycznych, Wyd. PROKSENIA, Kraków 2005,
- Matuszewska D., Chrońmy mądrze – edukacja i dydaktyka w polskich parkach narodowych, „Parki Narodowe”, 1998, 1,
- Mirowski W., Ekologizacja jako problem strategiczny rozwoju turystyki, „Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie” 2003, nr 1,
- Pstrocka M., Pojemność turystyczna górskich parków narodowych, [w:] Szwichtenberg A. (red.), Gospodarka turystyczna na obszarach parków narodowych i Krajobrazowych, Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Międzyzdroje 2003.
- Pyłka-Gutowska E., Ekologia z ochroną środowiska. Przewodnik, Warszawa 2004,
- Ekologia społeczna: psychologiczne i środowiskowe uwarunkowania postaw, materiały z V Międzynarodowej Konferencji „Karpaty i inne Euroregiony-postawy psychologiczne wobec ochrony środowiska” Kraków 2004

Rokicka E., Starosta P. (red.), Postawy mieszkańców gmin polskich wobec środowiska naturalnego, Łódź 2003,  
Swarbrooke J., Hornan S., Consumer behaviour in tourism, Oxford 2000,  
Turos L., Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej, Warszawa 2001,  
Zaręba D., Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje, Warszawa 2000,

### **Streszczenie**

Przedmiotem badań jest ocena stanu świadomości ekologicznej turystów na obszarze gminy Zawoja, która ma rozwiniętą funkcję turystyczną w otulinie Babiogórskiego Parku Narodowego. W artykule przedstawiono pojęcie świadomości ekologicznej i jej cechy, sposoby podnoszenia świadomości ekologicznej podmiotów turystycznych i turystów oraz zjawisko ekologizacji działalności turystycznej. Przedstawiono również charakterystykę bazy turystycznej i ruchu turystycznego w gminie Zawoja oraz badania własne świadomości ekologicznej na 40 osobowej próbie turystów odwiedzających gminę. Badania wykazały, iż turyści doceniają znaczenie środowiska i edukacji ekologicznej dla zrównoważonego rozwoju gminy, jak również to, że istnieje rozbieżność między deklarowanymi poglądami a realnymi zachowaniami respondentów.

### **Summary**

The subject of the paper is the evaluation of the tourist ecological consciousness on the area of Zawoja community which is located in the vicinity of Babiogórski National Park and has highly developed tourist function. The theoretical concept of ecological consciousness and its level, ways of consciousness building among suppliers of tourist services and tourists, the phenomena of ecologisation of tourist activities, are presented. Also, description of tourist activities and tourist motion, as well as result of survey of 40 people sample, related to ecological consciousness of tourists visiting the community, are included. The survey proved that tourists appreciate the importance of environment and ecological education for sustainable development of the community, however there is divergency between declared opinions and real behavior of respondents.

**Marian Woźniak**  
**Tomasz Cebulak**  
Uniwersytet Rzeszowski

## **Lokalna oferta agroturystyczna odzwierciedleniem społecznego zainteresowania turystów**

### **Wstęp**

Domeną wypoczynku na wsi, jak stwierdza A.P. Wiatrak, jest przestrzeń, bliskość natury, swoboda przemieszczania się, możliwość kontaktu z mieszkańcami wsi oraz sprzyjające warunki uprawiania szeregu sportów na łonie natury<sup>1</sup>. Coraz większym zainteresowaniem cieszą się jednak oferty niekonwencjonalne, związane z produktami niszowymi, z turystycznymi ikonami, które mają służyć jako magnes przyciągający turystów do naszego regionu<sup>2</sup>.

„Opakuj i sprzedaj swoją wieś”, to przykład akcentowanych przez W. Idziaka wsi tematycznych, opartych na oryginalnych pomysłach zachęcenia turystów do ich odwiedzenia. Autor podkreśla, żeby wieś przestała myśleć hektarami i cenami skupu, a myślała raczej symbolami traktującymi wieś jako teatr, w którym jest miejsce dla uprawy ziemi, ale też dla stworzenia oferty wypoczynku.

W kształtowaniu lokalnej oferty turystycznej należy zwrócić uwagę na nowoczesną ekonomię, która zaleca wsiom zarabiać na emocjach ludzi, nie tylko na ich wyżywieniu. Jako żywe przykłady możemy wskazać Sierakowo Sławieńskie jako wieś Hobbitów, Podgórkę jako baśń dla turystów, czy Iwięcino i ich wizję Końca Świata<sup>3</sup>. Niestety są to, można powiedzieć, nieliczne przypadki pozytywnego kształtowania lokalnej oferty turystycznej, gdyż jak twierdzi A. Koziński „koncertowo marnujemy modę na Polskę”. W 2006 r. odwiedziło nasz kraj 15,7 mln turystów, a turystyka generuje zaledwie 2,6% polskiego PKB (na Węgrzech – 7,3%). Przykładem dla nas mogłyby być państwa, które mają najlepiej rozwinięty przemysł turystyczny, a mianowicie: Szwajcaria, Austria i Niemcy. Polska w tym rankingu została sklasyfikowana na 63 pozycji<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> A.P. Wiatrak. Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju. [w:] Zeszyty Naukowe AR w Krakowie. Sesja Naukowa, zeszyt 90. Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii. Kraków 2003, s. 9-18.

<sup>2</sup> M. Sznajder, L. Przezgórska. Agroturystyka. PWE, Warszawa 2006, s. 43, 57.

<sup>3</sup> M. Kołodziejczyk, Opakuj i sprzedaj swoją wieś. Polityka nr 1 (7 stycznia 2006), s. 92-96.

<sup>4</sup> A. Koziński. Pomocność turystyczna. Wprost, nr 14 (8 kwietnia 2007), s. 68-70.

## **Cel i metodyka**

Celem artykułu jest ukazanie istoty i znaczenia lokalnej oferty agroturystycznej w sukcesie rynkowym regionu, w obszarze turystyki wiejskiej, przejawiającym się liczbą odwiedzonych osób oraz pokazanie ważności kształtowania oryginalnej formy wypoczynku na wsi.

Dla szczegółowego przedstawienia problemu posłużono się wynikami badań autorów, przeprowadzonych w 2006 r. wśród 400 respondentów zamieszkujących teren woj. podkarpackiego, z czego do dalszej analizy zakwalifikowano 365 prawidłowo wypełnionych ankiet, przez osoby, które na wstępie badania przyznały się do znajomości zjawiska agroturystyki. Zgromadzony materiał pozwolił zweryfikować stopień zainteresowania respondentów wybranymi elementami oferty agroturystycznej, a wyniki przedstawiono ogółem, a także z podziałem na grupy według płci (51% stanowiły kobiety, 49% mężczyźni) oraz wieku, gdzie wyodrębniono grupę 18-26 lat (52% badanych) i powyżej 26 lat (48% badanych).

### **Oryginalność lokalnej oferty warunkiem sukcesu w agroturystyce**

Kształtując produkt lokalny, powinniśmy zwrócić uwagę na fakt, że ma on za zadanie dawać przyjemne, niecodzienne doznania. Jak akcentuje J. Urry<sup>5</sup>, część takich doznań dostarczają niezwykle widoki, krajobrazy i elementy architektury wiejskiej. Świat wokół nas sprawia nam radość, a właściwie tego właśnie od niego oczekujemy. Nie ma jednego wzorca kształtowania lokalnej oferty turystycznej oraz wzorcowego doświadczenia turystycznego. Sposób dostrzegania wsi jako miejsca wypoczynku zależy bezpośrednio od społeczeństwa, postrzeganego od strony tworzącego wizerunek wsi oraz uczestniczącego w wypoczynku na wsi. Wielu mieszkańców wsi pozytywnie odpowiedziało na potrzeby turystów, urządzając folklorystyczne gospodarstwa i oferując im atrakcyjny spektakl wiejskiego życia, gdyż wiele osób przedkłada wyjazd na „zwykłą”, w miarę zadbaną wieś, na specjalne atrakcje związane z pobytem. Tym bardziej, że w każdej chwili wyjazdu, w każdym momencie doświadczenia turystycznego kontemplujemy otoczenie poprzez różne zmysły współpracujące ze sobą, budując świadomość przestrzeni naszego wypoczynku. I tak na doświadczenia i tworzony obraz turysty składają się krajobrazy, kombinacje dźwięków (np. organizowany w Bieszczadach od 2001 r. Festiwal Sztuk Różnych BIESZCZADZKIE ANIOŁY nastawiony na prezentacje poezji i muzyki związanej z klimatem bieszczadzkiem), bukiety zapachów (np. podczas wędrówek po szlakach Bieszczadów), doznania smakowe (np. placki po Bieszczadzku) i geografia dotyku związana np. z doznaniem podczas wspinaczki górskiej.

---

<sup>5</sup> J. Urry. *Spojrzenie turysty*. PWN, Warszawa 2007, s. 13, 14, 148, 231.

Spółeczność wiejska musi przejąć większą odpowiedzialność za produkt turystyczny polskiej wsi i dostosować go do wymagań turystów, którzy coraz liczniej odwiedzają te obszary. Przykładowo ponad 70% wszystkich Amerykanów wypoczywa na wsi, blisko 84% wszystkich Brytyjczyków przynajmniej raz w roku wyjeżdża na wycieczkę na wieś<sup>6</sup>. Podobne liczby charakteryzują wypoczynek w Polsce i większości państw rozwiniętych. Obserwujemy obecnie coraz większy nacisk, ze strony turystów penetrujących obszary wiejskie, na lokalną ofertę turystyczną, opartą o zasoby przestrzenne, przyrodnicze, kulturowe oraz ludzkie. Kształtowanie lokalnego produktu i indywidualnego wizerunku wsi jest w pewnym stopniu związane z efektywnością pomysłów innowacyjnych i czynnym włączeniem ich w proces kształtowania oferty turystycznej odróżniającej się od „zwykłej” turystyki i pozwalającej „wniknąć w duszę” danej wsi, danego miejsca czy konkretnego gospodarstwa agroturystycznego.

Aby zaspokoić potrzeby turystów wypoczywających na obszarach wiejskich należy sprostać ich wyobrażeniom, a nawet posunąć się jeszcze dalej, pobudzając i zaspokajając ich nowe wyobrażenia. Należy przy tym wykazać się profesjonalizmem we wdrażaniu wszystkich elementów produktu turystycznego, od przyjęcia i zakwaterowania gości, poprzez wyżywienie i zapewnienie aktywności wypoczynku<sup>7</sup>. W rzeczywistości oznacza to:

- zakwaterowanie „z charakterem”, oferujące różne warianty noclegów np. na sianie,
- atmosferę spełniającą wymagania wypoczynku na wsi, a nie jak to ma miejsce w wielu przypadkach umiastowienie oferty wypoczynku,
- lokalną gastronomię z charakterystycznymi regionalnymi potrawami i smakami,
- ukazanie tożsamości terytorialnej i odmienności miejsca,
- przedstawienie oferty opartej o strategię „fioletowej krowy”, czyli zaoferowanie czegoś niepowtarzalnego w innych rejonach, w oparciu o branding obejmujący liczne czynności, których celem jest uzyskanie przewagi rynkowej poprzez wyróżnienie produktu.

---

<sup>6</sup> J. Majewski, B. Lane. Turystyka wiejska i rozwój lokalny. Fundacja Edukacja dla Demokracji, Warszawa 2003, s. 31.

<sup>7</sup> Ibidem, s. 78, 193.

### **Stopień zainteresowania turystów poszczególnymi elementami oferty wypoczynku na wsi**

W procesie kształtowania lokalnej oferty turystycznej należy pamiętać, że oprócz rozwiązań innowacyjnych, ukazania ikon turystycznych, trzeba także uwzględniać jakość oferty produktu podstawowego i rozszerzonego oferowanego w danym regionie i danym gospodarstwie agroturystycznym. Dlatego ważne wydają się badania realizowane wśród potencjalnych oraz rzeczywistych turystów, ich opinie dotyczące zainteresowania poszczególnymi elementami oferty wypoczynku na wsi.

Badania autorów raczej potwierdzają tezę, że agroturyści są zdecydowanie mniej wymagający niż turyści odwiedzający znane kurorty i miejscowości miejskie, nie potrzeba im pięciogwiazdkowych hoteli i klimatyzowanych pomieszczeń. Uwzględniając stopień zainteresowania respondentów elementami wypoczynku na wsi (tab. 1) można stwierdzić, że rzeczywiście w większym stopniu dostrzegane są unikatowe oferty niż te dotyczące minimum wypoczynku. Standard pomieszczeń wynajmowanych okazał się w średnim stopniu elementem decydującym o wyborze gospodarstwa, gdyż ponad 80% ogółu ankietowanych udzieliło takiej odpowiedzi. Dla blisko 16% jest to element ważny. Większe zainteresowanie standardem pokoi wyrażają mężczyźni oraz osoby powyżej 26 lat. Podobna sytuacja występuje w przypadku określenia stopnia zainteresowania jakością infrastruktury sanitarnej.



Tabela 1. Stopień społecznego zainteresowania wybranymi elementami oferty agroturystycznej (w % wypowiedzi respondentów)

Wyszczególnienie	Ogółem			Płeć						Wiek					
	A*	B*	C*	kobieta			mężczyzna			18-26 lat			powyżej 26 lat		
				A*	B*	C*	A*	B*	C*	A*	B*	C*	A*	B*	C*
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Standard pokoi	0,00	15,93	84,07	0,00	11,52	88,48	0,00	20,61	79,39	0,00	14,25	85,75	0,00	17,83	82,17
Oferta żywieniowa	1,85	12,60	85,55	2,16	12,23	85,61	1,54	12,98	85,48	1,42	15,69	82,89	2,31	9,29	88,40
Infrastruktura sanitarna	1,85	12,22	85,93	1,44	9,35	89,21	2,29	15,27	82,44	2,15	10,00	87,85	1,56	14,71	83,73
Walory przyrodnicze	0,74	9,26	90,00	0,72	5,76	93,52	0,76	12,97	86,27	0,71	12,08	87,21	0,77	8,52	90,71
Walory krajoznawcze	1,11	8,52	90,37	0,00	7,19	92,81	2,29	9,92	87,79	0,00	10,70	89,30	2,31	6,21	91,48
Możliwości czynnej rekreacji (jazda konna, jazda rowerem itp.)	3,72	20,74	75,54	1,44	22,30	76,26	6,10	19,09	74,81	3,58	17,88	78,54	3,95	24,16	71,89
Zakup żywnościowych produktów regionalnych i lokalnych	11,85	41,47	46,68	14,39	35,97	49,64	9,16	47,33	48,51	17,15	41,45	41,40	6,21	41,14	52,65
Zakup rękodzieła ludowego	30,99	46,66	22,35	32,05	46,95	21,00	28,56	52,86	18,58	36,46	43,52	20,02	25,54	49,68	24,78
Zapoznanie się z lokalnym dziedzictwem kulturalnym	10,01	44,88	45,11	5,76	42,45	51,79	16,03	47,32	36,65	10,56	44,63	44,81	10,65	44,32	45,03

Cd. tabeli 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Uczestniczenie w przygotowaniu regionalnych specjałów żywnościowych z zachowaniem tradycyjnych technologii i obrzędów	16,34	35,71	47,95	16,55	33,81	49,64	16,03	38,17	45,80	17,87	37,17	44,96	14,69	34,13	51,18
Zapoznanie się z dziedzictwem kulinarnym regionu	11,85	31,11	57,04	12,23	23,02	64,75	11,45	39,69	48,86	10,73	36,46	52,81	13,38	25,62	61,00
Poznanie staropolskich tradycji zielarskich	27,97	33,25	38,78	24,46	27,34	48,20	32,06	39,69	28,25	29,31	32,17	38,52	27,27	34,86	37,87
Poznanie sposobu zbierania, przechowywania, sporządzania produktów leczniczych z ziół	30,73	29,16	40,11	27,33	24,46	48,21	34,35	34,35	31,30	31,44	30,73	37,83	30,27	27,88	41,85

A\* - stopień zainteresowania bardzo duży

B\* - stopień zainteresowania duży

C\* - stopień zainteresowania średni

Źródło: Obliczenia własne na podstawie badań ankietowych

Oferta żywieniowa, dzisiaj już praktycznie standard dla każdego gospodarstwa agroturystycznego, okazała się także w średnim stopniu w polu zainteresowania respondentów, gdyż zaledwie dla 2% jest ona bardzo ważna w hierarchii zainteresowań, dla około 12% ważna, a ponad 85% wykazuje średni stopień zainteresowania tą ofertą. W przypadku płci sytuacja jest bardzo podobna, zaś w przypadku wieku widzimy, że w większym stopniu zainteresowanie wyżywieniem reprezentują osoby w wieku 18-26 lat.

Otoczenie gospodarstwa, interpretowane jako przestrzeń zewnętrzna nie związana bezpośrednio z powierzchnią gospodarstwa, zostało także głównie w średnim stopniu przedstawione jako pole zainteresowań ofertą agroturystyczną. Blisko 90% respondentów wykazało średni stopień zainteresowania walorami przyrodniczymi i krajoznawczymi, z czego można wyciągnąć wniosek, że przyroda i krajobraz nie są podstawowymi i jednymi elementami wyboru miejsca wypoczynku na wsi. W wielu sytuacjach respondenci podkreślali tutaj fakt, że wieś sama w sobie jest identyfikowana jako obszar o ciekawym krajobrazie. Większe zainteresowanie tymi elementami ukazali mężczyźni i osoby młode. Inaczej przedstawia się sytuacja jeśli chodzi o ofertę czynnego spędzenia czasu na wsi (np. jazda konna, rowerowa), gdyż tutaj ponad 20% respondentów wskazało, że jest to oferta ważna, ciesząca się dużym zainteresowaniem.

W przypadku zainteresowania lokalnym dziedzictwem kulturowym, widzimy, że 10% ankietowanych wskazało bardzo duże znaczenie dziedzictwa, a blisko 45% duży stopień zainteresowania tymi elementami oferty polskiej wsi. Znacznie większe zainteresowanie kulturą widzimy po stronie mężczyzn.

Bardzo dużym i dużym stopniem zainteresowania wśród respondentów cieszy się możliwość zakupu produktów wytworzonych w gospodarstwach wiejskich. Akcentowane są możliwości nabycia żywieniowych produktów regionalnych, którymi w bardzo dużym stopniu zainteresowanych jest około 12%, zaś w dużym stopniu – ponad 40% ankietowanych oraz oferta zakupu rękodziela ludowego, która dla ponad 30% jest bardzo ważna, a dla 45% ważna. W większym stopniu bardzo duże zainteresowanie tymi elementami oferty wykazują kobiety oraz osoby w wieku 18-26 lat.

Widzimy zatem, że większym zainteresowaniem wśród osób odwiedzających wieś cieszą się specyficzne elementy lokalnej oferty agroturystycznej. Wymienić możemy tutaj takie działania jak: możliwość uczestniczenia w przygotowaniu regionalnych potraw, z zachowaniem tradycyjnych technologii i obrzędów, zapoznanie się z dziedzictwem kulinarnym regionu, poznanie staropolskich tradycji zielarskich oraz sposobu zbierania ziół i sporządzania z nich produktów leczniczych. Respondenci w ponad 50% uznali te elementy jako bardzo ważne i ważne w ofercie agroturystycznej, wykazując duże zainteresowanie nimi. W przypadku tradycji zielarskich dostrzegamy większy stopień atrakcyjności tej oferty wśród mężczyzn.

Wielu respondentów wyraźnie akcentowało zainteresowanie oryginalnością i niepowtarzalnością oferty, nie potrafiło jednak wskazać co w szczególności to oznacza, oczekując odpowiedzi ze strony ankietowanych. Jest to wyraźny ukłon w stronę lokalnych zasobów typu „wioska Hobbitów” czy „fioletowa krowa”, ukłon podkreślający wagę kształtowania lokalnej oferty wypoczynku na wsi. Rodzi się jednak w tym przypadku kolejny problem, jakim jest promocja „oryginalności”, poinformowanie o lokalnych atrakcjach i ofertach polskiej wsi, gdyż niestety wśród badanych żaden respondent nie przyznał się do znajomości produktów polskiej wsi opisanych w artykule „Opakuj i sprzedaj swoją wieś”, czyli wsi znanych ze świata Hobbitów, świata baśni czy wizji końca świata.

### **Podsumowanie**

Stworzenie oryginalnego produktu, specyficznej oferty związanej z wypoczynkiem na wsi to połowa sukcesu, gdyż znaczna część wypoczywających na obszarach wiejskich, w gospodarstwach agroturystycznych poszukuje nowych przeżyć, możliwości doświadczenia czegoś nowego, znalezienia się w środku wiru życia wsi. Połowa sukcesu, gdyż druga połowa to istota i wagę dotarcia z tą ofertą do potencjalnego turysty.

Kształtowanie lokalnej oferty wypoczynku jest obecnie, co potwierdzają badania, w znacznie większym stopniu interpretowane z ukazaniem czegoś nowego w oparciu o branding dający przewagę rynkową. Ofertę noclegu, wyżywienia i podstawowych atrakcji biernego wypoczynku na wsi oferują już wszyscy, należy zatem zastanowić się nad ukazaniem ikony turystycznej, która będzie magnesem przyciągającym agroturystów.

### **Literatura**

- Kołodziejczyk M.: Opakuj i sprzedaj swoją wieś. Polityka nr 1 (7 stycznia 2006).  
Kościński A.: Pomocność turystyczna. Wprost, nr 14 (8 kwietnia 2007).  
Majewski J., Lane B.: Turystyka wiejska i rozwój lokalny. Fundacja Edukacja dla Demokracji, Warszawa 2003.  
Sznajder M., Przezbórska L.: Agroturystyka. PWE, Warszawa 2006.  
Urry J.: Spojrzenie turysty. PWN, Warszawa 2007.  
Wiatrak A. P.: Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju. [w:] Zeszyty Naukowe AR w Krakowie. Sesja Naukowa, zeszyt 90. Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii. Kraków 2003.

### **Streszczenie**

Artykuł przedstawia agroturystykę jako czynnik rozwoju obszarów wiejskich, ukazując znaczenie kształtowania lokalnej oferty wypoczynku jako warunek sukcesu. Wyniki badań autorów

ukazane w artykule wyraźnie akcentują, że obecnie w warunkach konkurencji, turyści wykazują znacznie większe zainteresowanie oryginalnością i niepowtarzalnością oferty niż elementami, które oferują wszyscy. Rynek zatem stawia przed społecznością wiejską duże wyzwanie, związane z przygotowaniem, opakowaniem i sprzedaniem wsi.

### **Summary**

The paper presents agritourism as a factor of development of rural areas, showing the importance of shaping local offer of holiday rest as a prerequisite of success. The results of authors' research presented in the article clearly stress, that nowadays in the conditions of competitive struggle, tourists reveal much more interest in originality and uniqueness of an offer, than elements offered by everyone. Thus, the market issues the challenge upon a rural community, connected with preparing, packaging and selling a village.

**Maciej Drzewiecki**

Katedra Turystyki

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku

## **Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych na pojezierzach w urządzenia i sprzęt rekreacji ruchowej**

### **Wstęp**

Agroturystyka polska od prawie półwiecza, kiedy jeszcze nie znano tej nazwy, nieprzerwanie ewoluuje od form prostych, niejednokrotnie prymitywnych, zmierzając w kierunku złożonych, wielofunkcyjnych miejsc wypoczynku o wysokim standardzie technicznym i usługowym<sup>1</sup>. Jest to proces w dużej mierze naturalny, a z punktu widzenia biznesowego wręcz nieuchronny, gdyż wzrost dochodów usługodawców możliwy jest w dużej części poprzez modernizację i poszerzanie oferty. Jednak cena tego procesu jest ambiwalentna, bowiem osiągnane w ten sposób niewątpliwe korzyści dla właścicieli oraz całości terenów wiejskich i w rezultacie wzrost „technicznego” standardu wypoczynku są opłacane kosztem spadku (jeżeli nie niwelacji) standardu „ekologicznego”, stanowiącego istotę agroturystyki.

Jednym z kierunków rozwoju gospodarstw agroturystycznych, mieszczącym się w ramach poprawy standardu „ekologicznego” oraz zgodnym z podstawową ideą agroturystyki jako formy czynnego wypoczynku wiejskiego, jest wyposażanie w urządzenia i sprzęt rekreacji ruchowej, pod warunkiem ograniczenia nadmiernej interwencji w środowisko przyrodnicze.

### **Terminologia**

Zgodnie z lansowanym od lat poglądem autora<sup>2</sup> o niewłaściwości równorzędnego traktowania turystyki i rekreacji jako odrębnych dziedzin wiedzy i praktyki, tak jakby turystyka nie była częścią rekreacji, rozumianej jako pojęcie nadrzędne, w niniejszym tekście używa się tego ostatniego pojęcia w znaczeniu wąskim, stosując nazwę „rekreacja ruchowa”. Jej walorem jest powszechna

---

<sup>1</sup>M. Drzewiecki, Kierunki rozwoju agroturystyki w Polsce na tle trendów turystyki wiejskiej.(w) Stsn i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie pomorskim. WSTiH, Gdańsk 2002

<sup>2</sup> M. Drzewiecki, Uwagi o zakresie pojęć: „turystyka”, „rekreacja”, „wczasy”, „wypoczynek”. Przegl. Geogr. t. IV/1984, z. 1

przystępność i oparcie na „oddziaływaniu naturalnych środków: powietrza, wody, słońca, ruchu, łatwych do zastosowania przez przeciętnego turystę, w różnym wieku, który niekoniecznie musi być wdrożony do regularnego uprawiania sportu”<sup>3</sup>. Odnosi się ona do zajęć relaksujących o charakterze gier, zabaw i sportu nie wyczynowego, nie wymagających ani szczególnych umiejętności, ani intensywnego wysiłku<sup>4</sup>. Wśród wielu form rekreacji ruchowej, jakie bez większych nakładów finansowych można i należy zastosować w agroturystyce wyróżniają się:

1. zabawy dziecięce,
2. gry sportowe (tenis stołowy, siatkówka i koszykówka „zabawowe”, piłka nożna – jw., bilard, kometka, rzutki, mini-golf, paint-ball),
3. kąpiele i pływanie: a) w brodzikach i basenach, b) w wodach otwartych,
4. spacer i krótkie wycieczki piesze (zbieractwo płodów leśnych, obserwacja zwierząt, zwłaszcza ptaków, obserwacja krajobrazu),
5. jazda na rowerze,
6. jazda konna (wierzchem i pojazdami),
7. jazda na sankach (zjazdy i za koniem), kuligi, narciarstwo zjazdowe.

Zajęcia wymienione w punktach 1, 2 i 3a można zorganizować w obrębie działki siedliskowej (zagrody), lub w jej najbliższym otoczeniu, w miarę możliwości na areale należącym do właściciela gospodarstwa. Pozostałe zaś poza gospodarstwem, lecz w jego bliskiej odległości.

Uczestnictwo we wspomnianych formach rekreacji ruchowej wymaga wyposażenia gospodarstwa w sprzęt, przyrządy i przybory oraz odpowiednie urządzenia terenowe. Sprzętem takim są piłki, rakiety i rakietki, przenośne zestawy do gier i ćwiczeń gimnastycznych, stoły do tenisa i bilardu, obręcze, skakanki itp. Natomiast terenowe urządzenia rekreacyjne<sup>5</sup> tworzą zagospodarowanie ogródka wypoczynkowego (rekreacyjnego) w obrębie działki siedliskowej – dla dzieci huśtawki, brodziki, przepłotnie, kratownice, kosze do rzutów piłką, a dla starszych urządzenia dla wypoczynku biernego (ławki, fotele ogrodowe, leżaki, parasole słoneczne, pergole i altanki) oraz baseny kryte. Poza działką, lecz w jej najbliższym sąsiedztwie, na terenie rozłogu danego gospodarstwa mogą być zlokalizowane takie urządzenia terenowe jak mini-boiska, pole mini-golfa, baseny otwarte, padoki, teren do paint-balla, padoki. Z kolei na terenie ogólnowiejskim spotyka się ogólnodostępne pływalnie, plaże, boiska pełno wymiarowe, wypożyczalnie sprzętu wodnego, które są budowane i eksploatowane przez samorządy gminne lub

---

<sup>3</sup>T. Wolańska, J. Lisowska, Rekreacja fizyczna turystów korzystających z wypoczynku na wsi (w) S. Arasymowicz, D. Nałęcka, Agroturystyka w społeczno-ekonomicznym rozwoju środowiska wiejskiego. PTNKF i in., Biała Podlaska 1997, s. 135 – 136.

<sup>4</sup>I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Śliwiński (red.), Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe). AWF, Poznań 2001, Toczek-Werner S.: Podstawy rekreacji i turystyki. AWF, Wrocław 2002, Siwiński W., Tauber R.D.: Rekreacja ruchowa. Zagadnienia teoretyczne. Wyd. Nauk. WSHiG, Poznań 2004.

<sup>5</sup>I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Śliwiński (red.), Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe). AWF, Poznań 2001.

organizacje (także nieformalne) zrzeszające kwaterodawców agroturystycznych. W szczególnych przypadkach, na brzegach jezior prywatnych mogą się znaleźć te same urządzenia, stanowiące własność jednego gospodarza, udostępniane tylko jego gościom.

### **Metoda pracy**

Podstawowym źródłem opracowania są niepublikowane prace magisterskie o zweryfikowanej wiarygodności, wykonane pod kierunkiem autora na terenach Pojezierza Pomorskiego i Mazurskiego w Wyższej Szkole Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku oraz Akademii Techniczno-Rolniczej (obecnie Uniwersytet Techniczno-Przyrodniczy) w Bydgoszczy w latach 2004-2007. Ponadto korzystano z materiałów do pracy doktorskiej (Cichocka 2007), realizowanej również pod kierunkiem autora. Wszystkie prace posługiwały się metodą wywiadu kwestionariuszowego, przy czym przestrzegano zasady losowego doboru gospodarstw do badań (z wyjątkiem /9/) oraz metodami uzupełniającymi (analiza dokumentów, wywiady z ekspertami, rozmowy z gospodarzami, obserwacje własne).

### **Wyniki badań**

Analiza charakteru gospodarstw agroturystycznych (rolne, pozarolnicze, inne), w których przebywali ankietowani wczasowicze, pozwala wysnuć wstępne wnioski, dotyczące zależności (lub jej braku) pomiędzy typem gospodarstwa i jego położeniem, a wyposażeniem, głównie w zakresie terenowych urządzeń rekreacji ruchowej. Wnioski te, jak się wydaje, nie zawsze potwierdzają niektóre z obiegowych opinii. Przede wszystkim nie zauważono wyraźniejszego związku pomiędzy istnieniem w gospodarstwie niektórych elementów wyposażenia, a jakimikolwiek parametrami charakteryzującymi badane gospodarstwa (wielkość, położenie, dochodowość, źródło dochodów). Elementy te występują prawie wszędzie (w 60 – 90% gospodarstw), aczkolwiek pod różnymi nazwami. Są to:

- a) miejsca na ognisko, grillowanie lub „biesiadowanie”, które to czynności z reguły łączone są z tańcami (niektóre gospodarstwa urządziły specjalne podesty), śpiewami, a także grami i zabawami zbiorowymi (m.in. Cichocka 2007, Nogas 2004),
- b) wypożyczalnie rowerów,
- c) place zabaw dla dzieci, nie zawsze jednak odpowiednio wyposażone.

Ta grupa urządzeń rekreacji ruchowej (z pewnym zastrzeżeniem, co do charakteru zajęć w punkcie a) nie wymaga nakładów finansowych. Do wypożyczania rowerów wykorzystywane są zarówno pojazdy stanowiące standardowe wyposażenie każdego gospodarstwa wiejskiego, jak i specjalnie zorganizowany park wielu tych



pojazdów (np. firma „Agrotur Bory” w Bysławku k/Tucholi). Korzystanie z rowerów jest jednym z częściej wymienianych przez turystów sposobów rekreacji ruchowej, nic więc dziwnego, że takie potrzeby starają się kwaterodawcy zaspokoić.

Tabela 1. Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych w popularne terenowe urządzenia rekreacji czynnej

Rodzaj urządzenia	Regiony pojezierzy						
	Kaszuby 1	Bory Tucholskie 2	Pow. Elk 3	Kujawy 4	Wlk. Jez. 5	Kartuzy 6	Somonino 7
Urządzone miejsce na ognisko itp.	100%	89%	40%	90%	95%	90%	60%
Place zabaw dla dzieci	95%	71%	88%	61%	100%	56%	100%
Wypożyczalnie rowerów	100%	86%	85%	85-95%	84%	40%	40%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Bielecka R.: Stan i możliwości rozwoju gospodarstw agroturystycznych w powiecie elckim. WSTiH, Gdańsk 2005 (praca magisterska), Budzisz-Wysocka s.: Formy wypoczynku czynnego w gospodarstwach agroturystycznych w powiecie kartuskim. WSTiH, Gdańsk 2005 (praca magisterska), Cichocka J.: Agroturystyka na obszarach o niższych walorach przyrodniczych w województwie kujawsko-pomorskim. Bydgoszcz 2007 (niepublikowane materiały do pracy doktorskiej), Radomska K.: Możliwości wyposażenia gospodarstw agroturystycznych w terenowe urządzenia rekreacyjne na przykładzie gminy Somonino. WSTiH Gdańsk 2007 (praca magisterska), Krawczyk I.: Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych na Mazurach w usługi i urządzenia rekreacyjne. ATR Bydgoszcz 2006 (praca magisterska), Nogas W.: Formy wypoczynku czynnego w wybranych gospodarstwach agroturystycznych na Pojezierzu Kaszubskim. WSTiH Gdańsk 2004 (praca magisterska), Kotowska J.: Formy rekreacji ruchowej w gospodarstwach agroturystycznych w gminach Cekcyn i Tuchola. ATR Bydgoszcz 2006 (praca magisterska)

Uwaga: poz. 4 (Kujawy) obejmuje mniej atrakcyjne przyrodniczo obszary województwa kujawsko-pomorskiego (Cichocka 2007), poz. 5 – Wielkie Jeziora Mazurskie

Najrzadziej spotykane urządzenia i sprzęt to oczywiście te najbardziej kosztowne, np. baseny (tak kryte, jak i otwarte są największą rzadkością – po dwa w powiecie kartuskim i na Kujawach). Jednak związek rzadkości występowania danego rodzaju wyposażenia z jego wysoką ceną nie zawsze się sprawdza. Występuje natomiast wyraźna korelacja (współczynnik korelacji nie był obliczany) z położeniem gospodarstwa w określonym regionie. Na Mazurach i Pojezierzu Kaszubskim znaczna jeziorność oraz wymagania turystów, wymuszają – zwłaszcza wobec konkurencji dużych ośrodków żeglarskich – zainwestowanie w drogi sprzęt pływający. Sprostanie konkurencji wymaga jednak nie tylko wyposażenia w sprzęt

plywający, lecz również najprostszy (rowery, piłki, rakiety – Krawczyk 2006). Na Kujawach z kolei, niższa jakość środowiska przyrodniczego musi być rekompensowana lepszym wyposażeniem, aby nawet nieliczne jeziora stały się atrakcją, zdolną ściągnąć więcej gości.

Tabela 2. Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych w sprzęt pływający

Rodzaj wyposażenia	Regiony pojezierzy						
	1	2	3	4	5	6	7
Kajaki	95%	64%	64%	21% x)	31%	b.d.	35% xx)
Żaglówki	b.d.	-	17%	40%	10%	b.d.	10%
Rowery wodne	b.d.	-	27%	b.d.	11%	b.d.	X

Źródło: jak tabela 1

Uwaga: oznaczenia regionów jak w tabeli 1, x) – organizowanie pływania żeglarskich i kajakowych  
 xx) – razem z rowerami wodnymi  
 b.d. – brak danych, „-” – zjawisko nie występuje  
 X – wypełnianie rubryki niecelowe

W rejonach silnie ujeziornionych (Wielkie Jeziora Mazurskie i Kaszuby) od 56 do 80% gospodarstw posiada jakiś sprzęt pływający – obok wymienionych w tabeli 2 mogą to być także pontony, łódki rybackie (drewniane), czy łodzie wiosłowe (z tworzyw sztucznych).

Wyposażenie w innego rodzaju sprzęt zależne było od szeregu dalszych okoliczności. Istotne znaczenie ma wielkość i bryła budynku i posiadanie dyspozycyjnej powierzchni działki siedliskowej, względnie przylegającego do niej arealu. Poddasze, które prawo budowlane nie zezwala użytkować na cele mieszkalne bywa wykorzystywane na siłownię lub salę bilardową<sup>6</sup>. Odpowiednia wielkość wolnej powierzchni ziemi umożliwia z kolei urządzenie obiektów terenochłonnych, jak pełno wymiarowe boiska do koszykówki i siatkówki, korty tenisowe, golf lub mini-golf, padok, czy choćby łąka do zabaw i gier. Sytuacja taka występuje przeważnie w gospodarstwach rolnych lub porolnych, dysponujących obok działki siedliskowej pewnym arealem gruntów nie użytkowanych, użytkowanych sporadycznie lub stanowiących trwałe użytki zielone. W szeregu przypadkach autorzy powoływanych prac magisterskich stwierdzają, że sam fakt posiadania dużej działki, nawet niezagospodarowanej, lecz pozwalającej na nieskrępowane spacerowanie, opalanie czy zabawy z piłką jest istotnym atutem gospodarstwa.

<sup>6</sup> W. Nogas, Formy wypoczynku czynnego w wybranych gospodarstwach agroturystycznych na Pojezierzu Kaszubskim. WSTiH Gdańsk 2004 (praca magisterska).

Tabela 3. Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych w terenochłonne urządzenia rekreacyjne

Rodzaj urządzenia	Regiony pojezierzy						
	1	2	3	4	5	6	7
Boiska	100%	b.d.	45%	45%	48%	20%	70%
Korty	-	-	-	-	11%	-	20%
Baseny	-	-	2%	2% x)	-	8%	-

Źródło i oznaczenia regionów jak w tabeli 1, x) brodziki

Wyposażenie w sprzęt i przybory w analizowanych gospodarstwach było bardzo dobre. Miejsca zabaw dla dzieci były wyposażone przeważnie w huśtawki i piaskownice (w powiecie elckim odpowiednio 85 i 65% gospodarstw) oraz piłki i rakiety do kometki (badmintona) i tenisa stołowego – nawet na Wielkich Jeziorach Mazurskich 70-80%<sup>7</sup>.

Szczególne miejsce zajmuje rekreacja konna, jako bardzo atrakcyjna i modna forma wypoczynku. Posiadanie koni i jazdę konną deklaruje znaczna część kwaterodawców. Jednakże w tej dziedzinie, wymagającej nie tylko wydatków, lecz i pewnych umiejętności, gospodarze zrzeczają się i oferują rekreację konną niekoniecznie w swoim gospodarstwie, lecz także pośredniczą w jej organizacji u sąsiadów. Na Kujawach bryczki lub sanki posiada tylko 25% gospodarstw, lecz jazdę wierzchem i bryczkami oferują odpowiednio 73 i 69 %<sup>8</sup>.

Tabela 4. Rekreacja konna w gospodarstwach agroturystycznych

Rodzaje rekreacji	Regiony pojezierzy						
	1	2	3	4	5	6	7
Jazda konna	b.d.	39%	b.d.	41%	15%	40%	30%
Bryczki	b.d.	14%	b.d.	69%	b.d.	88%	30%
Sanki, kuligi	b.d.	-	b.d.	36%	38%	56%	20%

Źródło i oznaczenia jak w tabeli 1

Z pośród oryginalnych propozycji rekreacji ruchowej na pojezierzach można wskazać rzadziej oferowane obserwacje zwierząt i ptaków, zwiedzanie okolicy (przeważnie z gospodarzem-przewodnikiem), pieczenie chleba, degustację miejscowych wyrobów<sup>9</sup>, siłownie, boisko do piłki plażowej (jedno), przejażdżki

<sup>7</sup>I. Krawczyk, Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych na Mazurach w usługi i urządzenia rekreacyjne. ATR Bydgoszcz 2006 (praca magisterska).

<sup>8</sup>J. Cichocka, Agroturystyka na obszarach o niższych walorach przyrodniczych w województwie kujawsko-pomorskim. Bydgoszcz 2007 (niepublikowane materiały do pracy doktorskiej).

<sup>9</sup>S. Budzisz-Wysocka, Formy wypoczynku czynnego w gospodarstwach agroturystycznych w powiecie kartuskim. WSTiH, Gdańsk 2005 (praca magisterska).

wozem drabiniastym<sup>10</sup>, czy „atlas” do ćwiczeń fizycznych<sup>11</sup>. Na Wielkich Jeziorach Mazurskich zajęcia związane z wodą są na tyle atrakcyjne, że popularne gdzie indziej grzybobrania tutaj są rzadko spotykane. Jedno z zajęć, propagowanych silnie w literaturze przedmiotu jako szczególnie ważne w agroturystyce, jakim jest uczestnictwo turystów w pracach gospodarskich oferuje od 42% (Wielkie Jeziora) do 53% (Kujawy) kwaterodawców. Ten rodzaj rekreacji jest jednak ograniczony – jak przyznają gospodarze – troską o bezpieczeństwo gości i nieefektywnością takiej niefachowej pomocy.

W badanych gospodarstwach nie napotkano takich obiektów i urządzeń jak pełno wymiarowe boiska, sauny, przystanie lub kąpieliska, czy też pola golfowe będące własnością gospodarzy. Jako nową możliwość uatrakcyjnienia form rekreacji ruchowej można wymienić pomysł zgromadzenia na placu zabaw surowych elementów drewnianych do budowy różnych rozbiernych konstrukcji.

## Wnioski

Badane gospodarstwa agroturystyczne na pojezierzach (razem około 220 sztuk) zostały wybrane w sposób losowy, lecz choć ryzykowne byłoby utożsamianie ich z całą zbiorowością, to jednak pewne tendencje są wyraźne. Można stwierdzić, że agroturystyka pomorska i mazurska w swej większości spełnia oczekiwania w zakresie możliwości realizacji wypoczynku czynnego, a zwłaszcza rekreacji ruchowej. Wyposażenie badanych gospodarstw w służące jej podstawowe urządzenia i sprzęt jest dobre i silnie zróżnicowane regionalnie i jednostkowo, przy czym braki jednych urządzeń są zwykle rekompensowane obecnością innych. W efekcie prawie każde gospodarstwo oferuje jakieś formy rekreacji ruchowej. Stwierdzenia te są szczególnie istotne w konfrontacji z nikłym zainteresowaniem wypocynkiem czynnym u niektórych turystów<sup>12</sup>; dobre wyposażenie może więc spełniać rolę stymulującą udział gości w tego rodzaju zajęciach. Poziom wyposażenia w urządzenia rekreacji czynnej zapewne uległ poprawie w stosunku do jego stanu zanotowanego w niektórych regionach w 2001r.<sup>13</sup>Przyczyna tego leży zapewne głównie po stronie dużej konkurencji w badanych regionach, należących raczej do dobrze rozwiniętych turystycznie, przy czym gospodarstwa oferujące bogaty wachlarz urządzeń rekreacyjnych mogą mimo

---

<sup>10</sup>K. Radomska, Możliwości wyposażenia gospodarstw agroturystycznych w terenowe urządzenia rekreacyjne na przykładzie gminy Somonino. WSTiH Gdańsk 2007 (praca magisterska).

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup>J. Żbikowski, D. Nałęcka, Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w świetle badań ankietowych. (w) Bergier J., Sawicki B. (red.): Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej. PWSZ, Biała Podlaska 2005, Strzembicki L.: Wypoczynek w gospodarstwach wiejskich w opinii turystów. (w) Turystyka wiejska, a rozwój i współpraca regionów. Prace Nauk.-Dydakt. PWSZ, zesz. 15, Krosno 2005.

<sup>13</sup>M. Woźniczko, B. Mikuta, Przystosowanie gospodarstw agroturystycznych do wypoczynku turystów w wybranych regionach Polski. (w) Turystyka wiejska, a rozwój i współpraca regionów. Prace Nauk.-Dydakt. PWSZ, zesz. 15, Krosno 2005.

to konkurować z nimi, nawet jeśli leżą w mniej atrakcyjnych terenach. Jednak pewna liczba gospodarzy nadal bardziej zajmuje się modernizacją i luksusowym wyposażeniem pomieszczeń, ze szkodą dla urządzeń rekreacji ruchowej i poprawy standardu wypoczynku czynnego, jako jednego z ważniejszych atutów gospodarstw agroturystycznych.

### Literatura

- Bielecka R.: Stan i możliwości rozwoju gospodarstw agroturystycznych w powiecie ełckim. WSTiH, Gdańsk 2005 (praca magisterska).
- Budzisz-Wysocka s.: Formy wypoczynku czynnego w gospodarstwach agroturystycznych w powiecie kartuskim. WSTiH, Gdańsk 2005 (praca magisterska).
- Cichocka J.: Agroturystyka na obszarach o niższych walorach przyrodniczych w województwie kujawsko-pomorskim. Bydgoszcz 2007 (niepublikowane materiały do pracy doktorskiej).
- Drzewiecki M.: Uwagi o zakresie pojęć: „turystyka”, „rekreacja”, „wczasy”, „wypoczynek”. Przegł. Geogr. t. IV/1984, z. 1.
- Drzewiecki M.: Kierunki rozwoju agroturystyki w Polsce na tle trendów turystyki wiejskiej.(w) Stsn i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie pomorskim. WSTiH, Gdańsk 2002.
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I., Śliwiński W. (red.): Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe). AWF, Poznań 2001.
- Kotowska J.: Formy rekreacji ruchowej w gospodarstwach agroturystycznych w gminach Cekcyn i Tuchola. ATR Bydgoszcz 2006 (praca magisterska).
- Krawczyk I.: Wyposażenie gospodarstw agroturystycznych na Mazurach w usługi i urządzenia rekreacyjne. ATR Bydgoszcz 2006 (praca magisterska).
- Nogas W.: Formy wypoczynku czynnego w wybranych gospodarstwach agroturystycznych na Pojezierzu Kaszubskim. WSTiH Gdańsk 2004 (praca magisterska).
- Radomska K.: Możliwości wyposażenia gospodarstw agroturystycznych w terenowe urządzenia rekreacyjne na przykładzie gminy Somonino. WSTiH Gdańsk 2007 (praca magisterska)
- Siwiński W., Tauber R.D.: Rekreacja ruchowa. Zagadnienia teoretyczne. Wyd. Nauk. WSHiG, Poznań 2004.
- Strzembicki L.: Wypoczynek w gospodarstwach wiejskich w opinii turystów. (w) Turystyka wiejska, a rozwój i współpraca regionów. Prace Nauk.-Dydakt. PWSZ, zesz. 15, Krosno 2005.
- Toczek-Werner S.: Podstawy rekreacji i turystyki. AWF, Wrocław 2002.
- Wolańska T., Lisowska J.: Rekreacja fizyczna turystów korzystających z wypoczynku na wsi (w) Arasymowicz S., Nałęcka D.: Agroturystyka w społeczno-ekonomicznym rozwoju środowiska wiejskiego. PTNKF i in., Biała Podlaska 1997.
- Woźniczko M., Mikuta B.: Przystosowanie gospodarstw agroturystycznych do wypoczynku turystów w wybranych regionach Polski. (w) Turystyka wiejska, a rozwój i współpraca regionów. Prace Nauk.-Dydakt. PWSZ, zesz. 15, Krosno 2005.
- Żbikowski J., Nałęcka D. Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w świetle badań ankietowych. (w) Bergier J., Sawicki B. (red.): Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej. PWSZ, Biała Podlaska 2005.

## Streszczenie

Referowane badania wyposażenia 220-tu gospodarstw agroturystycznych w urządzenia rekreacji ruchowej prowadzono na obszarze pojezierzy w ramach 7 prac magisterskich i 1 doktorskiej. Badane gospodarstwa zapewniały swym gościom na ogół dobre lub bardzo dobre warunki wypoczynku czynnego. Powszechnie spotykane urządzenia temu służące to place zabaw dla dzieci (z odpowiednim sprzętem), miejsca na ognisko i grillowanie z platformą do tańca oraz wypożyczalnie rowerów, a także piłki i rakiety. W gospodarstwach rolnych, posiadających tereny nie użytkowane, tworzone mini-boiska do gier sportowych, zaś w nadwodnych wypożyczalnie sprzętu wodnego. Te ostatnie były jednak rzadsze. Turystykę konną (powozami i wierzchem) oferowało niezbyt wiele gospodarstw. Nie spotkano dużych boisk, saun, przystani i kąpielisk prywatnych i tylko 3 baseny kryte.

## Summary

The researches of recreational equipment for active leisure have been made in 220 agritourism farms in northern Poland (the lakes land). Generally these farms have good/very good conditions to active rest for their guests. Playgrounds were there common and camp-fires, grill places with dance platforms, hiring establishments of bicycles, rackets and balls too. In agriculture farms having no-using area there were mini sports fields and on the other hand located inshore there were water equipment hiring establishments. Horse tourism (on top and by carriages) was offered by few farms only. There were no standard-size sports fields, private watering-places, boat-houses and only 3 swimming-pools.

**Dominik Orłowski, Krystyna Żelazna**

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych  
w Warszawie

## **Kuchnia regionalna i jej wykorzystanie do uatrakcyjnienia oferty turystycznej na wsi**

### Wstęp

Dane publikowane przez Światową Organizację Turystyki potwierdzają, że turystyka jest jedną z najlepiej rozwijających się gałęzi gospodarki. Polska przez długi czas pozostawała poza głównym nurtem rozwijającej się turystyki światowej, i jej potencjał w tym zakresie był wykorzystywany minimalnie, choć jest on bez wątpienia znaczny.

W wielu państwach rozwój turystyki wiejskiej odgrywa coraz większą rolę. Zarówno w Unii Europejskiej, jak i w Polsce turystyka ta jest ważnym elementem w ożywianiu gospodarki na wsi<sup>1</sup>.

Szansą dla turystyki wiejskiej jest to, że modne rejon turystyczne są nadmiernie przeciążone oraz zbyt drogie. Turystyka na terenach wiejskich, w przeciwieństwie do turystyki masowej oferowanej przez przemysł turystyczny, stwarza możliwość bliskiego kontaktu z przyrodą, poznania lokalnej kultury i zwyczajów oraz korzystania z regionalnej żywności itp.

Polska kuchnia jest bardzo smaczna i urozmaicona. Wysokiej jakości surowce i produkty żywnościowe wraz z dziedzictwem kulinarnym polskiej wsi (posiłki codzienne i świąteczne) przyczyniły się do powstania znakomych potraw regionalnych, które uatrakcyjniają ofertę turystyczną na obszarach wiejskich.

### **Turystyka jako element rozwoju lokalnego na obszarach wiejskich**

Prowadzone w wielu krajach obserwacje aktywności gospodarczej rodzin rolniczych w zakresie turystyki wskazują, że jest ona głównie konsekwencją poszukiwania dodatkowych bądź alternatywnych dochodów w wielu dziedzinach stanowiących otoczenie rolnictwa, w wyniku spadku opłacalności produkcji rolniczej i pogorszenia się poziomu życia mieszkańców obszarów wiejskich.

Szczególne potrzeby poprawy sytuacji gospodarstw rolnych występuje w Polsce, gdzie rozwijająca się nie bez problemów gospodarka rynkowa postawiła mieszkańców wsi w sytuacji znacznego ograniczenia możliwości zbytu płodów rolnych przy niskich i niestabilnych cenach a równocześnie rosnących kosztach produkcji, relatywnie dużego bezrobocia, ograniczenia szans awansu życiowego młodzieży wiejskiej oraz obniżenia stopy życiowej. W tej sytuacji odnowa polskiej wsi może dokonać się głównie poprzez zmiany w sferze pozarolniczej, stwarzające nowe miejsca pracy w wielu dziedzinach stanowiących otoczenie rolnictwa oraz wyzwalające aktywność mieszkańców obszarów wiejskich w zakresie poszukiwania alternatywnych sposobów wykorzystania zasobów gospodarstw rolnych i naturalnych walorów wsi.<sup>2</sup>

Oferowanie turystom podstawowych składników produktu turystycznego, jakimi są zakwaterowanie i wyżywienie jest właśnie alternatywnym sposobem wykorzystania potencjału rodzinnego gospodarstwa rolnego i źródłem dodatkowych dochodów. Ponadto, zaspokajanie różnorodnych potrzeb turystów w zakresie rekreacji i ciekawego spędzania czasu wolnego rodzi dalsze możliwości zatrudnienia i dodatkowych dochodów. Usługi w zakresie przewodnictwa wycieczek pieszych, rowerowych czy konnych, organizowanie kuligów i wspólnej

---

<sup>1</sup> M. Kłodziński, *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i krajach Unii Europejskiej*, Wyd. IRWiR PAN, Warszawa 2002.

<sup>2</sup> [www.ppr.pl](http://www.ppr.pl), 26.06.2007.

zabawy przy ognisku, prezentacja lokalnego folkloru, występy artystyczne, prowadzenie pokazów i nauczanie przyrządzania regionalnych potraw, tradycyjnych sposobów przetwórstwa żywności, lokalnego rzemiosła, to jedynie wybrane przykłady nieograniczonych wręcz możliwości aktywizacji mieszkańców wsi poprzez rozwój turystyki na obszarach wiejskich<sup>3</sup>.

Turystyka wiejska jest jedną z form turystyki alternatywnej, która przybiera formę wyjazdów organizowanych zazwyczaj samodzielnie w małych grupach, a pobyt w odwiedzanej miejscowości łączy się z mieszkaniem w małych hotelach, pensjonatach lub kwaterach prywatnych, domach letniskowych czy kempingach. Oferuje ona wypoczynek "bliżej natury", ma przysporzyć jak najwięcej korzyści miejscowej ludności i przedsiębiorcom turystycznym.

Założeniem tej formy turystyki jest minimalizacja szkód społecznych i ekologicznych. Turystyka wiejska jest taką formą turystyki, która w sposób mało inwazyjny adaptuje się do miejscowego środowiska przyrodniczego i kulturowego, często wzbogacając go o nowe wartości<sup>4</sup>.

Turystyka wiejska według M. Drzewieckiego<sup>5</sup> oznacza całokształt gospodarki turystycznej, która odbywa się na terenach wsi. Jest to forma wypoczynku mająca miejsce w środowisku wiejskim wykorzystująca specyficzne walory i zasoby wsi. Obejmuje ona różnorodne formy rekreacji związane z wędrownkami, uprawianiem sportu, krajoznawstwem, poznawaniem wsi i życia jej mieszkańców, a także z osobistymi z nimi kontaktami.

Turystyka na obszarach wiejskich jest zjawiskiem:

- ekonomicznym - wywiera ona wpływ na powstawanie nowych produktów i dziedzin usługowych aktywizujących działalność gospodarczą,
- przestrzennym - aktywizującym obszary, miejscowości, na których rozwija się ruch turystyczny tak pod względem rozbudowy infrastruktury inżynierskiej, noclegowo-żywnościowej, handlowo-usługowej, turystycznej jak i pod względem ochrony środowiska przyrodniczego i kulturowego,
- społecznym - umożliwia nawiązywanie kontaktów z miejscową społecznością, przenikanie się wzorców kulturowych.

Formą turystyki wiejskiej jest agroturystyka<sup>6</sup> określana jako forma wypoczynku, która realizowana jest na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową i aktywności reakcyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym).

## Najbardziej atrakcyjne regiony dla rozwoju

<sup>3</sup> Tamże.

<sup>4</sup> K. Żelazna, Polski produkt turystyki wiejskiej i jego konkurencyjność na krajowym rynku usług turystycznych, [w:] Pieńkos K. (red.), Konkurencyjność polskiego produktu turystycznego, Wyd. WSE, Warszawa 2005.

<sup>5</sup> M. Drzewiecki, Podstawy agroturystyki, Wyd. OPO, Bydgoszcz 2002.

<sup>6</sup> B. Mikuta, K. Żelazna, Organizacje ruchu turystycznego na wsi, Wyd. Format – AB, Warszawa 2004.



## **turystyki wiejskiej w Polsce**

Polska ma zróżnicowane środowisko geograficzno-przyrodnicze, dzięki równoleżnikowemu układowi krain geograficznych, obejmującemu: pobraża, pojezierza, niziny, wyżyny i góry. Z tego względu ma ona szerokie możliwości oferty turystyki na obszarach wiejskich.

Zdaniem H. Legienisa<sup>7</sup>, za kryteria kwalifikujące regiony do rozwoju tej turystyki uważa się:

- cechy wspólne ze względu na środowisko naturalne, architekturę i kulturę;
- dotychczasową współpracę i powiązania regionalne;
- obszary o charakterystycznej i uznanej tożsamości, znanej nazwie;
- strukturę ruchu turystycznego;
- atrakcyjność oferty;
- bliskość różnych segmentów rynku;
- naturalne granice.

Przy zastosowaniu powyższych kryteriów, H. Legienis<sup>8</sup> za tereny najbardziej przydatne do rozwoju turystyki wiejskiej uznał w poszczególnych regionach:

- Pomorze - pojezierza: Drawskie, Kaszubskie, Myśliborskie, Wałęckie i Krajeńskie;
- Mazury - pojezierza: Chełmińskie, Iławskie, Olsztyńskie, Ełckie i Suwalskie oraz Garb Lubawski;
- Dolny Śląsk - Sudety, Wzgórza Trzebnickie, Równina Opolska;
- Karpaty - Tatry, Beskidy, Pogórze Karpackie;
- Podkarpacie - Kotlinę Sandomierską ;
- Wielkopolska - Pojezierza: Lubuskie, Poznańskie, Leszczyńskie, Gnieźnieńskie, Kotlina Gorzowska, Wzgórza Tureckie, Wysoczyznę Kaliską;
- Polska Centralna - Niekę Sieradzką, Równinę Kutnowską, Wysoczyznę Płońską, Wysoczyznę Ciechanowską;
- Pas Wyżyn - Wyżynę Małopolską, Wyżynę Krakowsko-Częstochowską, Wyżynę Lubelską, Roztocze;
- Polska Wschodnia: Wysoczyznę Siedlecką, Dolinę Bugu i Narwi oraz Nizinę Podlaską.

Wszystkie te regiony odznaczają się większą lub mniejszą specyfiką w zakresie charakteru przestrzeni wiejskiej i mogą zaoferować liczne możliwości dla tej formy turystyki.

### **Rys etnograficzny tradycyjnego pożywienia ludowego w odniesieniu do zróżnicowań regionalnych na obszarach wiejskich<sup>9</sup>**

<sup>7</sup> H. Legienis, Turystyka wiejska, Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa 2001.

<sup>8</sup> Tamże.

Różnice w sposobach wyżywienia ludności wiejskiej w Polsce nie były nigdy podstawą wytyczenia odrębnych regionów, w których dominowałyby lub powtarzałyby się określone układy cech, a nie pojedyncze elementy systemu pożywienia.

Z całokształtu zagadnień składających się na obraz pożywienia ludowego specyfika regionalna wyrażała się przede wszystkim w potrawach, ich nazewnictwie i sposobie przyrządzania na ogół z jednakowych wszędzie surowców, pozyskiwanych i przerabianych mniej więcej w ten sam sposób. Dla obrazu tradycyjnego pożywienia wsi nie bez znaczenia był podział Polski na trzy zabory. Różne poza tym było nasilenie wpływów wewnętrznych, takich jak dwory, miasta, ośrodki przemysłowe czy nieco później szkoły gospodarcze.

Strukturę pożywienia, w której ważne miejsce zajmują produkty żywnościowe podzielić można na podstawowe i uzupełniające lub zastępcze, których udział w konsumpcji zmieniał się przede wszystkim od sytuacji materialnej warstwy chłopskiej. W pożywieniu tradycyjnym podstawowymi produktami żywnościowymi były przetwory zbożowe, tj. mąka i kasza, które przerabiano z żyta, jęczmienia, gryki (szczególnie na Kaszubach) i prosa, a na terenach mało urodzajnych, z owsa, oraz sporadycznie z orkisz i krzycy. Po I wojnie światowej nastąpiło ograniczenie spożycia mąki i kasz, a wzrosło spożycie chleba a więc zużycia mąki służącej do jego wypieku.

Ważnym składnikiem tradycyjnego pożywienia ludowego były brukiew i rzepa, które w ciągu pierwszej połowy XX wieku, a wcześniej na zachodnich terenach kraju, przeszły z pożywienia ludzi do karmy inwentarza żywego. Miejsce ich zajęły ziemniaki, szybko zyskujące miano pożywienia codziennego. Dominacja ziemniaków charakteryzowała konsumpcję większości terenów naszego kraju, będąc zarazem symbolem niskiej kultury wyżywienia.

Obok nich podstawowym produktem była kapusta oraz groch i fasola. Inne warzywa stanowiły dodatek do potraw, zwłaszcza polewek (np. marchew, pasternak, cebula, czosnek, pietruszka) lub sezonowe uzupełnienie jadłospisu (np. bób, soczewica, ogórki, buraki, dynia). Podkreślić należy, iż warzywa spożywano najczęściej gotowane lub kiszzone. Dopiero po II wojnie światowej rozpowszechniło się spożywanie warzyw w stanie surowym.

Obok produktów roślinnych ważne miejsce zajmował nabiał, a zwłaszcza mleko krowie (słodkie i kwaśne) i jego przetwory w postaci serów, maślanek i serwatki. Mleko kóz spożywała ludność najuboższa. Masło i jaja natomiast odgrywały marginalną rolę w pożywieniu ludowym. Mięso natomiast, i to przede wszystkim wieprzowe, spożywane było okresowo z okazji większych uroczystości

---

<sup>9</sup> Opracowano na podstawie: B. Błaszczyńska, Wyżerka jak u babci czyli specjały kuchni kujawsko – pomorskiej, Wyd. ODR Minikowo, Bydgoszcz 2001.

i świąt, nieco częściej w zimie po okresie zwyczajowego świniobicia. Cenny był przede wszystkim tłuszcz wieprzowy zwłaszcza wędzona słonina, z braku, którego rolę omasty spełniało mleko, śmietana albo łój wołowy, a w czasie postów olej lniany, rzepakowy lub konopny.

W zamożnych domach chłopskich zdarzało się, iż późną jesienią jadano tuczone gęsi (np. Pomorze). Natomiast mięso królików jadała ludność uboga. Tylko na duże uroczystości rodzinne, jak wesela, zabijano cielę, wieprza lub jałówkę.

Jeżeli chodzi o miód, to mimo rozwiniętej na wielu terenach kraju hodowli pszczół, miód sporadycznie znajdował się w jadłospisie ludowym, zwłaszcza jako składnik wieczerzy wigilijnej, przysmak dzieci lub poczęstunek.

W tradycyjnym pożywieniu pewną rolę odgrywały owoce, a zwłaszcza śliwki, gruszki i jabłka, które suszono; ze śliw robiono powidła, a jabłka kiszono wraz z kapustą. Wykorzystywano też owoce dziko rosnące. Uzupełniającą rolę pełniły jagody leśne. Z roślin pochodzących ze zbieractwa większe znaczenie od jagód posiadały grzyby oraz zielone pędy lebiody, pokrzywy, skrzypu, szczawiu itp.

Ludność uboższa zbierała też owoce buka na olej oraz żołądź na kawę, a liście lub kwiaty lipy, dziurawca, poziomki i innych roślin na napój będący namiastką herbaty albo lekarstwem na wiele dolegliwości. Zwierzyna łowna odgrywała niewielką rolę w pożywieniu ludowym, a znaczenie rybołówstwa uzależnione było od warunków środowiskowych i zajęcia ludności.

W pożywieniu na przełomie XIX i XX wieku produkty żywnościowe nabywane drogą kupna, nie miały podstawowego znaczenia, pełniąc rolę uzupełniających lub zastępczych. Niezbędna w kuchni była jedynie sól, której konieczność zakupu za gotówkę lub drogą wymiany prowadziła do oszczędnego jej używania. Łatwiejsze było obchodzenie się bez cukru, które zastępowano nieraz tańszą sacharyną.

Z okazji większych uroczystości, a więc sporadycznie zaczęto nabywać kawę ziarnistą. Dopiero w okresie I wojny światowej, a zwłaszcza po niej, rozpowszechniła się kawa zbożowa, często domowego wyrobu z żyta lub jęczmienia. W sklepach nabywano też przyprawy, jak pieprz, szafran, liście laurowe. Ważne znaczenie jako potrawa postna miały marynowane lub solone śledzie.

Przetwórstwo produktów żywnościowych z końcem ubiegłego wieku i na początku XX w. odbywało się poza wyrobem oleju i przemiałem zboża (zwłaszcza pszenicy) na jasną, pytlową mąkę - w ramach własnego gospodarstwa wiejskiego. Każde z nich posiadało żarna do mielenia mąki i łamania kaszy oraz stępy do wyrobu kaszy. Przerabiano je głównie na bieżące spożycie. Zaopatrzenie gospodarstwa w mięso i tłuszcz wieprzowy pochodziło z tzw. świniobicia, urządzanego w domach na ogół tylko raz do roku, przed świętami Bożego Narodzenia, a u zamożniejszych również przed Wielkanocą. Ważnym jego

wytworem była słonina, mięso, kaszanki oraz kiełbasy. Przetwory te - poza kaszankami - były solone, suszone, a zwłaszcza wędzone w kominach domów, w specjalnie stojących poza domem wędzarniach, a na zachodzie kraju w pomieszczeniach budowanych najczęściej na strychach domów. W tym czasie zaczęły rozpowszechniać się też nowe przetwory wędliniarskie, a miejsce solonej słoniny zaczęła zajmować topiona.

W zakresie przetwórstwa spożywczego zróżnicowanie regionalne występowało w produkcji serów. Polegało ono na używaniu do wyrobów serów w całej Polsce kwaśnego mleka krowiego, a tylko w Karpatach słodkiego mleka owczego. Wyrób masła odbywał się w drewnianych masielnicach, z których najbardziej rozpowszechnione były w Polsce, wysokie a wąskie naczynia klepkowe z tłuczkiem do rozbijania śmietany (kierznie, maślnice z tłuczkiem). Obok tego typu na zachodzie i północy kraju (na Pomorzu) występowały masielnice kołyskowe na biegunach, przeznaczone do wyrobu na ogół większej ilości masła.

W tym miejscu należy poświęcić jeszcze uwagę pieczeniu chleba, które w tradycji należało do czynności każdej gospodyni, a niemal każdy dom zaopatrzone był w piec chlebowy. Do wyrobu chleba używano mąki żytniej, jęczmiennej, gdzieśgdzie też owsianej i gryczanej. Do ciasta dodawano, celem zaoszczędzenia mąki, spulchnienia ciasta lub zachowania dłuższej świeżości, gotowane ziemniaki, groch, bób, maślanekę.

Wśród sposobów konserwacji żywności, zachowało się wiele starych technik. Do nich należy między innymi suszenie, które dzięki prymitywnym urządzeniom ogniowym do niedawna połączone było z wędzeniem. Suszeniu poddawano grzyby, sery twarogowe, owoce.

Wędzenie w dymie jest starym sposobem konserwacji, któremu poddawano na terenie całej Polski mięso i słoninę oraz śliwki, w Karpatach - sery owcze, a na terenach nadmorskich również ryby. Duże znaczenie posiadało też solenie, zwłaszcza mięsa i słoniny oraz masła i serów, a na niektórych terenach, sprzyjających rozwojowi rybołówstwa, również ryb. Sól odgrywała też ważną rolę, jako środek pomocniczy przy innych technikach konserwacji, jak na przykład kiszenie żywności (kapusty, ogórków, buraków czerwonych, grzybów).

Kwaszenie należało nie tylko do starych technik konserwacyjnych, ale prowadziło do fermentacji, będącej wstępnym zabiegiem przy sporządzaniu niektórych potraw (np. żuru), wyrobie chleba, kiszeniu mleka.

W tradycyjnym pożywieniu ludowym opartym na produktach pochodzących z własnego gospodarstwa istotne było, obok konserwacji żywności, jej przechowywanie pozwalające na robienie zapasów z corocznych zbiorów plonów.

Bulwy i korzenie jadalne przechowywano najczęściej w piwnicach. W okresie międzywojennym na zachodzie kraju, a po II wojnie światowej także w innych częściach kraju rozpowszechniło się przechowywanie żywności w

słojach wekowych, przyczyniając się do znacznego urozmaicenia robionych zapasów.

Następny ważny element struktury pożywienia ludowego to potrawy, będące poprzez sposób łączenia i przyrządzania tych samych na ogół w całym kraju produktów żywnościowych, właściwymi dla kultury poszczególnych społeczności wiejskich.

W tradycyjnym pożywieniu ludowym wyróżnić można dwa podstawowe rodzaje potraw: płynne polewki i zagęszczone bryje oraz bliskie im pod względem konsystencji kasze i kluski, które łączył jeden sposób przyrządzania, tj. gotowanie. Polewki gotowano najczęściej z mąki sypanej na wodę lub mleko, a często też na maślanke i serwatkę. Do powszechnych i cenionych w całym kraju należały inne polewki kwaśne, sporządzane na kwasie z kiszzonej kapusty lub żur z zakiszzonej mąki żytniej. W tradycyjnym pożywieniu szeroko znana była polewka z suszonych owoców. Osobne miejsce jako potrawa niecodzienna zajmuje polewka z mięsa (wędzonego lub solonego) gotowanego na wodzie, ale też często na serwatce, mleku lub kwasie z kiszzonej kapusty. Powszechnie znana była też polewka z krwi gęsi, kaczki lub wieprza, gotowanej z suszonymi owocami i korzeniami, występująca pod nazwą czerniny lub juchy.

Potrawy bryjowate ze względu na gęstą konsystencję i surowce, z których były przyrządzane (zboża i rośliny strączkowe), zajmowały ważne miejsce w codziennym pożywieniu wsi, mając duże właściwości sycące i rozgrzewające. Wśród nich na szczególną uwagę zasługuje prażucha, ze względu na rozpowszechnienie w całym kraju jak też technikę przyrządzania. Często potrawą była gotowana brukiew, zagęszczana mąką, groch, fasola, kapusta oraz kasza. Do najbardziej rozpowszechnionych potraw należał groch z kapustą, brukiew z ziemniakami, ziemniaki z kapustą oraz kasza jęczmienna z grochem. Wartość tej bryi podnosiła omasta, którą stanowiła słonina.

Ważne miejsce w pożywieniu ludowym zajmowały kluski, które ze względu na swą dużą wartość kaloryczną i sycącą były wyżej cenione niż ziemniaki, a jako droższe od nich stanowiły często potrawę świąteczną i niedzielną. Wśród potraw mącznych wymienić należy gotowane lub pieczone pierogi. Na terenach o mniejszym udziale zbóż, przyrządzano potrawy z ziemniaków gotowanych i surowych tartych pieczonych na blasze. Wspomnieć należy jeszcze o napojach, wśród których najpopularniejszym było mleko. Na przełomie XIX i XX w. kawę ziarnistą pito tylko od święta.

W tym czasie do jadłospisu chłopskiego weszła herbata, najczęściej zaprawiana rumem lub arakiem. Inne funkcje miała herbata z suszonych ziół oraz sok z brzozy i klonu. Z napojów alkoholowych używanych na wsi należy przede wszystkim wymienić wódkę i piwo.

Posiłki najogólniej podzielić możemy na codzienne, postne, świąteczne, obrzędowe i okolicznościowe. Posiłki niedzielne zaczęły wyróżniać się od

pożywienia codziennego dopiero w miarę polepszenia się sytuacji materialnej chłopów, a ostatnio stały się pożądanym wzorem dla żywienia codziennego. Najistotniejsze zmiany, jakie zaczęły następować w ciągu XX w., a zwłaszcza po II wojnie światowej, dotyczą wprowadzania do posiłku rannego potraw nie gotowanych, stanowiących też, choć rzadziej, wieczerę oraz przygotowywania na południe potraw według wzoru miejskiego z zupą i drugim daniem.

W tradycyjnym żywieniu ważne miejsce zajmowały posiłki postne podawane w piątki, a nawet w środy i soboty oraz w ciągu czterdziestodniowego postu przed Wielkanocą. Powszechnie przestrzegano postu w wigilię Bożego Narodzenia i w Wielki Piątek przed Wielkanocą. Potrawy postne to przede wszystkim kwaśne polewki gotowane na wodzie i maszczone olejem, postne ziemniaki, kapusta, groch, śledzie.

Pożywienie świąteczne, zwłaszcza na Boże Narodzenie i Wielkanoc, było szczególnie wystawne, składało się z produktów trudno dostępnych dla ludności wiejskiej, a więc z mięsa, i to nie gotowanego a pieczonego, polewki mięsnej, wędlin, chleba, kołaczy.

W żywieniu wielkanocnym ważną rolę odgrywała wędzonka, święcona wraz z innymi produktami jak chleb, jajka, ser, chrzan itp. i spożywana wraz z nimi w pierwszy dzień świąt.

Z obrzędowego na szczególną uwagę zasługuje żywienie weselne, najbardziej wystawne i składające się z potraw niecodziennych, które podnosić miały rangę uroczystości i stanowić jedyną okazję nieograniczonej konsumpcji mięsa, pieczywa, alkoholu, a nieraz też chleba.

Wspomnieć też należy o żywieniu okolicznościowym podawanym z okazji zakończenia większych prac, wykonywanych często na zasadzie współdziałania sąsiedzkiego, świniobicia, odpustu itp. Ważną rolę spełniał wtedy alkohol, chleb, wędliny, ser i kołacze.

Jak widać żywienie nie tylko służyło zaspakajaniu podstawowych potrzeb fizjologicznych organizmu, ale pełniło w całokształcie życia społeczności wiejskiej wiele funkcji poza biologicznych. Żywienie będąc wynikiem określonych stosunków kulturowych regulowane było zwyczajami; ułatwiało nawiązywanie i umacnianie więzi społecznych i rodzinnych. Dlatego też funkcja społeczna żywienia wyrażała się w wielu strefach życia codziennego, począwszy od pomocy wzajemnej w pozyskiwaniu żywności, przez jej podział, gościnność aż do uzależnienia gospodarczego w tradycyjnej społeczności wiejskiej, w której żywność traktowana była również jako zapłata za prace rolne, forma pomocy sąsiedzkiej i środek nabywania dóbr i usług.

### **Atrakcyjność kuchni regionalnej w Polsce**

Polska jest bardzo urozmaicona pod względem rzeźby terenu, warunków klimatycznych i związanych z nimi możliwościami uprawy ziemi i hodowli zwierząt. Te czynniki i wiele innych, tkwiących w temperamencie i zwyczajach ludowych, przyczyniły się do wytworzenia specyficznych potraw, charakterystycznych dla danych regionów tworzących kuchnie regionalne.<sup>10</sup>

Kuchnie poszczególnych regionów kraju znacznie różnią się między sobą nie tylko sposobem przyrządzania, ale również rodzajem najczęściej stosowanych produktów oraz występujących dla danego obszaru potraw i tak np.:

- Małopolska ma oscypek, bryndzę, bundz, redykołkę, zentycę, kielbasę lisiecką, jodłownicki kołacz z serem, chleb prądnicki,
- Podkarpacie - pierogi z kaszą jaglaną i serem, kielbasę głogowską, gomółki, krupiak, proziaki, przysmak zapiekany markowski, powidła krzeszowskie;
- Podlasie i Suwalszczyzna - sękacz, kartacze, ser koryciński, soczewiaki sejneńskie, pieriekaczewnik, kiszka i babkę ziemniaczaną;
- Wielkopolska - pyry z gzikiem, ślepe ryby, szagówki, kluchy na łąchu, parzybroda, babka wielkopolska, rogałe świętomarcińskie;
- Śląsk – krupniok śląski, ciulim lelowski, kluski śląskie, modrą kapustę, śląską roladę, kołacze z kruszonką lub masą serową albo makową;
- Mazowsze - chleb kołacz, farsz z soczewicy, sójki mazowieckie, piwo kozicowe, bliny kurpiowskie, rajbak, fafernuchy;
- Lubelszczyzna – piróg biłgorajski, gryczaki, kluchy ziemniaczane, kulebiaczki, parowańce z kaszą jaglaną, racuchy z makiem;
- Warmia i Mazury – kartoflanka po wschodnioprusku, wereszczaki, pokuczaj, fraszynki, dzyndzałki, placki maślankowe;<sup>11</sup>
- Pomorze - specjały kulinarne, które stanowią głównie ryby morskie, na czele z dorszem, ale też klasyczne potrawy kuchni kaszubskiej czyli: zupę z żółtej brukwi, gęsinę kaszubską, okrasę z gęsiny i ciasto drożdżowe z kruszonką.<sup>12</sup>

Smak kuchni narodowych czy regionalnych to prosta pochodna smaku i jakości surowców oraz produktów, z których komponowane są dania. Nie można uzyskać prawdziwego smaku kuchni polskiej poza Polską.

Tak samo jest też z regionami. Każde miejsce na ziemi posiada swój specyficzny mikroklimat, glebę, mikroflorę środowiskową i temu podobne wyróżniki, które

---

<sup>10</sup> D. Orłowski, Regionalne potrawy i tradycyjne produkty żywnościowe jako czynnik rozwoju turystyki na obszarach wiejskich, [w:] Brelik A. (red.), Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich, Wyd. Akademia Rolnicza, Szczecin 2005.

<sup>11</sup> D. Orłowski, M. Woźniczko, Polskie kuchnie regionalne w agroturystyce, [w:] Ditrich B., Słubik D., (red.), Produkt regionalny i tradycyjny a agroturystyka, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.

<sup>12</sup> K. Żelazna, M. Woźniczko, Kuchnia regionalna jako atrakcja turystyki wiejskiej w województwie pomorskim, [w:] D. Dudkiewicz, E. Midura, E. Wysocka, (red.), Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, Wyd. WSE, Warszawa 2006.

determinują smak kiszzonek, serów, wędlin dojrzewających, ciast i pieczywa. Smak kuchni tworzy się także ze smaku przypraw i dodatków oraz oddziaływania specyficznej mikroflory środowiskowej. To właśnie ona stawia, że ogórki czy kapusta się kiszają, sery i wędliny dojrzewają, a owoce i warzywa mają niepowtarzalny smak<sup>13</sup>.

Turyści są ciekawi krajów, które odwiedzają. Nie tylko interesują się cudami natury czy zabytkami, ale w znacznym stopniu, a niektórzy przede wszystkim, dziedzictwem kulinarnym regionów i państw. I to z tej smacznej perspektywy zaspokajają swoją ciekawość poznawania innych kultur. W Polsce również rośnie rzesza tych, którzy coraz bardziej doceniają autentyczną naturalną, często tradycyjną żywność. W kuchniach regionalnych i narodowych ogromnie ważna jest tradycja i powszechne standardy, bez których nigdy nie zbuduje się prawdziwej marki kuchni. Tradycja nie może być – szczególnie w kuchni – mylona z modą. Moda zmienia się i przemija, a tradycja jest czymś ogromnie ważnym, bo stanowiącym istotę tożsamości narodowej i regionalnej, która trwa przekazywana z pokolenia na pokolenie<sup>14</sup>.

Kuchnia regionalna jest kuchnią, która wyrosła z tradycji żywieniowych kształtowanych przez wieki przez ludność zamieszkującą poszczególne regiony.

Według E. Michoty- Katulskiej<sup>15</sup> jest kuchnią bazującą na surowcach i produktach pochodzących z danego regionu, a sposoby przyrządzania potraw są zgodne z tradycyjną recepturą. Podstawową cechą charakterystyczną produktów tradycyjnych i regionalnych, a zatem kuchni na nich opartej, jest jakość, będąca wynikiem tradycyjnego sposobu wytwarzania oraz walorów danego miejsca, jak specyficzny klimat czy skład gleby - czynników, które mają zasadniczy wpływ na jakość surowca.

Obecny kształt polskich kuchni regionalnych jest wynikiem<sup>16</sup>:

- dostępu do naturalnych zasobów, co z kolei jest uzależnione od położenia geograficznego;
- oddziaływania kuchni narodów sąsiadujących z poszczególnymi regionami;
- w przeszłości wpływu kuchni obcych narodów, co bezpośrednio było związane z różnym stopniem rozwoju gospodarczego poszczególnych regionów - kontaktami handlowymi, migracjami ludności itd. oraz kuchni zaborców;

---

<sup>13</sup> G. Russak, Tradycja na polskim stole, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, Warszawa 2005.

<sup>14</sup> Tamże.

<sup>15</sup> E. Michota – Katulska, Kuchnia regionalna – konkurencyjny produkt turystyczny regionu, [w:] D. Dudkiewicz, F. Midura, E. Wysocka, (red.), Turystyka i Rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, Wyd. WSE, Warszawa 2006.

<sup>16</sup> D. Orłowski, M. Woźniczko, Kuchnia jako element tradycji ludowej w turystyce wiejskiej, [w:] Ditrich B. (red.), Marka w turystyce wiejskiej, catering, bar, mała gastronomia z elementem tradycyjnego produktu regionalnego, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.



- stopnia zachowania i kultywowania tradycji oraz zwyczajów, związanych z żywieniem.

### **Kuchnia regionalna jako element uatrakcyjnający ofertę turystyczną na wsi**

W okresie kilku ostatnich lat potrzeby turystyczne uległy przewartościowaniu, wzrosły wymagania jakościowe zmienił się pogląd dotyczący wypoczynku na wsi. Turysta oczekuje nie tylko noclegu i wyżywienia, ale także specjalistycznych atrakcji, które urozmaicą pobyt, szczególnie, jeśli trafi na niekorzystną aurę.

Kuchnia regionalna jest niewątpliwie właśnie takim dodatkowym elementem uatrakcyjnienia pobytu turysty. Korzyścią dla turysty będzie w tym przypadku przede wszystkim nieco inny sposób zaspokajania podstawowej potrzeby człowieka, jaką jest potrzeba żywienia, poznanie produktów spożywczych innych niż standardowe, produkowane masowo i powszechnie dostępne, zaś w ramach potrzeb wyższego rzędu poznanie różnych aspektów dziedzictwa kulturowego, dotyczącego głównie sposobów wytwarzania tradycyjnych przetworów i potraw oraz zwyczajów miejscowej ludności<sup>17</sup>.

Z kolei dla ludności danego regionu wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowego stwarza możliwość dodatkowego zysku. Turysta będzie asygnować środki pieniężne również, a może przede wszystkim, na cele żywieniowe, jeżeli przedstawiona oferta kulinarna będzie posiadała nie tylko walory smakowe, ale również będzie inna niż ta, z której korzysta na co dzień.

Źródłem zysku w dłuższym okresie czasu mogą być produkty regionalne oraz lokalne, które turysta zabierze do miejsca zamieszkania i przekaże rodzinie czy znajomym. Jest to swoista możliwość promocji danego gospodarstwa a przede wszystkim regionu.

Jak, zauważyła K. Drąg<sup>18</sup>, która po kilku latach prowadzenia własnej działalności agroturystycznej na pomorskiej wsi i obserwacji rozwoju turystyki wiejskiej w Polsce, że o ile kwaterodawcy dbają o podnoszenie standardu zakwaterowania, to jeszcze nie wszyscy zdecydowali się na wprowadzanie do swojej oferty wyżywienia, a ci, którzy serwują posiłki, nie zawsze proponują dania regionalne. Natomiast turyści wykazują bardzo duże zainteresowanie regionalnymi potrawami serwowanymi w gospodarstwach.

Ludzie chętnie wspominają potrawy z dzieciństwa i babcie krzątające się po kuchni. Pobyt w obiekcie turystyki wiejskiej to w pewnym sensie powrót do

<sup>17</sup> E. Michota – Katulska, Kuchnia regionalna...,op.cit.

<sup>18</sup> K. Drąg, Sezonowość w turystyce wiejskiej, [w:] Materiały szkoleniowe z zakresu turystyki wiejskiej dla przedsiębiorców prowadzących działalność turystyczną na terenach wiejskich, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.

korzeni. W przypadku wielu osób wypoczynek na polskiej wsi stał się potrzebą organizmu zmęczonego codziennym pośpiechem, stresem i nieregularnym żywieniem. Przygotowywanie potraw w ciągłym napięciu, częste jedzenie ich w pośpiechu, nie ma korzystnego wpływu na nasze zdrowie. Zaczynają zanikać tradycje przygotowywania niedzielnych obiadów, świąt wielkanocnych i bożonarodzeniowych. Można sądzić, iż następne pokolenia o przedświątecznych zapachach pieczonych ciast i mięs rozchodzących się po całym domu, będą mogły tylko poczytać. Trzeba jednak mieć nadzieję, że się tak nie stanie dzięki rozwojowi turystyki na obszarach wiejskich.

K. Drąg<sup>19</sup> na podstawie własnych obserwacji i prowadzenia kuchni dla turystów zauważyła że trudno jest przemóc stereotypowe myślenie, iż potrawy te mogą gościom nie smakować. Sądzi ona iż upłynie jeszcze wiele czasu zanim na stołach wsi kaszubskiej czy kociewskiej potrawy regionalne będą serwowane co najmniej trzy razy w tygodniu. Postęp w tej dziedzinie jest już widoczny, ponieważ na wszystkich szkoleniach agroturystycznych propaguje się potrzebę uatrakcyjniania kuchni poprzez wprowadzanie do jadłospisów potraw regionalnych.

Organizowane są degustacje potraw kaszubskich i kociewskich zachęcające do korzystania z przepisów zawartych w książce pt. "Kuchnia pomorska". Poza tym to właśnie potrawy z tego regionu zdobyły uznanie w ogólnopolskim konkursie na potrawy regionalne. Ponadto na wszelkich targach oraz imprezach okolicznościowych degustacja potraw regionalnych cieszy się bardzo dużym powodzeniem. Wszystkie te działania pozwolą przełamać stereotypowe myślenie na temat niższych walorów kuchni regionalnej od walorów potraw znanych w całej Polsce. W ostatnim czasie myślenie takie zmienia się ze względu na potrzebę urozmaicenia jadłospisów oraz wymagania gości w tym zakresie.

Takie postawy przyczyniają się do szerokiego propagowania potraw regionalnych, gdyż jak uczy doświadczenie, chcąc rozwijać działalność turystyczną na wsi trzeba dostosowywać się do wymogów turystów. Wygodna kwatery, smaczne jedzenie, „dobry duch” panujący w gospodarstwie i odrobina serca znaczą często więcej niż najbardziej komfortowy apartament.

Dziś już usługodawcy rozumieją, że potrawy przygotowywane według własnych przepisów mogą być traktowane jako ważny element produktu turystyki wiejskiej. Dla mieszkańców miast posiłki przygotowywane z surowców i produktów pochodzących z wiejskich gospodarstwach są dodatkowym atutem, który wpływa na wybór oferty turystycznej na obszarach wiejskich<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Tamże.

<sup>20</sup> M. Woźniczko, K. Żelazna, Potrawy i produkty regionalne jako czynnik zwiększający atrakcyjność oferty agroturystycznej, [w:] Plichta M., Sosnowski J. (red.), Marketing w agroturystyce, Wyd. Akademia Podlaska, Siedlce 2006.

Zdaniem D. Orłowskiego i M. Woźniczko<sup>21</sup> atrakcyjność produktów i potraw regionalnych można zwiększyć poprzez odpowiednie ich serwowanie. Skoro są to elementy lokalnej kultury, tradycji, warto podać je w zaaranżowanej w miejscowej scenerii czyli jadalni o regionalnym wystroju. Odpowiednia oprawa oraz atmosfera stołu sprawiają, że wakacje na wsi pozostawiają na długo dobre wspomnienie.

Według badań prowadzonych przez B. Mikutę i M. Woźniczko<sup>22</sup>, ważnym atutem gospodarstw świadczących usługi turystyki wiejskiej jest uwzględnienie w proponowanym jadłospisie potraw regionalnych, co przyczynia się, do uatrakcyjnienia oferty żywieniowej.

Wyniki badań B. Mikuty i M. Woźniczko<sup>23</sup> wskazują, że nabywcę usług turystyki wiejskiej można pozyskać dzięki wysokiej jakości oferowanych usług kulinarnych, w tym specjałom regionalnym, które charakteryzują się niskim stopniem przetworzenia, naturalnością, oryginalnym smakiem i zapachem.

Zdaniem B. Mikuty i M. Woźniczko produkty regionalne, których wytwarzanie na małą skalę w gospodarstwach wiejskich jest w oparciu o własne surowce, stają się one ważnym źródłem dodatkowego dochodu dla mieszkańców wsi.

Potrawy regionalne, których wytwarzanie metodą tradycyjną było i jest domeną terenów wiejskich, stanowią istotny element tworzący kulturę regionu, a ich możliwość spróbowania i rozpowszechniania wśród turystów w formie nauki przygotowania potraw według regionalnych receptur jest ważnym elementem uatrakcyjnającym ofertę turystyczną na obszarach wiejskich.<sup>24</sup>

### **Zakończenie**

Turyści, a zwłaszcza mieszkańcy miast, poszukują wypoczynku w warunkach odmiennych od tych, w których mieszkają, uczą się i pracują. Te odmienne warunki dotyczą przede wszystkim otoczenia miejsc czasowego pobytu: estetycznych i atrakcyjnych wizualnie walorów krajobrazowych oraz dobrego stanu środowiska.

Na pozytywną ocenę wypoczynku w gospodarstwie wiejskim - obok możliwości dojazdu, stanu zagrody i jej otoczenia, kwater dla gości i urządzeń sanitarnych - niewątpliwym wpływ będzie miało organizowanie czasu wolnego, atmosfera panująca w gospodarstwie, a szczególnie wyżywienie.

Coraz więcej gości wypoczywających na wsi ceni sobie nieskażoną żywność i racjonalne żywienie, zwłaszcza jeśli surowce wykorzystywane do przygotowania potraw będą produkowane metodami ekologicznymi. Należy jednak liczyć się

---

<sup>21</sup> D. Orłowski, M. Woźniczko, *Polskie kuchnie...*, op.cit.

<sup>22</sup> B. Mikuta, M. Woźniczko, *Kuchnia regionalna jako składnik oferty żywieniowej w turystyce wiejskiej*, [w:] A. Brelik (red.), *Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich*, Akademia Rolnicza, Szczecin 2005.

<sup>23</sup> Tamże.

<sup>24</sup> M. Woźniczko, D. Orłowski, *Tradycje kulinarne regionów i ich wpływ na rozwój agroturystyki*, [w:] Ditrich B., Ślubik D., (red.), *Produkt regionalny i tradycyjny a agroturystyka*, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.

z przyzwyczajeniami kulinarnymi gości, którym trzeba sprostać. Jakość pożywienia ma ogromne znaczenie w ocenie oferty turystycznej. Jeśli, na stole znajdują się dania tradycyjnej kuchni regionalnej, podniesie to jakość wiejskiej oferty turystycznej.

Świadcząc usługi turystyczne, w tym żywieniowe na obszarach wiejskich warto wypromować dobrą kuchnię regionalną z lokalnymi tradycjami. Potrawy regionalne są dla turystów dodatkową atrakcją. Korzystając z wypoczynku na wsi mogą wypróbować ich smak, poznać historię i anegdoty związane z ich powstaniem, oraz zabrać ze sobą surowce i przepisy lub gotowy wyrób jako pamiątkę z pobytu.

### Literatura

- Błaszczńska B., Wyżerka jak u babci czyli specjały kuchni kujawsko – pomorskiej, Wyd. ODR Minikowo, Bydgoszcz 2001.
- Drąg K., Sezonowość w turystyce wiejskiej, [w:] Materiały szkoleniowe z zakresu turystyki wiejskiej dla przedsiębiorców prowadzących działalność turystyczną na terenach wiejskich, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.
- Drzewiecki M., Podstawy agroturystyki, Wyd. OPO, Bydgoszcz 2002.
- Kłodziński M., Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i krajach Unii Europejskiej, Wyd. IRWiR PAN, Warszawa 2002.
- Legienis H., Turystyka wiejska, Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa 2001.
- Michota – Katulska E., Kuchnia regionalna – konkurencyjny produkt turystyczny regionu, [w:] Dudkiewicz D., Midura F., Wysocka E., (red.), Turystyka i Rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, Wyd. WSE, Warszawa 2006.
- Mikuta B., Woźniczko M., Kuchnia regionalna jako składnik oferty żywieniowej w turystyce wiejskiej, [w:] Brelik A. (red.), Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich, Akademia Rolnicza, Szczecin 2005.
- Mikuta B., Żelazna K., Organizacje ruchu turystycznego na wsi, Wyd. Format – AB, Warszawa 2004.
- Orłowski D., Regionalne potrawy i tradycyjne produkty żywnościowe jako czynnik rozwoju turystyki na obszarach wiejskich, [w:] Brelik A. (red.), Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich, Wyd. Akademia Rolnicza, Szczecin 2005.
- Orłowski D., Woźniczko M., Polskie kuchnie regionalne w agroturystyce, [w:] Ditrich B., Słubik D., (red.), Produkt regionalny i tradycyjny a agroturystyka, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.
- Orłowski D., Woźniczko M., Kuchnia jako element tradycji ludowej w turystyce wiejskiej, [w:] Ditrich B. (red.), Marka w turystyce wiejskiej, catering, bar, mała gastronomia z elementem tradycyjnego produktu regionalnego, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.
- Puzdrowska K. (red.), Kuchnia pomorska, Wyd. ODR, Gdańsk 1998.
- Russak G., Tradycja na polskim stole, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, Warszawa 2005.
- Woźniczko M., Orłowski D., Tradycje kulinarne regionów i ich wpływ na rozwój agroturystyki, [w:] Ditrich B., Słubik D., (red.), Produkt regionalny i tradycyjny a agroturystyka, Wyd. PODR, Gdańsk 2006.
- Woźniczko M., Żelazna K., Potrawy i produkty regionalne jako czynnik zwiększający atrakcyjność oferty agroturystycznej, [w:] Plichta M., Sosnowski J. (red.), Marketing w agroturystyce, Wyd. Akademia Podlaska, Siedlce 2006.

[www.ppr.pl](http://www.ppr.pl), 26.06.2007.

Żelazna K., Polski produkt turystyki wiejskiej i jego konkurencyjność na krajowym rynku usług turystycznych, [w:] Pieńkos K. (red.), Konkurencyjność polskiego produktu turystycznego, Wyd. WSE, Warszawa 2005.

Żelazna K., Woźniczko M., Kuchnia regionalna jako atrakcja turystyki wiejskiej w województwie pomorskim, [w:] Dudkiewicz D. Midura E., Wysocka E., (red.), Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, Wyd. WSE, Warszawa 2006.

### **Streszczenie**

Tradycyjna kuchnia wyróżnia Polskę na tle innych krajów Unii Europejskiej. Regionalne potrawy, głęboko osadzone w historii, znakomicie podnoszą atrakcyjność każdej oferty turystycznej. To właśnie w oparciu o narodową kuchnię tworzy się na świecie najlepiej sprzedawane regionalne produkty turystyczne, a przecież od rozwoju turystyki zależeć będzie przyszłość wielu obszarów wiejskich w Polsce.

Autorzy ukazali wykorzystanie kuchni regionalnej do uatrakcyjnienia oferty turystycznej na obszarach wiejskich.

### **Summary**

The traditional polish cuisine is that what mar out Poland in the European Union. Regionals meals are deep settled in polish history and put up the attractiveness of tourist offer. Regional cuisine is that what produce the best saled regional tourist products allover the world and it is obvious that the future of polish countrified depends on tourist development.

The authors show how to use regional cuisine to make polish countrified more attractive.

**Anna Sieczko**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Produkty i potrawy tradycyjne i regionalne jako czynnik rozszerzający ofertę gospodarstw agroturystycznych**

### **Wstęp**

Od wielu pokoleń turyści poszukując ofert podróży, w przeważającej większości wybierali słońce i wodę latem, czy śnieg zimą. Kraje posiadające takie walory od dawien dawna wykorzystywały je, prześcigając się różnorodnością ofert, zawsze jednak gwarantując przyjezdnym wysokie temperatury, bezchmurne niebo w lecie czy też odpowiednią pokrywą śnieżną w zimie. Polska leżąc w regionie klimatu umiarkowanego o czterech porach roku, nie może udzielić gwarancji pogodowej i przyciągać turystów słońcem czy śniegiem. Dlatego poszukując gwarantowanego produktu turystycznego, który zadowolił by zarówno turystę krajowego jak i zagranicznego należy w coraz większym stopniu rozwijać turystykę alternatywną. Tym bardziej, iż prognozy Światowej Organizacji Turystyki wskazują, że w czasach współczesnych wzrasta zainteresowanie turystyką alternatywną w tym agroturystyką czy turystyką wiejską. I tu gwarantowanym walorem okazać się może regionalna kuchnia, wzbogacona o produkty tradycyjne i lokalne.

Turystyka kulinarna<sup>1</sup> jako jedna z form turystyki od dawna znana jest w świecie i dość powszechnie praktykowana. Tymczasem w Polsce jak podkreślają znawcy polskiej kuchni narodowej w tym kuchni regionalnych<sup>2</sup> znajomość jej wśród Polaków pozostawia wiele do życzenia. Owszem jesteśmy dumni z polskiego bigosu czy pierogów jednak niektórzy z nas o wiele więcej mają do powiedzenia o susi, risottach, pizzy niż na temat polskiej kuchni. Jednym z powodów takiego stanu rzeczy była gospodarka nakazowo-rozdzielczą. W Polsce socjalistycznej poprzez ową gospodarkę została zniszczona różnorodność dań jak również ich jakość. Natomiast po roku 1989 zachłysłaliśmy się zachodem w tym również kuchnią włoską, grecką, japońską czy też Fast foodem. Należy podkreślić, iż na kuchnię polską od zawsze miały wpływ obce kuchnie: włoska, francuska, żydowska, litewska, tatarska, turecka, rosyjska, niemiecka czy węgierska. Cudzoziemskie potrawy przenikały przed wszystkim do kuchni magnackiej

---

<sup>1</sup> Turystyka kulinarna oznacza podróżowanie pod kątem poznawania dań i produktów kulinarnych danego regionu. Może być połączona ze zwiedzaniem, poznawaniem kultury i przyrody.

<sup>2</sup> Robert Makłowicz, Hanna Szymanderska, Grzegorz Russak.

i szlacheckiej. Niektóre z nich istniały krótko, ulegając zapomnieniu, inne na stałe weszły do kuchni polskiej stając się jej integralną częścią. Umieliśmy z nich wybrać to co nam najbardziej odpowiadało (smakowało) i przyrządzać na sposób polski. Dlatego też, polska kuchnia jest kuchnią unikatową, co jest powodem do dumy, narodowej ale również może stać się markowym produktem turystycznym. Świat preferuje inność i dobrze za nią płaci. Globalna ekspansja takich marek jak McDonald's, czy KFC została załamana, obecnie lansuje się marki lokalne. Gigantyczne marki globalne też przeorientowują się na marki lokalne. Szef Coca-coli oświadcza: Nie jesteśmy wcale marką amerykańską”, mając na myśli, że w Polsce warto być marką polską.<sup>3</sup>

Unikatowość kuchni regionalnych jak również ich jakość ceniona jest nie tylko w Europie, ale również i na świecie. W Unii Europejskiej produkty gwarantujące wyjątkową jakość mogą być oznaczone jednym z trzech specjalnych symboli.<sup>4</sup> Ich sposób identyfikacji chronił je przed nieuczciwym przywłaszczeniem lub podrobieniem nazwy. Zastosowanie specjalnych oznaczeń pośrednio przyczyniło się do rozwoju produkcji tradycyjnych wyrobów regionalnych, często wytwarzanych w trudnych warunkach klimatycznych i glebowych. Przyznawanie oznaczeń spowodowało wzrost zainteresowania konsumentów regionalnymi i tradycyjnymi produktami oraz zdynamizowało wyrób tych przysmaków. Rolnicy coraz silniej podkreślali własną przynależność do regionu poprzez wytwarzanie specyficznych produktów żywnościowych. Dzięki temu zaczęli się identyfikować ze swoimi małymi ojczyznami, podtrzymując stare tradycje kulinarne i promować oraz chronić dziedzictwo kulturowe poszczególnych regionów Europy.<sup>5</sup>

### **Regionalne znaki jakości na przykładzie Włoch**

Nie wszystkie produkty regionalne i tradycyjne w Polsce (jak również w Europie) otrzymają europejskie certyfikaty jakości. Natomiast konsumenci często chcą mieć pewność, iż produkt, który nabywają (i za, który skłoni są zapłacić o wiele więcej), jest oryginalny. Państwa Europejskie podkreślają, iż wewnętrzny system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych jest bardzo ważny i będzie nabierał coraz większego znaczenia. Chroni on konsumentów przed fałszowaniem produktów regionalnych i tradycyjnych poprzez krajowe certyfikaty. A producentom pozwala na „oswojenie” się z wymaganiami procedur i przygotowuje do wystąpienia o rejestrację nazwy na szczeblu Unii Europejskiej.

---

<sup>3</sup> Za M. A. Borucem: Marka dla Polski. Globalna moc lokalnego smaku [w:] M. Gąsiorowski (red.): O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia. Wyd. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005, s.20.

<sup>4</sup> Chroniona Nazwa Pochodzenia (PDO), Chronione Oznaczenie Geograficzne (PDI) i Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (TSG).

<sup>5</sup> J Sobolewska: Produkty regionalne i tradycyjne/Unijne ABC - informator dla rolników/ dodatek do gazety sołeckiej/<http://www.gazetasolecka.pl/tradycyjne.html>

Dla przykładu włoskie przepisy prawne wyróżniają trzy kategorie produktów, różniących się obowiązującymi je warunkami higienicznymi produkcji.

Do *pierwszej* grupy należą produkty spożywcze przemysłu przetwórczego, w przypadkach których - aby mogły być wprowadzone do obrotu i eksportu – muszą być spełnione europejskie normy higieniczno- sanitarne i stosowany system kontroli HACCP. *Drugą* grupę stanowią wpisane na listę produkty tradycyjne, które w ramach określonych unijnymi przepisami wyjątków – mogą korzystać ze zwolnień w zakresie obowiązku przestrzegania niektórych norm higieniczno-sanitarnych. I *trzecią* tworzą produkty, których wytwórcy, w celu zachowania wyjątkowych walorów organoleptycznych uzależnionych od szczególnych metod wytwarzania nie przystosowali się do restrykcyjnych norm europejskich, Produkty te wyłączone są ze sprzedaży na obszarze Unii Europejskiej, ale ustawodawca włoski zastrzegł dla nich możliwość sprzedaży bezpośrednie (również za pośrednictwem Internetu) w obrębie strefy ich wytwarzania.

W ten sposób chroni się małych wytwórców najczęściej rolników, którzy zajmują się agroturystyką czy też rzemiosłem i nie produkują na szeroką skalę. W ten też sposób wspiera się rozwój bazarów. Za nabywcę bezpośredniego uznano również wszelkiego typu punkty gastronomiczne i restauracje jako wzbogacające i rozwijające turystykę wiejską, a przez to zwiększające zyski producentów i restauratorów. System promocji produktów tradycyjnych i lokalnych, jest podejmowany również przez włoskie władze samorządowe. Aby pozostać w zgodzie z prawem unijnym regionalne znaki krajowe odwołują się tylko do specyficznych metod produkcji a nie do nazwy regionu.



Rysunek 1. Logo znaku Agriqualità  
Źródło: [www.arsia.toscana.it/agriqualita/](http://www.arsia.toscana.it/agriqualita/)



Rysunek 2. Logo znaku Tradizione e sapori di Modena  
Źródło: <http://www.tradizionesaporimodena.it>

Przykładem może być toskański znak „*Agriqualità*”, przyznawany produktom, które są wytwarzane w sposób przyjazny środowisku. Taki znak mogą otrzymać wszystkie produkty spożywcze i rolno – spożywcze w tym wyroby spoza Toskanii. Jednak informację „wyprodukowany w Toskanii”, otrzymują jedynie



wyroby pochodzące z tego regionu. Innym lokalnym znakiem promocyjnym jest modeński „*Tradizione e sapori di Modena*”. Oznaczenie to jest przeznaczone jedynie dla modeńskich produktów i oprócz funkcji promocyjnej pełni także funkcję przygotowującą producentów do wystąpienia o certyfikaty unijne. Znak „*Tradizione e sapori di Modena*” jest przyznawany i kontrolowany przez Modeńską Izbę Handlową. Samorządy nie tylko wprowadzają oznaczenia dla produktów regionalnych i tradycyjnych ale również dla całych szlaków wycieczkowych. Przykładem takiej inicjatywy są tzw. „*drogi wina i produktów typowych*”. Jest to produkt turystyczny typu szlak, kryterium jego wytyczenia było położenie lokalnych winiarni, gospodarstw rolnych wytwarzających produkty tradycyjne, w tym posiadające certyfikaty PDO i PGI, gospodarstw agroturystycznych i rzemieślniczych, a także lokalnych restauracji i pensjonatów. Wszystkie te jednostki są zobowiązane do utrzymania pewnych narzuconych norm takich jak: dostęp do telefonu i Internetu, określenia liczby godzin i dni kiedy są otwarte, posiadania miejsc parkingowych itd. Oczywiście wszystkie wymienione elementy są współfinansowane przez władze samorządu terytorialnego. Takie inicjatywy przynoszą korzyści dla wielu podmiotów: producenci produktów tradycyjnych zyskują dodatkowe możliwości zbytu, przedsiębiorcy (restauratorzy, hotelarze itd.) mają klientów. Są również promocją samego regionu<sup>6</sup>.

### **Małopolskie Produkty Tradycyjne jako przykład regionalnego znaku jakości**

Województwo małopolskie, jako pierwszy region w Polsce, wprowadziło na rynek znak graficzny charakterystyczny dla produktów tradycyjnych z Małopolski, a wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnych<sup>7</sup>. Dostrzeżono, że nawet dla małopolskich konsumentów produkty regionalne były słabo rozpoznawalne. Ich producenci, często mikroprzedsiębiorcy, nie byli w stanie wypromować własnych wyrobów. Zatem w celu zwiększenia rozpoznawalności a zarazem konsumpcji owych produktów, istniała potrzeba opracowania wspólnego znaku graficznego, wspólnego dla wszystkich małopolskich produktów tradycyjnych. Owym znakiem graficznym opracowanym przez Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego jest etykieta „*Produkt Tradycyjny z Małopolski*”.

Ostateczny wygląd etykiety jest wynikiem przeprowadzonych badań pt. „Wiedza i świadomość konsumentka na temat małopolskich produktów tradycyjnych oraz ich rozpoznawalności” przez MARR oraz konsultacji

---

<sup>6</sup> A. Szymecka: Włoski system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych. [w] M. Gąsiorowski (red.): O ... s. 123-138.

<sup>7</sup> Lista Produktów Tradycyjnych prowadzona jest przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Na listę wpisywane są produkty których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Za tradycyjne uważa się metody wykorzystywane od co najmniej 25 lat. Jednak większość z nich jest wytwarzana według receptur przekazywanych od wieków z pokolenia na pokolenie.

z producentami produktów tradycyjnych. Celem badań było: poznanie wiedzy konsumentów dotyczącej produktów tradycyjnych z regionu Małopolski, ich preferencji do wyróżniającego się oznaczenia i jego identyfikacji. Ankieta została przeprowadzona wśród grupy 300 losowo wybranych konsumentów. Analiza danych ukazała, iż znaczna większość respondentów wprawdzie zna produkty z Małopolski ale nie identyfikuje ich nazw własnych z produktem regionalnym. Niekiedy nazwy nie kojarzą się z pojęciem produkt tradycyjny lecz z „normalnym” produktem (np. śliwowica), czasami są nieznanne (np. redykołka). Natomiast po zaprezentowaniu ilustrowanej listy owych produktów, respondenci byli w stanie, podać prawidłową informację odnośnie ich nabycia. Badania wykazały, również, iż respondenci wykazali wysokie zainteresowanie chęcią nabywania takich produktów ze względu na ich wysoką jakość. Według opinii badanych (ok. 70 %) najlepszym sposobem oznaczenia produktów tradycyjnych jest duży, dobrze oznaczony znak graficzny. Najczęściej wskazywano na: jednolity kolor, oryginalne logo, znak graficzny oraz sprecyzowanie hasła „produkt tradycyjny”.<sup>8</sup>



Rysunek 3. Etykieta Produktu Tradycyjnego z Małopolski

Źródło: [http://www.potravyregionalne.pl/media/a\\_fot/etykieta\\_prodtrad\\_1.jpg](http://www.potravyregionalne.pl/media/a_fot/etykieta_prodtrad_1.jpg)

Istotnym elementem owego znaku, jest położony w centralnym punkcie znak graficzny „Produkt Tradycyjny z Małopolski”. Został on opracowany przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.

Za przyznanie owego znaku graficznego odpowiada Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego. Pełni ona również funkcje kontrolne, a także ma prawo do odebrania pozwolenia posługiwania się tym znakiem graficznym w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości. Prawo do używania etykiety może zostać

<sup>8</sup> T. Grabiński: Wiedza i świadomość konsumentka na temat małopolskich produktów tradycyjnych oraz ich rozpoznawalność. Raport z badań ankietowych w Małopolsce. MARR, Kraków 2006.

przyznane: osobom fizycznym, prawnym oraz jednostkom, które nie posiadają osobowości prawnej, a ich siedziba produkcyjna znajduje się w województwie Małopolskim, zajmują się wytwarzaniem produktu tradycyjnego umieszczonego na Liście Produktów Tradycyjnych prowadzonej przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Produkty które otrzymały certyfikat pozwalający na posługiwanie się oznaczeniem geograficznym są zobowiązane do:

- używania etykiety „Produkt Tradycyjny z Małopolski”,
- produkowania towarów wysokiej jakości zgodnie z określoną w specyfikacji produkcji produktu tradycyjnego recepturą.

Certyfikat jest wydawany wraz z listą członków uprawnionych do posługiwania się etykietą. Prawo do używania etykiety jest udzielane na czas nieokreślony. Jednak Agencja Rozwoju Regionalnego ma prawo do odebrania prawa posługiwania się owym oznaczeniem, w przypadku:

- skreślenia danego produktu z Listy Produktów Tradycyjnych,
- naruszenia przez użytkownika zasad regulaminu używania etykiety „Produkt Tradycyjny z Małopolski”
- obniżenia jakości produktu tradycyjnego, na który zostało udzielone prawo używania etykiety,
- zaprzestania używania oznaczenia na nieprzerwalny okres 6 miesięcy,
- ponownego lub rażącego stwierdzenia nieprawidłowości w wyniku kontroli,
- uzyskanie przez MARR informacji, iż dalsze używanie etykiety przez uprawnionego szkodziłoby dobremu imieniu lub renomie Agencji<sup>9</sup>.

Dzięki wprowadzeniu etykiety produkty tradycyjne i regionalne przestaną być anonimowe, stając się produktami markowymi. Zwiększy się rozpoznawalność produktów tradycyjnych wśród konsumentów, nastąpi wzrost ich konsumpcji co w konsekwencji doprowadzi do wzrostu ich sprzedaży. Natomiast producenci poszerzą swoją świadomość co do istoty znakowania produktów tradycyjnych.

### **Produkty i potrawy tradycyjne i regionalne atrakcją dla turystów**

Regionalne produkty oraz kuchnia budują wizerunek regionu. Takie państwa jak Włochy czy Francja oferują odwiedzającym lokalną kuchnię, która jest markowym produktem turystycznym, za którym podążają liczni smakosze z całego świata. Doskonałym przykładem wykorzystania lokalnych potraw są również Węgry. Papryka to znak rozpoznawczy owej kuchni. Gulasze, słynne leczko, kiełbasy, salami, wędliny i zupy wszystkie te potrawy zawierają paprykę.

---

<sup>9</sup> M. Sowik: Regionalne produkty wysokojakościowe szansą dla promocji Małopolski. Praca licencjacka, SGGW, Warszawa 2007.

Również Polska kuchnia ma do zaoferowania wiele zarówno turystom polskim jak i zagranicznym. Otwartość polskiej kuchni na świat jak również burzliwa historia Polski miały wpływ na polską kuchnię w tym kuchnię regionalną. Wprawdzie lata polski socjalistycznej i nastawienia na zbiorowe żywienie, miało w założeniu ujednoczyć potrawy w Polsce, jednak potrawy zwłaszcza świąteczne nie uległy unifikacji w tak dużym stopniu jak codzienne, a i w tych dalej widoczne są wpływy regionalne. Obecnie coraz częściej zwłaszcza w regionach o dużej odrębności kulturowej wraca się do potraw tradycyjnych oferując je przybywającym na te tereny turystom.

Według starej tradycji kuchnie w Polsce można było podzielić na pięć kategorii:

- kuchnię ubogą,
- kuchnię podstawową,
- kuchnię średnią,
- kuchnię pańską,
- kuchnię luksusową.

Kuchnię ubogą reprezentowali biedni chłopci i biedota miejska. Kuchnię podstawową średnio zamożni chłopci, uboższa szlachta i uboższe mieszczaństwo. Kuchnię średnią – średnie stany. Natomiast kuchnię pańską: bogatsza szlachta, duchowieństwo, chłopci i mieszczaństwo a kuchnię luksusową oligarchia świecka i kościelna

Najwięcej we współczesnej kuchni polskiej zaczerpnęliśmy z XIX wiecznej kuchni średniej i pańskiej. Przez wieki kuchnia polska opierała się na samowystarczalnym gospodarstwie szlacheckim czy chłopskim. W staropolskiej kuchni podstawę stanowiła dziczyzna, potrawy z grzybów, z kasz, klusek i przeróżnych polewek. Należy podkreślić, że słynęliśmy na całą Europę z przygotowywania ryb słodkowodnych. To była nasza silna strona. Wszyscy cudzoziemcy począwszy od XVI a skończywszy na XIX wieku, chwalili polskie przygotowanie ryb. Dla przykładu podstawą kuchni wigilijnej był lin w śmietanie, karasie w sosie burakowym, karasie w czerwonej kapuście, sandacz z jajami czy szczupak na szaro (przyrządzony w sosie z krwi ryby, piernika, karmelu, wina i korzeni). Ryby słodkowodne były sporządzane na dziesiątki sposobów, a przyczyną takiej różnorodności były posty. W Polsce przestrzegane bardzo skrupulatnie. Było ich (w średniowieczu, ale zakorzeniły się mocno w polskiej kuchni) 192 dni rocznie, z tego 51 dni<sup>10</sup>, gdzie oprócz mięsa nie można było spożywać mleka, masła i jaj. W związku z tym rozwinęła się sztuka przyrządzania ryb, które można było jeść bez ograniczeń. Były to przeważnie ryby słodkowodne, chociaż lubiano również śledzie.

---

<sup>10</sup> K. Bockenhein: Przy polskim stole. Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2004, s. 13.

Z kuchni średniej i pańskiej do dzisiaj zostały nam pierogi - z różnym nadzieniem od słodkiego, poprzez warzywne do mięsnego. Zostały kasze obecnie doceniane przez dietetyków, według ich zaleceń powinno się je włączać jak najczęściej do codziennego jadłospisu. Zostały dodatki z runa leśnego (grzyby, jagody) i różnego rodzaju kiszonki. Należy podkreślić, że kuchnia szlachecka czy też bogatego chłopstwa, na co dzień nie była kuchnią wykwitną. Taką stawała się podczas różnych świąt i uroczystości.

Tradycje kuchni pańskiej i średniej zostały często w potrawach świątecznych podawanych z okazji świąt kościelnych czy rodzinnych. Zostały również potrawy proste, które sprawdzały się w latach kryzysu. Wiele lokalnych przepisów zostało zapisane w tzw. "babcinych zeszytach", pieczołowicie strzeżone i przekazywane z pokolenia na pokolenie. Są znakomite i żal aby zginęły. Powrót do regionalnej kuchni, wygrzebywanie starych przepisów, może odkryć przed nami uroki starej polskiej kuchni, dawno zapomnianej, która warta jest, aby ją przywrócić, a tym samym ocalić od zapomnienia.<sup>11</sup>

W wielu regionach Polski (Małopolsce, Śląsku, na Kurpiach, Kaszubach czy Podlasiu) dostrzeżono jak wielki potencjał tkwi w kuchniach i produktach regionalnych. Gospodarstwa agroturystyczne oferują regionalne dania, które cieszą się coraz większym powodzeniem wśród turystów. W Jeleniewie w województwie podlaskim właściciele gospodarstwa agroturystycznego przyciągają kartaczami, kiszkami, babką ziemniaczaną, pierogami z kapustą, zupą rybną z porannego połowu. Menu uzupełnione jest wiejskimi serami i wędlinami, miodem z pobliskich pasiek, własnym nabiałem, powidłami marynowanymi grzybami, owocami i warzywami. A oprócz tego turyści mogą korzystać z „bani” – regionalnej łaźni parowej.<sup>12</sup>

Podobnie w Czarni w woj. mazowieckim (Kurpie) gościom oferuje się rejbak, kapustę z zeberkami, smalec z różnymi dodatkami, kaszę jęczmienną własne warzywa i owoce oraz nabiał no i oczywiście piwo kozicowe. To wszystko w połączeniu z wędrownkami po puszczy, ogniskiem, biesiadami przyciąga turystów do tego gospodarstwa.<sup>13</sup>

Takich przykładów można podać wiele. Dlatego warto się zastanowić co przyciąga turystów do takich gospodarstw.

Konsumenci w Unii Europejskiej w 2003r. spożyli około 86 kg mięsa, 131 kg mleka i jego przetworów 119 kg warzyw i 95 kg owoców i 85 kg produktów

---

<sup>11</sup> A. Siczko: Edukacyjny charakter polskich kuchni regionalnych. [w:] J. Sikora (red.): Turystyka wiejska a edukacja różne poziomy, różne wymiary. Wyd. Akademii Rolniczej im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań 2007, s 218-219.

<sup>12</sup> M. Okoniewska: Agroturystyka szansą dla biur? [w:] Rynek Turystyczny nr 6(261). ProMedia, Warszawa, 2007, s 17.

<sup>13</sup> G. Kurpińska: Wakacje w puszczy. [w:] Za miastem. Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita, Warszawa, 2006 s. 21.

zbożowych<sup>14</sup>. Już te wielkości wskazują, że w spożyciu zmiany mogą być wyłącznie jakościowe, czyli konsumenci będą rezygnować z jednych produktów na korzyść innych. Dlatego europejski konsument poszukuje nowości, także oryginalnych produktów, odróżniających się w identycznej kategorii niepowtarzalnym smakiem czy też zapachem, oraz posiadających zagwarantowaną wysoką jakość. W związku z tym w ramach stylu życia najbogatszych społeczeństw można dziś wyróżnić wyraźne zmiany, z którymi wiąże się potencjalny popyt na tradycyjne produkty żywnościowe.

Trendy, te są następujące:

- chęć odmiany - dotyczy tych konsumentów, którzy mając sukcesy zawodowe, zmęczeni pracą poszukują - jako odreagowania na stresy - starych wartości, dawnych, lokalnych ciekawostek; dlatego zatem nie może to być żywnościowy produkt tradycyjny,
- izolowanie się - wydzielenie swojego „ja” z wielkiego świata, ograniczenie przestrzeni, w której się bywa, ograniczenie życia towarzyskiego do wybranych grup przyjaciół, skoncentrowanie się na swoim domu i życiu rodzinnym; czy zatem tradycyjna żywność jest w sprzeczności z taką tendencją,
- odmładzanie się - ta tendencja oznacza skierowanie pokaźnej siły nabywczej na produkty związane z odmładzaniem (kosmetyki, zabiegi, ubrania, tryb życia); czy tradycyjna żywność, oferowana jako naturalna, nie może być takim „odmładzającym środkiem”,
- egomania - pragnienie zaznaczenia indywidualności, pragnienie odróżnienia się od innych dzięki posiadanym przedmiotom, unikalnym potrzebom; - czy tradycyjna żywność nie może wpisać się w taki styl życia,
- niezwykle przygody - ta tendencja jest reakcją na standardy i codzienność, na ciągle powtarzające się zjawiska, uznane za nieciekawe; czy potrzeba niezwyklej przygody, zaspokajana przy okazji ciekawych podróży nie ma związku z tradycyjną żywnością,
- głos rozsądku - to tendencja do angażowania się coraz większej grupy społeczeństw w uświadamianie innym zagrożeń związanych z degradacją naturalnego środowiska, w odpowiedzialność za zachowanie walorów naturalnych i dziedzictwa dla przyszłych pokoleń; czy tradycyjna żywność nie jest elementem wartym takiej dbałości,
- drobne szaleństwa - to znane i częste zachowania tych nabywców, którzy potrzebują czasami emocjonalnego szaleństwa i odprężenia; czy tradycyjna żywność nie może zaspokoić takiej potrzeby,
- wybieram zdrowie - konsumenci wiedzą, jaki styl życia i jakie produkty są dla nich szkodliwe, dlatego świadomie przestawiają się na „zdrowy model”, nie

---

<sup>14</sup> Obliczenia własne na podstawie [www.agro-info.org.pl](http://www.agro-info.org.pl)

tylko odżywiania, lecz także życia; czy tradycyjna żywność nie może być sztandarowym produktem dla „zdrowego stylu życia”, konsumenci walczący - to tacy, którzy nie zgadzają się na buble w sklepach, na złe firmy, niskie standardy obsługi i produktów; czy tradycyjna żywność nie może być takim wysokiej jakości produktem<sup>15</sup>.

Na podstawie przytoczonych trendów można wyraźnie zauważyć, iż tradycyjna kuchnia regionalna jak również produkty tradycyjne i regionalne, mogą stać się produktem turystycznym, który może być oferowany każdej z wymienionych grup konsumentów.

### **Podsumowanie**

Według badań Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, obecnych klientów gospodarstw agroturystycznych można podzielić na dwie grupy. Do pierwszej liczniejszej (ok. 60%) zaliczani są ci, którzy poszukują przede wszystkim taniego wypoczynku. Do drugiej natomiast ci, którzy skłonni są zapłacić więcej, ale w zamian poszukują różnych wrażeń, w tym wrażeń smakowych, których dostarcza im kuchnia staropolska i regionalna.<sup>16</sup> Jeden z problemów gospodarstw agroturystycznych wynika z faktu, iż polskie biura turystyczne nie są zainteresowane ofertami polskich gospodarstw agroturystycznych. Wprawdzie propozycji takiego wypoczynku nie brakuje w Internecie, ale w samodzielnym przeszukiwaniu ofert przeszkadza wyłącznie polska wersja językowa. Dla turystów zagranicznych jest to bariera nie do pokonania, a to właśnie oni skłonni są zapłacić o wiele więcej. Takich ofert poszukują nie tylko turyści z Europy ale również przyjezdni ze Stanów Zjednoczonych, Nowej Gwinei, Japonii czy Peru. Do Polski przyjeżdżają ze względu na dziewiczość natury, ale również przyciąga ich nasza gościnność i właśnie kuchnia. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że sama potrawa nie będzie produktem turystycznym przyciągającym klientów. Oprócz niej ważna jest historia regionu jak również samego produktu, (którą klient chce nabyć i „spróbować”), tradycje danego regionu, ale również wysoka jakość usługi hotelowej jak i obsługi klienta, w tym znajomość języków obcych. Aby regionalne potrawy stały się jeszcze większym magnesem przyciągającym turystów, potrzebne są specjalne oznaczenia, zarówno gospodarstw agroturystycznych oferujących kuchnię regionalną jak również produktów tradycyjnych i regionalnych. Procedury europejskie są czasochłonne, na samo orzeczenie czeka się pół roku, a w razie niejasności okres ten może się wydłużyć do roku. Zresztą nie wszystkie potrawy

---

<sup>15</sup> Ph. Kotler: Kotler o marketingu. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 1999, s. 113. Za M. Duczkowską – Piasecką: Tradycyjna żywność na obszarach wiejskich. Specyfika budowy rynku [w:] O produktach ... s. 47-48.

<sup>16</sup> M. Okoniewska: Agroturystyka ...s 17.

czy też produkty dostaną taki certyfikat. Szansą dla nich mogą być regionalne oznaczenia i regionalne systemy kontroli, które zapewnią konsumentom gwarancję jakości takiego produktu. Jednak samo oznaczenie nie wystarczy, jeżeli nie będzie istniała promocja zarówno owego regionalnego znaku graficznego jak i samych produktów, ponieważ konsument może nie znać produktu, który kupuje lecz wspólne logo informuje go, że produkt jest oryginalny i wyjątkowy. Oczywiście poszczególne gospodarstwa agroturystyczne nie są w stanie udźwignąć ciężaru finansowego owej promocji. Tu z pomocą powinny przyjść zarówno samorządy lokalne, Ośrodki Doradztwa Rolniczego jak i stowarzyszenia agroturystyczne i regionalne lub lokalne organizacje turystyczne. Aby w lepszym stopniu kreować dany produkt można skorzystać również z dobrego pomysłu włoskiego, jakim są produkty turystyczne typu szlak. Wytczenie takich szlaków przyczyniło by się nie tylko do rozwoju gospodarstw agroturystycznych ale również producentów produktów tradycyjnych i regionalnych - zarówno tych żywnościowych jak i nie żywnościowych. Byłoby też wspaniałą okazją do wypromowania całego regionu. Wydaje się więc, że system tworzenia kompleksowego produktu turystycznego musi być budowany od dołu. Potrzebne są również uregulowania na szczeblu państwowym, szczególnie pozwalające na sprzedaż napojów alkoholowych. Polskie dwory słynęły z wytwarzania nalewek. Prawie każda rodzina szlachecka produkowała swoje nalewki na bazie owoców lub ziół. Także bogatsi chłopcy wytwarzali nalewki. Przepisy były przekazywane w rodzinie z pokolenia na pokolenie. Tymczasem w Polsce aby rozpocząć produkcję nalewek trzeba spełnić szereg wymagań i uzyskać szereg pozwoleń i wymagań. Wystarczy wspomnieć choćby o konieczności uzyskania koncesji na wytwarzanie alkoholu, pozwolenie na jego sprzedaż, obowiązki wynikające z konieczności opłacania akcyzy od alkoholu czy sanitarne wymagania produkcji. Wielu właścicieli gospodarstw agroturystycznych nie decyduje się na tak czasochłonne uzyskanie pozwolenia i nie sprzedaje nalewek pomimo, że je wytwarza. Zatem stworzenie markowego produktu turystycznego jakim może być regionalna kuchnia i produkty tradycyjne i regionalne wymaga jeszcze wielu działań zarówno na szczeblu regionalnym jak i państwowym.

### Literatura

- Bockenhein K: Przy polskim stole. Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2004.
- Boruc M. A.: Marka dla Polski. Globalna moc lokalnego smaku [w:] M. Gąsiorowski (red.): O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia. Wyd. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.
- Grabiński T: Wiedza i świadomość konsumentka na temat małopolskich produktów tradycyjnych oraz ich rozpoznawalność. Raport z badań ankietowych w Małopolsce. MARR, Kraków 2006.
- Kotler Ph: Kotler o marketingu. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, 1999.



- Kurpińska G: Wakacje w puszczy. [w:] za miastem. Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita, Warszawa, 2006.
- Okoniewska M.: Agroturystyka szansą dla biur? [w:] Rynek Turystyczny nr 6 (261). ProMedia, Warszawa, 2007.
- Sieczko A.: Edukacyjny charakter polskich kuchni regionalnych. [w:] J. Sikora (red.): Turystyka wiejska a edukacja różne poziomy, różne wymiary. Wyd. Akademii Rolniczej im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań 2007.
- Sobolewska J : Produkty regionalne i tradycyjne/Unijne ABC - informator dla rolników/ dodatek do gazety sołeckiej/<http://www.gazetasolecka.pl/tradycyjne.html>.
- Sowik M: Regionalne produkty wysokojakościowe szansą dla promocji Małopolski. Praca licencjacka, SGGW, Warszawa 2007.
- Szymecka A: Włoski system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych. [w] M. Gąsiorowski (red.): O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia. Wyd. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.

### **Streszczenie**

W opracowaniu przedstawiono możliwość wykorzystania kuchni regionalnych oraz produktów tradycyjnych i lokalnych w poszerzeniu oferty żywieniowej gospodarstw agroturystycznych. W związku z tym ważne jest przygotowanie odpowiednich procedur oraz narzędzi aby zarówno kuchnia regionalna jak i produkty tradycyjne i lokalne stały się markowym produktem turystycznym. Omawianą problematykę ukazano poprzez następujące zagadnienia: regionalne znaki jakości na przykładzie Włoch, Małopolskie Produkty Tradycyjne jako przykład regionalnego znaku jakości, produkty i potrawy tradycyjne i regionalne atrakcją dla turystów.

### **Summary**

The present paper presents a possibility of using regional cuisines and traditional and local products as a way of expanding food offers of the farm-tourism industry. It is therefore important that appropriate procedures and tools be specified, so that both regional cuisines and traditional and local products become branded tourist products. The issues involved are discussed from the following points of view: regional trademarks — examples from Italy; “Małopolskie Produkty Tradycyjne” (Little Poland’s Traditional Products) as examples of a regional trademark; traditional and regional products and dishes as a tourist attraction

**Kazimierz Tabor**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Przedsiębiorczość jako element rozwoju lokalnego a dobra turystyczne południowej części Ziemi Bocheńskiej**

### **Wprowadzenie**

Rozwój zwykle postrzegany jako zmiana/zmiany jakościowe o charakterze pozytywnym – w naukach biologicznych dotyczy wzrostu i wykształcania cech umożliwiających osobnikom zachowanie gatunku. Natomiast w naukach społeczno-ekonomicznych pojęcie to obejmuje przemiany jakościowe w życiu społecznym, gospodarczym, kulturalnym czy politycznym. Mówiąc o rozwoju lokalnym, powszechnie rozumie się, że dotyczy on sfery gospodarczej, społecznej czy kulturowej danej wspólnoty zamieszkującej terytorium np. gminy czy powiatu.

Cechą charakterystyczną rozwoju lokalnego jest to, że wiąże się on z wartościami spajającymi społeczność tam zamieszkującą. Wg Vaesken`a kluczowymi elementami tego rozwoju są idee, ludzie, zasoby (znany trójkąt rozwoju). Pojawia się zatem zagadnienie jak dana społeczność może wykorzystać istniejące w jej zasięgu zasoby dla zaspokajania własnych potrzeb i dalej dla jej rozwoju jako całości, czy istnieją powiązania pomiędzy przedsiębiorczością ludności wiejskiej a rozwojem tych obszarów i jak wpływają na rozwój walory turystyczne mogące być wykorzystane w rozwijaniu przedsiębiorczości<sup>1</sup>.

Można przyjąć takie stwierdzenie, że istnieje związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy rozwojem lokalnym a wykorzystaniem dóbr turystycznych tam występujących, zwłaszcza w sytuacjach kiedy miejscowa ludność nie ma możliwości dodatkowej pracy, a gospodarstwo rolne nie jest wystarczającym gwarantem poprawy standardu ich życia.

W środowiskach wiejskich przedsiębiorczość pojmowana jest jako aktywność zmierzająca do zarobkowania. Rozumiana jest ona równocześnie jako jeden z istotnych elementów lokalnego rynku pracy, który obejmuje rodziny związane z rolnictwem i z pracą poza rolnictwem, ale zamieszkujące na obszarach wiejskich. L. Ostrowski<sup>2</sup> wyróżnia następujące formy przedsiębiorczości na obszarach wiejskich: 1) działalność gospodarcza rejestrowana, 2) działalność

---

<sup>1</sup> Por. [www.administracja.info/rozwój.doc](http://www.administracja.info/rozwój.doc)

<sup>2</sup> L. Ostrowski: Przedsiębiorczość pozarolnicza chłopów jako czynnik budowania wielofunkcyjności obszarów wiejskich. W: Węzłowe kwestie społeczne wsi polskiej u progu XXI wieku .red. K. Górlach i A. M. Pyrc. Kraków, UJ, 2000.

w tzw. szarej strefie, 3) działalność gospodarcza rodzinna, 4) przedsiębiorczość powiązana z zatrudnieniem obcej siły roboczej, 5) działalność gospodarcza prowadzona w mieście i działalność prowadzona na wsi, 6) działalność dotycząca usług sąsiedzkich.

W literaturze naukowej istnieje wiele definicji "przedsiębiorczości", które akcentują bądź to cechy osobowe ludzi np. zaradność, inicjatywę, aspiracje, bądź działalność gospodarczą w zakresie poszukiwania nowych rozwiązań<sup>3</sup>.

### **Walory turystyczne powiatu bocheńskiego**

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę ukazania jak kształtuje się powiązanie rozwoju społeczności lokalnej z przedsiębiorczością rolników - w szczególności jednym z jej przejawów – turystyką/agroturystyką i jak ten proces jest warunkowany wykorzystaniem dóbr turystycznych. Z uwagi na rozmiar artykułu próba ta obejmuje zaledwie kilka gmin powiatu Bocheńskiego - głównie południową jego część. Geograficznie wyróżniają się one swoją rzeźbą terenu, więcej tu wzgórz i pofałdowań terenu charakterystycznych dla pogórza. Północna część powiatu jest mniej zróżnicowana geograficznie, teren bardziej płaski o bardzo łagodnych wzniesieniach.

Ziemia Bocheńska (powiat) obejmuje siedem gmin położonych na Pogórzu Wiśnickim (stanowiące część Pogórza Wielickiego). Sąsiaduje z takimi ośrodkami jak: miasto Kraków, Wieliczka, Niepołomice miasto i Puszcza Niepołomicka od zachodu, a od południa już rozpoczyna się północna granica Beskidu Wyspowego z Górą Kamionna (802 m). oraz takimi miejscowościami jak: Limanowa, Nowe Rybie, Wilkowisko, Stróża.

Południowa część Bocheńszczyzny będąca przedmiotem naszych zainteresowań, obejmuje następujące gminne ośrodki administracyjne, od zachodu: Łapanów, Trzciana, Żegocina, Lipnica Murowana, miasto-gmina Wiśnicz Nowy od wschodu. Gminy te mają głównie charakter rolniczy, jedynie Trzciana mająca południową wystawę (duże nasłonecznienie) koncentruje się na sadownictwie i uprawach pomidorów pod szkłem i folią, produkcja ta ma zbyt w nieodległych ośrodkach miejskich jak: Bochnia ok. 15 km., Kraków i Wieliczka ok.35 do 45 km. W pozostałych 4 gminach nasilenie produkcji szklarniowej i sadowniczej jest zdecydowanie mniejsze.

Wymienione powyżej gminy pod względem funkcji mają charakter typowo rolniczy wymuszony, z uwagi na brak możliwości innego zarobkowania, choć jeszcze w dużej mierze występują tutaj elementy dwuzawodowości. Natomiast Wiśnicz Nowy jest gminą miejską-wiejską z siedzibą w niewielkim oddaleniu od

---

<sup>3</sup> W literaturze problematykę przedsiębiorczości na obszarach wiejskich podejmuje wielu autorów, między innymi: T.Hunek, B. Fedyszak -Radziejowska, I. Sikorska -Wolak, M. Kłodziński, K. Duczkowska-Małysz.i inni.

miasta powiatowego Bochni. Takie uwarunkowania społeczno-gospodarcze tej części powiatu predestynują te gminy w kierunku większego powiązania ich rolnictwa z działalnością pozarolniczą, w szczególności z agroturystyką. Trzeba tu zauważyć, że istnieją w tej części powiatu, choć jeszcze nieliczne, gospodarstwa agroturystyczne, a występujące tam walory turystyczne i krajobrazowe oraz działania samorządowe powodują, że liczba ich systematycznie wzrasta.

Tereny te mają swoją długą historię, ze źródeł historycznych dowiadujemy się, że pierwszymi prywatnymi właścicielami tych terenów byli bracia z rodu Półkoźców – **komes** (możnowładca zarządzający dobrami ziemskimi i urzędami - tytuł dziedziczny) **Dzierżykraj i kanonik krakowski Wysz z Niegowici**. Oni to otrzymali z nadania księcia Bolesława Wstydliwego w 1262 r. duży obszar ziemi ciągnący się od Wieńca i Sobolowa na Zachodzie aż po Rajbrot i Kamionną na wschodzie. Na tych zalesionych i słabo zagospodarowanych terenach rozpoczęli akcję kolonizacyjną i fundowali klasztor kanoników regularnych pod wezwaniem św. Małgorzaty w Libichowej (Trzcianie). Tam też zostali obydwójce pochowani po śmierci<sup>4</sup>.

Z przytoczonej tu wzmianki historycznej wynika, że cały ten region obejmujący interesujące nas gminy ma niezwykle bogatą przeszłość i jest odnotowywany we wczesnych zapiskach – informacje te sięgają początków Państwa Polskiego. Interesujący jest również pod względem kulturowym i turystycznym gdyż spotykamy tam wiele obiektów świadczących o dawnej świetności. Trzeba jednocześnie zauważyć, że historia tych terenów nie była dla nich łaskawa ponieważ przetaczające się wojny i zabory na długie lata przynosiły tam biedę i rozdrobnione rolnictwo stało się dla ludności tam zamieszkałej głównym zajęciem po dzień dzisiejszy.

Rolnictwo jako podstawa egzystencji dla wielu rodzin charakteryzuje się znacznym rozdrobnieniem, a niewielkie obszary gospodarstwa (średnio ok. 3,0 ha; największe nieliczne gospodarstwa, mają do 7,0 ha) bardziej nadają się do produkcji ekologicznej. Właściciele tych gospodarstw, jeśli mają gdzie, podejmują dodatkową pracę zwykle poza rolnictwem. Z historii powojennej można odnotować fakt, że ludność tych terenów stanowiła znaczącą siłę w budowaniu od podstaw Nowej Huty, zarówno fabryki jak i miasta - satelity Krakowa, zresztą po dziś dzień wielu mieszkańców tych okolic znajduje tam zatrudnienie.

Południowa część Bocheńszczyzny charakteryzuje się ciekawym zróżnicowaniem geograficznym decydującym o malowniczości tych terenów. Ową malowniczość podkreślają przepływające tu liczne potoki i rzeki (Stradomka i inne), oraz liczne wzgórza porośnięte mieszanymi lasami skąd rozpościerają przepiękne widoki na dość odległe Pieniny i Podhale. Teren ten ma charakterystyczną piękną rzeźbę, liczne wzniesienia i pagórki i będące między

---

<sup>4</sup> Por. op. citat. [www: Ziemia Bocheńska.pl](http://www.ZiemiaBocheńska.pl)

nimi doliny stwarzają niezapomniane widoki oraz świetne warunki wypoczynku. Wypoczynek na wsi staje się stylem życia dla wielu ludzi pragnących niekonwencjonalnie spędzać wakacje, urlopy czy weekendy. Rozwój tych okolic leży w interesie rolników, potencjalnych turystów jak też samorządowców, na których ciąży obowiązek polepszania bytu mieszkańców, w tym także podejmowania działań zmierzających do obniżenia poziomu bezrobocia oraz zwiększania aktywności społeczno-zawodowej w warunkach lokalnych.

Przedsiębiorczość, w tym turystyczna przynosi realne korzyści ekonomiczne rodzinom rolniczym oraz samorządom. W warunkach obszarów wiejskich gmin Bocheńszczyzny gdzie rolnictwo od wielu lat jest rozdrobnione i nie w pełni zapewnia godziwą egzystencję ludziom tam zamieszkałym zaś szanse znalezienia pracy poza nim są niewielkie, jedynie poszukiwanie nisz rynkowych w ramach przedsiębiorczości może być optymalnym rozwiązaniem istniejącego problemu.

Analizowana część Ziemi Bocheńskiej to pięć wyżej wymienionych Gmin o bogatej historii i wielu zabytkach kultury materialnej jak również, pięknie przyrodniczo ukształtowanych terenach. Trzeba tu wskazać, że tereny te obfitują w liczne zabytki sztuki sakralnej: kościoły, kapliczki przydrożne, jak również zamki ( Wieruszycy, Wiśnicz Nowy), oraz nieliczne dworki będące w ruinie lub tylko pozostające w świadomości społecznej. Głównym jednakże walorem tych terenów wydaje się być świeże nieskażone przemysłem powietrze, korzystnie oddziaływające na samopoczucie ludzi.

Warunki klimatyczne sprzyjają uprawom krzewów jagodowych i sadowniczych. Rozciągają się one na stokach wielu wzniesień i dzięki temu owoce mają swój niepowtarzalny smak. Południowa wystawa stoków sprzyja również uprawie pomidorów pod szkłem i folią tworząc swoiste zagłębienie produkcyjne dla potrzeb okolicznych miast Bochni i Limanowej oraz niezbyt odległego Krakowa. jak też dla istniejących tam zakładów przetwórstwa owoców i warzyw.

Alternatywą dla wielu mieszkańców tych okolic jest rozwijanie różnych rodzajów przedsiębiorczości, w tym najpopularniejszej jej postaci jaką jest agroturystyka. Istniejące warunki geograficzne, przyrodnicze i struktura agrarna sprzyjają takiemu kierunkowi rozwoju tych obszarów.

Dla potrzeb rozwoju turystyki i agroturystyki na tych terenach, oprócz walorów przyrodniczych (lasy, rzeki oraz malownicze ukształtowanie terenu), niezwykle ważne są obiekty historyczne. One to są swoistym magnesem przyciągającym i wywołującym zainteresowanie ludzi. Potencjalni turyści, którzy się tu pojawią mają duże możliwości wypoczynku, rekreacji a także edukacji.

Z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego, dla mieszkańców omawianych gmin ważne jest to, jak można byłoby te dobra turystyczne w większym, niż dotychczas stopniu, wykorzystać. Chodzi o to, aby zwiększyć zainteresowanie istniejącymi tam dobrami turystycznymi, co może zaowocować

obfitszym napływem turystów i w konsekwencji przyniesie korzyści dla mieszkańców i dla samorządów. Można tutaj zaryzykować tezę, że związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy poziomem rozwoju lokalnego środowiska a istniejącymi dobrami turystycznymi, w pełni może się urzeczywistniać.

Obserwacje wskazują, że ciekawy turystycznie teren to jeszcze nie wszystko. Rozwój turystyki jako jednego z rodzajów przedsiębiorczości, jest integralnie połączony z poziomem zaplecza w postaci możliwości noclegowych i żywieniowych, tzw. B&B (łóżko i śniadanie). W prezentowanych tu gminach w tym zakresie występują znaczne rezerwy. Wydaje się, że uruchomienie tych rezerw wiąże się z poszerzaniem sieci gospodarstw agroturystycznych dla wzmocnienia intensywniejszego ruchu turystycznego w myśl zasady: jeżeli dysponujemy wysokiej jakości produktem-towarem (na przykład produkt agroturystyczny) to równolegle znajdują się chętni do jego nabycia (turyści, urlopowicze). Do tego wszystkiego jest potrzebna jeszcze wiedza dotycząca sposobów prowadzenia takiej działalności (chodzi tu o taką) m.in. wiedzę i umiejętności jak: przyjmowanie gości, urządzenie kwater, atrakcje, itp. ). Na ogół rolnicy/ludność wiejska mogą korzystać z poradnictwa jakie jest rozwijane, w tym zakresie, przez Ośrodki Doradztwa Rolniczego.

Jakimi tedy zasobami – dobrami turystycznymi. mogącymi przyciągnąć, turystów urlopowiczów i inne osoby zainteresowane wypoczynkiem i rekreacją dysponują poszczególne gminy.

### **Dobra turystyczne analizowanych Gmin**

Łapanów – Gmina liczy 16 sołectw. Na ich terenie znajdują się liczne atrakcje turystyczne, takie jak: obiekty sakralne z XVI wieku – kościoły w Łapanowie, Sobolowie i Tarnawie oraz jeden kościół współczesny p. w. Miłosierdzia Bożego w Cichawce (filialny kościół parafii Królówka) z ciekawymi witrażami i malowidłami oraz ciekawym położeniem. Ponadto na terenie gminy znaleźć można szczątkowe lub zachowane w całości zespoły dworsko parkowe (np. Dąbrowica – Chrostowa).

W Łapanowie, Sobolowie-Zoni, Tarnawie są cmentarze poległych w czasie I wojny światowej, a w Cichawce miejsce upamiętnione krzyżem, gdzie był cmentarz zmarłych w okresie wielkiej pandemii hiszpanki (grypy) w latach 1918-1919, (na tą chorobę na całym świecie zmarło ok. 50-100 mln.ludzi).

**Swoistą ciekawostkę stanowi Szlak papieski** – dla upamiętnienia drogi, którą przemierzał ówczesny wikariusz Karol Wojtyła, późniejszy Papież Jan Paweł II. Szlak przebiega z Niegowici do Łapanowa i corocznie organizowany jest tam rajd pieszy (w różnych kategoriach wiekowych) w dniu urodzin Papieża, tj.:18 maja.

**Miasteczko komunikacyjne** – ( obok szkoły podstawowej w Łapanowie) służące młodzieży i dorosłym uczącym się podstawowych zasad ruchu drogowego.

Siedziba gminy usytuowana jest centralnie. Krzyżują się tu trasy komunikacyjne autobusowe do: Krakowa i Wieliczki (Kopalnia soli), Limanowej, Szczyrzyca - opactwa Cystersów, w okresie zimowym funkcjonują nieliczne wyciągi narciarskie.

Gmina Łapanów posiada ponadto niewielki zalew na rzece Stradomie, latem wykorzystywany jako kąpielisko.

Szczególnością Łapanowa jest pomnik grobowiec Janusza Kuliga na miejscowym cmentarzu.

Jak już wspomniano Gmina liczy 16 sołectw. Na ich terenie obserwujemy znaczący rozwój agroturystyki. Istnieje 8 gospodarstw agroturystycznych w 5 sołectwach, w tym w Sobolowie miejscowości położonej na północ od siedziby gminy aż 4 takie obiekty. Położenie gminy i jej walory krajobrazowe wskazują, że możliwy jest dalszy rozwój tego rodzaju przedsiębiorczości jako równoległego kierunku dla tamtejszego rolnictwa<sup>5</sup>.

**Trzciana.** Gmina stosunkowo niewielka bo liczy zaledwie 7 sołectw, głównym zajęciem ludności jest produkcja rolnicza. Około 50 % gospodarstw zajmuje się uprawą warzyw i produkcją sadowniczą. Te kierunki produkcji są preferowane ze względu na korzystne nasłonecznienie. Gospodarstwa rolne są nieduże średnio 3,8 ha, a znacząca ich ilość to uprawy tunelowe. Gmina jest stosunkowo młodym samorządem, gdyż dopiero w początkach 90 ubiegłego stulecia uzyskała swoje uprawnienia, a wcześniej była przyłączona do gminy Żegocina. Historycznie kształtowała się podobnie jak inne miejscowości w tym regionie.

Dobra turystyczne wiążą się z obiektami sakralnymi: kościoły, kaplice przydrożne oraz liczne cmentarze z czasów I wojny światowej. Znaczącym dobrem turystycznym są piękne pejzaże i rzeźba terenu, widoki na pobliski Beskid Sądecki i dalej Pieniny. Na terenie gminy są zlokalizowane 2 gospodarstwa agroturystyczne w Kamionnej i Kierlikówce. Rozwinięta jest dość znacznie działalność pozarolnicza i działa tu około 169 podmiotów. Wynika z tych informacji, że istnieją duże możliwości w zakresie aktywizacji zainteresowanych działalnością agroturystyczną, która może sprzyjać ogólnemu rozwojowi społeczności lokalnej.

**Żegocina.** Gmina ta znajduje w grupie miejscowości w południowej części powiatu bocheńskiego, które sięgają swoją historią do początków naszej państwowości. Miejscowość ta ze względu na malownicze położenie już w latach 30. XX wieku była wioską letniskową. Gmina ta liczy 5 sołectw: Beldno, Bytomsko, Łąka Górna, Rozdziele, Żegocina. Spośród tych sołectw najbardziej rozwinięta gospodarczo i turystycznie jest Żegocina. Na terenie gminy znajduje się wiele obiektów sakralnych: kościoły, kapliczki przydrożne, pomniki. Kultywowane są również tradycje ludowe, które są tutaj mocno związane ze świętami i kalendarzem prac w gospodarstwach. Rozwój społeczny i gospodarczy tej gminy

---

<sup>5</sup> Por. informacje z Portalu. www: Gmina Łapanów.

jest powiązany z dobrami turystycznymi takimi jak ukształtowanie terenu, zwyczajami i życiem codziennym. Na terenie gminy funkcjonuje 7 gospodarstw agroturystycznych, ( z tego dwa są w sołectwie Beldno), a pozostałe w miejscowości będącej siedzibą Gminy, można je odwiedzać w ciągu całego roku.

**Lipnica Murowana.** Gmina stosunkowo niewielka, administracyjnie obejmuje 5 sołectw, są to: Lipnica Murowana – z siedzibą gminy, Lipnica Górna, Lipnica Dolna, Rajbrot największe sołectwo ( zamieszkuje go prawie połowa ludności gminy) i Borówna. Łącznie gmina liczy blisko 5600 mieszkańców. Miejscowość znajduje się na Małopolskim Szlaku Architektury Drewnianej. Lipnica Murowana otrzymała prawa miejskie w 1326 roku. Założycielem miasta był król Władysław Łokietek. Miejscowość o zabudowie parterowej, domy podcieniowe, zwrócone szczytami ku rynkowi, większość z nich pamięta XVIII wiek.. W 1934 roku osada utraciła prawa miejskie. Gmina ma charakter rolniczy, (powierzchnia użytków rolnych w gminie wynosi 3262 ha, co stanowi 54% ogólnej powierzchni gminy. Struktura użytków rolnych przedstawia się następująco: powierzchnia użytków rolnych 3262 ha - 100%), grunty orne 2525 ha - 77,4%, sady 121 ha - 3,7%, łąki trwałe 256 ha - 7,8%, pastwiska 360 ha.

Na terenie gminy znajduje się sześć gospodarstw agroturystycznych, w tym trzy z nich zlokalizowane są w Rajbrocie. Położenie gminy na terenie Lipnicko - Wiśnickiego Parku Krajobrazowego, z licznymi wzniesieniami i lasami stwarza bardzo dobre warunki do rekreacji, a ekologicznie czyste tereny, piękne krajobrazowo, gęsto zalesione, obfitujące w zwierzynę, ptactwo i bogactwa leśne oraz w zabytki kultury ludowej i artystycznej, w sposób szczególnie sprzyjają aktywnemu wypoczynkowi.

Na terenie Gminy jak i w samej miejscowości znajduje się wiele, zabytków historycznych i miejsc pamięci narodowej, np. kościół św. Leonarda wybudowany w 1141 r – następnie przebudowany , gdzie znajdują się cenne tryptyki, dwór Ledóchowskich, w którym wychowywały się Urszula i Maria Teresa wyniesione na ołtarze, liczne pomniki: Króla Władysława Łokietka, św. Floriana i św. Szymona z Lipnicy, św. św. Ledóchowskie. W okolicznych miejscowościach są inne obiekty sakralne – kapliczki przydrożne, jak również historyczne cmentarze. Gospodarze oferują liczne szlaki turystyczne ciekawymi trasami, miejscami widokowymi oraz osobliwościami przyrodniczymi(np. słynne Kamienie Brodzińskiego).

Aktywność gospodarcza poprzez Kultywowanie różnorodnych tradycji i uczestnictwo w bieżących imprezach kulturalnych w szerszej skali je równocześnie inspiracją rozwoju Gminy jako całości. Tak więc rozwój kultury idzie w parze z rozwojem całej społeczności lokalnej.



**Nowy Wiśnicz.** Jest to gmina miejsko-wiejska licząca 11 sołectw: Chronów, Kobyle, Kopaliny, Królówka, Leksandrowa, Łomna, Muchówka, Olchawa, Połom Duży, Stary Wiśnicz, Wiśnicz Mały. Obszar Gminy wynosi ok.82,5 km<sup>2</sup>,użytki rolne stanowią 65%, natomiast 26% lasy. Zamieszkuje tam ogółem 12821 osób i zbiorowość dzieli się prawie po połowie na mężczyzn i kobiety.

Nowy Wiśnicz rozbudowywał się jako miasto wokół magnackiego zamku, który do dzisiaj spełnia ważną kulturotwórczą rolę. Gmina położona jest na Wysoczyźnie Bocheńskiej, gdzie znajdują się liczne wzniesienia, pofałdowania będące przedpołem Pogórza Karpackiego zwanego też Pogórzem Wielicko-Bocheńskim Rejon ten należy do podkarpackiej dzielnicy klimatyczno-rolniczej, gdzie średnia roczna temperatura powietrza wynosi 7 do 8 stopni C, a średnie roczne nasłonecznienie trwa 4 do 6 godzin dziennie. Na terenie gminy istnieją potoki należące do zlewiska Raby i Uszwicy. Różnorodność geograficzna tego terenu i pokaźne obszary leśne sprawiają, że są tu doskonale warunki do uprawiania turystyki i wypoczynku. Urozmaiceniem są również- głązy skalne jak "Kamień Grzyb".

Aktywny Gminny Ośrodek Kultury organizuje liczne imprezy kulturalne obejmujące również tradycje ludowe, jak występy grup kolędniczych, kapel wiejskich i strażackich, zespołów dziecięcych. W samym Nowym Wiśniczu istnieje bez mała od 50 lat Liceum Sztuk Plastycznych gdzie młodzież zdobywa umiejętności tkackie, ceramiczne czy też sztukatorskie.

Nowy Wiśnicz jest bogaty w liczne obiekty sakralne jak;

- kościół parafialny wraz z plebanią i dzwonnica u zbudowany w pierwszej połowie XVII w,
- kościół parafialny w Starym Wiśniczu z 1625 r.,
- zespół klasztorny w Nowym Wiśniczu - zbudowany w XVII w. przez St. Lubomirskiego zmieniony w XVIII w. przez Austriaków na więzienie, pełni taką funkcję do dzisiaj.
- Zamek w Wiśniczu - jeden z najokazalszych pomników polskiej architektury obronnej wczesnego baroku zbudowany przez Kmitów w XV wieku, a następnie przebudowany przez St. Lubomirskiego.
- Ratusz - zbudowany w 1620 r. przez St. Lubomirskiego.

Aktywność mieszkańców gminy Nowy Wiśnicz jest duża. Wrażenie takie powstaje na skutek ich dokonań w dziedzinie kultury, turystyki i możliwości ciekawie spędzonego czasu na urlopie czy niedzielnym wypoczynku, Prawie w każdej miejscowości sołectkiej jest gospodarstwo agroturystyczne (10 na terenie gminy) oferujące miejsca noclegowe i wyżywienie po przystępnych cenach. Wielość obiektów turystycznych rozsianych po całej gminie czyni ją bardzo

atrakcyjną, a sama siedziba Gminy miejsko-wiejskiej jest szczególnie ubogacona bardzo cennymi zabytkami.<sup>6</sup>

Dokonując dość skrótowej charakterystyki gmin południowej części powiatu Bocheńskiego, zamiarem było pokazanie, jak ludzie mieszkający w przestrzeni społeczno-gospodarczej potrafią wykorzystać istniejące dobra turystyczne dla rozwoju własnego środowiska. Ze względu na rozmiary tego opracowania zaprezentowane najważniejsze i najciekawsze dobra turystyczne tego regionu. Jak się przekonaliśmy w niektórych, spośród analizowanych gmin istnieją jeszcze duże możliwości i rezerwy wykorzystania istniejących zasobów. Trzeba tutaj podkreślić, że wykorzystanie dóbr turystycznych naturalnych czy też stworzonych ręką ludzką jest jednym ze sposobów „modus vivendi” prowadzących do polepszenia swojej sytuacji materialnej.

### **Podsumowanie i wnioski**

Rozwój, zwłaszcza rozwój lokalny pojmowany jest jako kategoria zmian jakościowych, które mogą być postrzegane w różnych aspektach. Z punktu widzenia danej społeczności szczególnie ważny jest rozwój społeczno-ekonomiczny uwzględniający zmiany jakie zachodzą w całokształcie życia ludzi, tak w sferze gospodarczej jak i kulturowej. Istnieje wiele czynników kształtujących rozwój społeczności lokalnej. W niniejszym opracowaniu zwrócono szczególną uwagę na wykorzystanie czynników naturalnych (np. czynnik ukształtowanie terenu) oraz obiektów zabytkowych i kulturowych, które wpływają, poprzez odpowiednie ich wykorzystanie, na rozwój środowiska lokalnego. Można przyjąć takie stwierdzenie, że istnieje związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy rozwojem lokalnym a wykorzystaniem dóbr turystycznych tam występujących zwłaszcza w sytuacjach, kiedy miejscowa ludność nie ma możliwości dodatkowej pracy a gospodarstwo rolne nie jest wystarczającym gwarantem poprawy standardu ich życia.

### **Literatura**

- Gaworecki W.W.: Turystyka, PWE, Warszawa 2000  
Gołembski G.: Kompendium wiedzy o turystyce, PWN, Warszawa Poznań 2002.  
Kmita- Dziasek E.: Prawno-finansowe uwarunkowania usług turystycznych na polskiej wsi po akcesji do UE, KCDRR i OW, Kraków 4004  
Sikorska- Wolak I.: Turystyka w rozwoju lokalnym, SGGW, Warszawa 2004  
Strategia Rozwoju Powiatu Bocheńskiego, PDF/Adobe Aprobac – wersja HTML, internet  
Wodejko S.: Ekonomiczne zagadnienia turystyki. WSH, Warszawa 1997.  
[www.administracja.info/rozwój.doc](http://www.administracja.info/rozwój.doc)

---

<sup>6</sup> W charakterystyce poszczególnych gmin korzystano z informacji zawartych na ich Portalach internetowych.

### **Streszczenie**

W artykule dokonano charakterystyki 5 gmin południowej części powiatu bocheńskiego (Łapanów, Trzciana, Żegocina, Lipnica Murowana, Nowy Wiśnicz). Gminy te kształtowały się w podobnych warunkach społeczno-politycznych i gospodarczych i widać wiele ciekawych rozwiązań dotyczących turystyki i agroturystyki, mogących być wzorem do naśladowania. Wydaje się, że w niektórych gminach istnieją możliwości aktywizowania rolników do tworzenia obiektów agroturystycznych, które mogą przynosić dodatkowy dochód i przez to wpływać na rozwój środowiska lokalnego.

### **Summary**

Development in general, especially the development of local areas is understood as the category of changes in quality, which might be regarded in different aspects. From the point of view of a particular community the most important is the socio-economic development as it enables changes within the whole of human life as well as in the economic and cultural sphere. It can be stated that there is a cause and effect connection between local development and the usage of touristic services. This occurs when, in a given community, there are no other job opportunities and when farming cannot guarantee better standards of living. Author of the article compares five local administrative districts of southern part of the Bocheński District: Łapanów, Trzciana, Żegocina, Lipnica Murowana, Nowy Wiśnicz. The above mentioned districts were shaped in similar socio-political and economic conditions and there are many interesting ideas concerning tourism and agrotourism. They may serve as examples to follow.

**Magdalena Jabłońska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Idea zrównoważonego rozwoju turystyki w funkcjonowaniu Lokalnej Grupy Działania „Kurpsie Razem”**

### **Wstęp**

Termin „rozwój zrównoważony” służy do określenia koncepcji, której najczęściej formułowanym postulatem jest taki rozwój gospodarczy i społeczny, który nie będzie zakłócał ekosystemów, w jakich funkcjonuje człowiek<sup>1</sup>.

Taką właśnie formę rozwoju wybrali mieszkańcy gmin kurpiowskich, którzy powołali do życia Lokalną Grupę Działania – Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem”.

Kurpiowszczyzna jest to jeden z najpiękniejszych i najbardziej atrakcyjnych regionów Mazowsza. Zachowały się tam pozostałości Puszczy Zielonej i ostatni bartny las w Polsce w rezerwacie „Czarnia”. Kurpie wyróżniają się również na etnograficznej mapie kraju. Mają swoją wciąż żywą gwarę, obyczaje, tradycyjny strój i sposób budowania a także sztukę, która zajmuje wyjątkowe miejsce w historii polskiej sztuki ludowej.

Liczne atrakcje przyrodnicze, żywa kultura i folklor ludowy sprawiły, iż Kurpiowszczyzna jest regionem, którego kapitał można wykorzystać w działalności turystycznej. Na tę właśnie formę rozwoju obszaru zwraca szczególną uwagę Lokalna Grupa Działania „Kurpsie Razem”. Region kurpiowski, o tak bogatej i żywej kulturze, położony na czystych obszarach Zielonych Płuc Polski, pod względem kultury, turystyki i wypoczynku jest jednym z najbardziej atrakcyjnych obszarów Polski i Europy.

### **Wybrane elementy charakterystyki wsi i rolnictwa regionu kurpiowskiego**

Dominujący element naszego kraju to obszary wiejskie, które stanowią ponad 90% powierzchni Polski. Zamieszkuje tam ponad 40% ludności w wieku produkcyjnym. Obszary wiejskie i rolnictwo stanowią jeden z najważniejszych elementów polskiej rzeczywistości XXI wieku, ale jednocześnie stanowią jeden

---

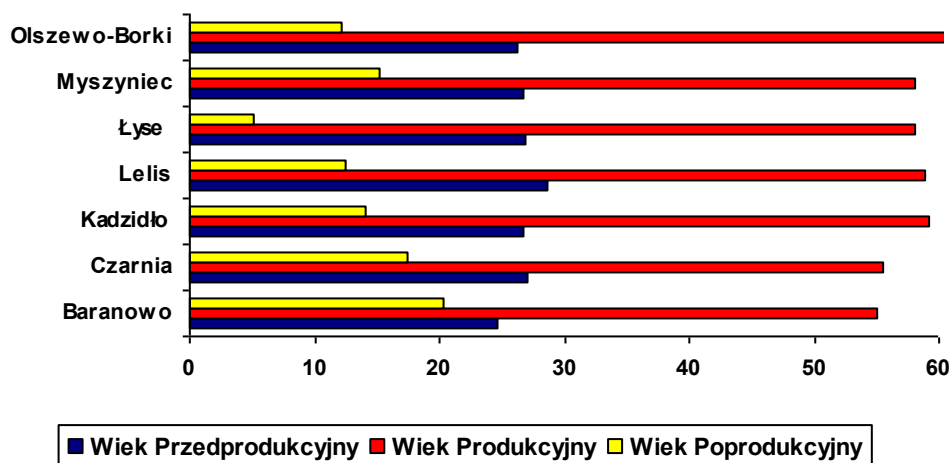
<sup>1</sup> G. Zabłocki, Rozwój zrównoważony, idee, efekty, kontrowersje. UMK Toruń, 2002.

z najpoważniejszych i najtrudniejszych problemów do rozwiązania w procesie rozwoju społeczno – ekonomicznego kraju.

Lokalna Grupa Działania „Kurpsie Razem” obejmuje teren 7 sąsiadujących ze sobą gmin: 6 gmin wiejskich (Baranowo, Czarnia, Kadzidło, Lelis, Łyse, Olszewo-Borki) i 1 gminy miejsko-wiejskiej (Myszyniec). Teren ten to 1416 km<sup>2</sup>, na którym zamieszkuje 57650 osób<sup>2</sup>. Gęstość zaludnienia w tych gminach jest niższa od średniej krajowej i średniej dla województwa mazowieckiego.

Jednym z ważniejszych czynników oceny stanu populacji jest procentowy udział osób w różnych kategoriach wiekowych – w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym. Dane te charakteryzują bowiem potencjalne zasoby pracy, dotyczy to przede wszystkim liczby ludności w wieku produkcyjnym. Wiek produkcyjny jest to wiek zdolności do pracy i wynosi on dla mężczyzn 18-64 lata, dla kobiet natomiast 18-59 lat.

Dane na temat procentowego udziału poszczególnych ekonomicznych grup wieku ludności w ogólnej liczbie ludności przedstawia poniższy wykres.



Rysunek 1: Udział ludności według ekonomicznych grup wieku w ogólnej liczbie ludności (w %). Źródło: Dane statystyczne na dzień 31.12.2006, Bank Danych Regionalnych, Główny Urząd Statystyczny, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

Jak widać ludność w wieku produkcyjnym stanowi w każdej z gmin więcej niż 55% całkowitej liczby ludności zamieszkującej na ich terenie. Daje się też zauważyć, iż zgodnie z danymi statystycznymi, więcej jest tam w wieku produkcyjnym mężczyzn niż kobiet. Tendencja ta odwraca się w grupie osób w wieku poprodukcyjnym, gdzie kobiet jest prawie dwa razy więcej niż mężczyzn.

<sup>2</sup> Dane statystyczne na dzień 31.12.2006, Bank Danych Regionalnych, Główny Urząd Statystyczny, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

Grupa osób w wieku przedprodukcyjnym jest pod względem płci stosunkowo jednolita – mężczyźni i kobiety stanowią po połowie ogólnej ilości osób.

Wszystkie siedem gmin to gminy typowo rolnicze. Użytki rolne stanowią ponad 60% całego terenu a większość mieszkańców utrzymuje się wyłącznie z rolnictwa – w głównej mierze z produkcji mleka i żywca wołowego. Umożliwiają to rozległe użytki zielone, które stanowią ponad 70% powierzchni użytków rolnych w tych gminach.

Ważnym elementem rzeczywistości wiejskiej jest obszar gospodarstw. Sytuacja polskiej wsi nie napawa optymizmem, ponieważ w większości rolnicy prowadzą swoją działalność w gospodarstwach o powierzchni poniżej 10 hektarów.

W gminach o których mowa w niniejszym opracowaniu sytuacja różni się nieco od średniej przyjętej dla Polski, gdzie 80% wszystkich gospodarstw w kraju ma areal do 9,9 ha, odpowiednio po 10% to gospodarstwa, których obszar wynosi od 10 do 14,9 ha i ponad 15 ha. Najwięcej gospodarstw w badanych gminach to gospodarstwa o powierzchni do 9,9 ha i stanowią one nieco więcej niż połowę wszystkich gospodarstw. Drugą grupę stanowią gospodarstwa o areale od 10 do 14,9 ha, stanowią one ponad 25% ogółu gospodarstw rolniczych. Natomiast gospodarstwa rolne o powierzchni powyżej 15 ha to aż, w porównaniu do średniej krajowej o 11 punktów procentowych więcej, ponieważ zajmują 21% ogólnej powierzchni gospodarstw rolnych w analizowanych gminach kurpiowszczyzny.

Według danych Powiatowego Urzędu Pracy w Ostrołęce na omawianym obszarze bezrobocie sięga niemal 25% (dane z 2006 roku). Obszar nie został zapisany jako obszar zagrożony wysokim bezrobociem strukturalnym w wykazie powiatów (gmin) stanowiącym załącznik do Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 21 grudnia 1999 roku w sprawie określenia powiatów (gmin) zagrożonych szczególnie wysokim bezrobociem strukturalnym (Dziennik Ustaw z dnia 30 grudnia 1999 roku, Nr. 110, poz. 1264 z późniejszymi zmianami).

### **Charakterystyka Lokalnej Grupy Działania „Kurpsie Razem”**

W ramach projektu EKO-ROZWÓJ KURPIE w I schemacie Pilotażowego Programu LEADER+ powstała Lokalna Grupa Działania (LGD), która ma formę związku stowarzyszeń i działa na obszarze siedmiu gmin. Zebranie założycielskie odbyło się 14 lutego 2006 roku, natomiast sam związek został zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym dnia 28 kwietnia 2006 roku. Na dzień rejestracji w skład Związku „Kurpsie Razem” wchodziło 10 stowarzyszeń z terenu objętego jego działalnością, oraz wszystkie 7 samorządów gminnych, których działalność Lokalnej Grupy Działania bezpośrednio dotyczy.

Lokalna Grupa Działania (LGD) obejmująca swoją działalnością 7 gmin: Baranowo, Czarnia, Kadzidło, Lelis, Łyse, Myszyniec i Olszewo-Borki przyjęła nazwę Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem”. Nazwa ta ma przypominać, iż

LGD ma charakter partnerstwa, a także, że przyświeca jej członkom wspólny cel, jakim jest rozwój obszarów wiejskich siedmiu wyżej wymienionych gmin. Określenie „Kurpsie” jest gwarowym odpowiednikiem terminu „Kurpie” czyli mieszkańcy Kurpiowszczyzny i jest używane w potocznym języku w tym regionie. Ze względu na wartość wspólnych działań partnerzy wybrali również określenie „razem”, co oznacza, że razem mogą zrobić o wiele więcej, mogą wymieniać się doświadczeniami i mogą efektywnie współpracować.

W trakcie wspólnych – trójsektorowych ustaleń wybrano związek stowarzyszeń jako formę prawną Lokalnej Grupy Działania, ze względu na łatwe rozszerzenie partnerstwa, jakie gwarantuje ta forma. Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem” ma charakter otwarty i pozwala na włączenie kolejnych podmiotów prawnych z sektora publicznego, prywatnego i społecznego. Przystąpienie do LGD nowego członka: zarówno osoby prawnej, jak i fizycznej jest nieskomplikowane. Osoba fizyczna może zaangażować się w działanie Związku poprzez przystąpienie do istniejącego już stowarzyszenia, które wchodzi w skład Lokalnej Grupy Działania lub utworzenie z innymi mieszkańcami nowego stowarzyszenia, które przystąpi do LGD. Ponieważ „Kurpsie Razem” zrzesza organizacje pozarządowe działające w każdej gminie, są one dobrze znane mieszkańcom, a ponadto ich członkami są w dużej mierze lokalni liderzy. Są to podmioty bliskie mieszkańcom, co ułatwia zaangażowanie nowych osób.

Przed Lokalną Grupą Działania stoją ważne zadania – powinien być to silny podmiot, który będzie wykorzystywał swoje doświadczenie w działaniu na rzecz regionu.

Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem” to nowopowstały podmiot, który jednak ma bogate zaplecze: doświadczenia partnerów wchodzących w jego skład oraz potencjał setek osób, które należą do stowarzyszeń i podmiotów przynależących do związku.

Lokalna Grupa Działania może czerpać z bogatego doświadczenia swoich członków: stowarzyszeń i wstępujących do Związku gmin. Wszyscy jego członkowie aktywnie działają na rzecz rozwoju obszarów wiejskich realizując projekty dotyczące kultury – w szczególności kultury kurpiowskiej, turystyki i edukacji nieformalnej. Działania te mają na celu aktywizację ludności na obszarach wiejskich regionu, jego promocję, rozwój turystyki i kultury, uatrakcyjnianie obszaru dla inwestorów, turystów i odnoszenie jakości życia mieszkańców.

Organizacje należące do Związku pozyskują środki na swoje działania z Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego oraz ogólnopolskich stowarzyszeń i fundacji grantodawczych. Stowarzyszenia mają doświadczenie w efektywnym gospodarowaniu dotacjami, a także w zarządzaniu swoimi środkami w sposób przejrzysty. Przystępujące do LGD gminy to podmioty o bardzo dużym doświadczeniu zarówno w gospodarowaniu funduszami, jak i w pozyskiwaniu

środków na realizację różnorodnych przedsięwzięć na rzecz obszarów wiejskich. Gminy prowadzą duże inwestycje, m.in. w zakresie ochrony środowiska, komunikacji, edukacji i kultury, rekreacji. Wiele z tych przedsięwzięć to projekty, które uzyskały dofinansowanie z funduszy unijnych strukturalnych i przedakcesyjnych.

Lokalna Grupa Działania jest strukturą otwartą, której zależy na rozszerzeniu partnerstwa. Aby budować partnerstwo oraz zwiększać potencjał i możliwości Związku Stowarzyszeń „Kurpsie Razem” do grupy będą zapraszane kolejne podmioty. Związek aktywnie poszukuje nowych partnerów, a także ułatwia wstąpienie do grupy poprzez doradzanie w kwestiach prawnych i formalnych dotyczących przyłączania się do LGD i włączania się w jej działania.

### **Uzasadnienie spójności obszaru objętego funkcjonowaniem LGD**

Teren siedmiu gmin: Baranowo, Czarnia, Kadzidło, Lelis, Łyse, Myszyniec i Olszewo-Borki to serce regionu Kurpiowskiej Puszczy Zielonej. Tutejsza ludność ma bardzo silną tożsamość kulturową, żywo kultywowany jest folklor kurpiowski: od najmłodszego do najstarszego – wszyscy znają kurpiowskie rękodzieło, tańce, pieśni, gwarę, lokalne produkty i tajniki ich wytwarzania. Teren ten charakteryzuje się bogactwem przyrody: jest ona stosunkowo nieskażona i dzika, czemu sprzyja duża lesistość obszaru i zwarte kompleksy leśne. Ponadto bogactwem obszaru jest rzeka Omulew – niosąca czyste wody i meandrująca pomiędzy rolniczymi krajobrazami typowymi dla Kurpiowszczyzny. Teren ten ma wspólne korzenie historyczne i kulturowe: bartnictwo i łowiectwo – puszczańskie zajęcia zachowały się jako ważna forma gospodarowania. Wszystkie te aspekty dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego mogą być konstruktywnie wykorzystywane do rozwoju tego obszaru, w szczególności do rozwijania turystyki i oferty dla gości, co będzie sprzyjało tworzeniu alternatywnych źródeł gospodarowania.

Kurpiowszczyzna jest miejscem, gdzie wytwarza się ciekawe lokalne produkty: kurpiowskie potrawy takie jak rejbak, napitki: dar puszczy i psiwo kozicowe, rękodzieło według tradycyjnych wzorów: wycinanki, kierce, palmy, pisanki, koszyki, hafty. Niestety są one słabo promowane i mało znane poza Kurpiowszczyzną, toteż trzeba pomóc małym producentom dotrzeć do rynków zbytu i zdobyć je.

Rolniczy charakter gmin, podobne sposoby gospodarowania, ubogie gleby, niski dochód w przeliczeniu na mieszkańca, skutkują niedostatecznym poziomem zaspokojenia potrzeb społeczności lokalnej. Jakość życia na obszarze objętym działalnością LGD wymaga nakładów, aby podnosić istniejące standardy: tworzyć bazę edukacji, rekreacji, sportu, wypoczynku i usług, sprzyjać rozwijaniu małych podmiotów gospodarczych.



### Analiza SWOT obszaru objętego działaniem LGD

<i><b>MOCNE STRONY</b></i>	<i><b>SŁABE STRONY</b></i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• czyste środowisko przyrodnicze,</li> <li>• rzeki Narew, Omulew i inne mniejsze ciek wodne,</li> <li>• duża powierzchnia lasów, rezerваты, pomniki przyrody, obszary NATURA 2000,</li> <li>• duże walory krajobrazowe,</li> <li>• warunki środowiskowe sprzyjające produkcji żywności ekologicznej,</li> <li>• narastająca specjalizacja w produkcji rolnej (hodowla bydła),</li> <li>• wyznaczone tereny pod inwestycje,</li> <li>• droga krajowa 53 przebiegająca przez środek obszaru,</li> <li>• dobra telefonizacja w głównych ośrodkach administracyjnych obszaru,</li> <li>• zachowane i kultywowane tradycje oraz folklor kurpiowski,</li> <li>• silna wiara katolicka oraz szacunek do miejsc pamięci narodowej oraz miejscowych zwyczajów i obyczajów,</li> <li>• lokalne produkty,</li> <li>• istniejące gospodarstwa agroturystyczne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mała ilość wyznaczonych szlaków turystycznych (pieszych, rowerowych, wodnych, konnych),</li> <li>• słaba promocja produktów lokalnych i regionalnych, a także całego regionu kurpiowskiego,</li> <li>• duże bezrobocie,</li> <li>• niski poziom wykształcenia mieszkańców,</li> <li>• mała liczba wysoko wykwalifikowanej kadry,</li> <li>• odpływ młodych i wykształconych osób,</li> <li>• słaba znajomość języków obcych wśród mieszkańców,</li> <li>• słabo rozwinięta oferta edukacyjna dla dzieci w wieku przedszkolnym,</li> <li>• niska świadomość ekologiczna społeczeństwa,</li> <li>• niedostateczna liczba nowoczesnych składowisk odpadów,</li> <li>• niedostatecznie rozwinięta sieć kanalizacji zbiorowej,</li> <li>• niski standard wielu dróg gminnych i powiatowych,</li> <li>• słabo rozwinięta sieć usług, brak bogatej oferty handlowej,</li> <li>• mała liczba większych podmiotów gospodarczych,</li> <li>• niedostateczny poziom powszechnego dostępu do Internetu,</li> <li>• słabe połączenia linii PKS,</li> <li>• mała ilość ośrodków sportowo – rekreacyjnych,</li> <li>• brak naturalnych zbiorników wodnych,</li> <li>• duże rozdrobnienie gospodarstw,</li> <li>• mała aktywność mieszkańców,</li> <li>• niska samoorganizacja lokalnego biznesu.</li> </ul>

<i>SZANSE</i>	<i>ZAGROŻENIA</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wypracowanie produktu turystycznego, pakietów turystycznych, oferty turystycznej,</li> <li>• promocja walorów turystycznych,</li> <li>• rozwój małych przedsiębiorstw, przetwórstwa rolno-spożywczego (mleko, ziola),</li> <li>• rolnictwo oparte na hodowli bydła mlecznego,</li> <li>• sprzedaż produktów lokalnych,</li> <li>• rozwój turystyki, w tym agroturystyki.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• starzenie się społeczeństwa,</li> <li>• wzrost bezrobocia,</li> <li>• zanieczyszczenie środowiska,</li> <li>• niski poziom dochodów mieszkańców, ubożenie społeczności hamujące rozwój,</li> <li>• pozostawanie w gminach mieszkańców o niskim poziomie wykształcenia.</li> </ul>

Źródło: Zintegrowana Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich „Kurpsie Razem”.

### **Cele i charakterystyka ZSROW „Kurpsie Razem”**

Zintegrowana Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich (ZSROW) dla północnej części powiatu ostrołęckiego obejmująca gminy: Baranowo, Czarnia, Kadzidło, Lelis, Łyse, Myszyniec i Olszewo-Borki powstawała od stycznia do maja 2006 roku. Pracował nad nim zespół składający się z około 30 przedstawicieli samorządu, przedsiębiorców i organizacji pozarządowych, który wspomagała zewnętrzna firma. Zespół spotkał się na czterech dwudniowych sesjach, na których zbierane były informacje niezbędne do opracowania strategii oraz pomysły uczestników.

Równoległe do prac zespołu opracowującego strategię przeprowadzone zostały badania ankietowe, którymi objęto około 1000 mieszkańców. Zdaniem większości mieszkańców biorących udział w badaniu, najważniejszym tematem wiodącym jest poprawa jakości życia na obszarach wiejskich, co zresztą uwzględniono w ostatecznej wersji ZSROW.

Na podstawie przeprowadzonej diagnozy, analizy SWOT oraz konsultacji społecznych prowadzonych za pośrednictwem debat społecznych i ankiet wybrano trzy tematy wiodące:

- Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich,
- Podnoszenie wartości lokalnych produktów zwłaszcza poprzez ułatwienie małym jednostkom produkcyjnym dostępu do rynków dzięki wspólnym działaniom,
- Wykorzystanie zasobów naturalnych i kulturowych, w tym potencjału obszarów należących do sieci NATURA 2000.

Tematy wiodące są realizowane poprzez osiąganie celów strategicznych. Kluczowe cele strategiczne to:

- W obszarze tematu wiodącego „Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich”:
  - Rozwój bazy gastronomicznej i noclegowej.
  - Edukacja ekologiczna mieszkańców gminy.
  - Wdrażanie do realizacji systemu gospodarki odpadami.
  - Wspieranie rozwoju usług bytowych dla ludności, tworzenie warunków dla wzrostu aktywności gospodarczej oraz zwiększenia napływu kapitału i inwestorów zarówno krajowych, jak i zagranicznych.
  - Organizowanie i wspieranie różnego typu imprez sportowo-rekreacyjnych.
  - Tworzenie warunków dla rozwoju rolnictwa, przetwórstwa rolnego oraz turystyki i agroturystyki.
  - Zmniejszenie poziomu bezrobocia, zwłaszcza wśród kobiet.
  - Rozszerzenie oferty turystyczno-kulturalnej.
  - Rozszerzenie oferty kulturalnej i sportowej dla lokalnej społeczności.
  - Budowanie podstaw społeczeństwa informacyjnego.
  - Podnoszenie jakości edukacji oraz wzbogacenie oferty edukacyjnej, również dla małych dzieci.
- W obszarze tematu wiodącego „Wykorzystanie zasobów naturalnych i kulturowych, w tym potencjału obszarów należących do sieci NATURA 2000”:
  - Ochrona wartości historycznych i przyrodniczych oraz podnoszenie turystycznej atrakcyjności obszaru.
  - Poprawa stanu czystości środowiska przyrodniczego oraz estetyki posesji i miejscowości.
  - Ochrona krajobrazu naturalnego, walorów i zasobów środowiska przyrodniczego.
  - Promocja walorów i zasobów historyczno-przyrodniczych obszaru.
  - Wykorzystanie zasobów naturalnych w kierunku rozwoju turystyki.
  - Tworzenie rezerwatów przyrody oraz utworzenia Kurpiowskiego Parku Krajobrazowego.
- W obszarze tematu wiodącego: „Podnoszenie wartości lokalnych produktów zwłaszcza poprzez ułatwienie małym jednostkom produkcyjnym dostępu do rynków zbytu”:
  - Zarejestrowanie i wypromowanie lokalnych produktów: dar puszczy, wycinanka kurpiowska, miody, suszone grzyby, zioła, wytwory rękodzieła (wikliniarstwo, bibułkarstwo, pieczywo obrzędowe, rzeźba, hafciarstwo, koronczarstwo, kierce itp.).
  - Znalezienie rynków zbytu i metod sprzedaży lokalnych produktów: budowa wiat – punktów sprzedaży, sprzedaż przez Internet, udział w targach.

- Organizowanie imprez promujących lokalne produkty oraz misji handlowych do innych części Polski (we współpracy z innymi Lokalnymi Grupami Działania).
- Wypromowanie produktu na imprezy okolicznościowe („z chaty kurpiowskiej”).

Wybrane tematy wiodące i opracowane cele strategiczne zostały wyłonione w drodze analizy potencjału i potrzeb obszaru objętego strategią oraz w drodze konsultacji z mieszkańcami.

Region kurpiowski – teren 7 gmin objętych działaniem Lokalnej Grupy Działania – ma olbrzymi potencjał zarówno przyrodniczy, jak i kulturowy. Działające zespoły folklorystyczne, imprezy kulturalne, żywa kultura i tradycje, a także nieskażone środowisko przyrodnicze, bory, występowanie rzadkich i chronionych gatunków roślin i zwierząt to walory nie do przecenienia, które można wykorzystywać w rozwoju obszaru. Należy je promować, ale również chronić. Potencjał Kurpiowszczyzny do przyciągania turystów, których obecność będzie dodatkowym źródłem dochodów dla mieszkańców, jest ogromny i nie powinien być zaprzepaszczone.

Analiza SWOT i diagnoza obszaru potwierdza, iż wiele pozostaje to zrobienia w zakresie rozwijania infrastruktury technicznej (dróg, sieci wodociągowych i kanalizacyjnych, budowania oczyszczalni ścieków), ale również infrastruktury rekreacyjnej: boisk, placów zabaw, skwerów i terenów dla rekreacji i odpoczynku. Należy również wspierać powstające małe przedsiębiorstwa, które będą pełniły rolę usługową, gdyż okazuje się, że jest duże zapotrzebowanie na ciekawą ofertę handlową i usługi wysokiej jakości.

Lokalne produkty są bardzo mocną stroną tegoż regionu: są one różnorodne i bardzo duża część społeczności lokalnej wie, jak je wytwarzać. Dzięki temu produkty te mogą być bardzo dobrym źródłem dodatkowych dochodów dla gospodarstw domowych, co przyczyni się do rozwoju gospodarczego obszaru. Temat wiodący „Podnoszenie wartości lokalnych produktów zwłaszcza poprzez ułatwienie małym jednostkom produkcyjnym dostępu do rynków zbytu” zawiera w sobie te kierunki działań, które wpłyną na dynamizację rozwoju obszarów wiejskich objętych działaniem LGD.

## **Podsumowanie**

Zrównoważony rozwój jest koncepcją słuszną i jak najbardziej godną wprowadzenia. Dzięki tej drodze będziemy w stanie jednocześnie rozwijać zarówno aspekty ekonomiczne i społeczne, jednocześnie dbając o stan środowiska naturalnego.

Rozwój agroturystyki i ekoturystyki na obszarach wiejskich jest nie tylko zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, ale widzi się w nim szansę na

przełamanie impasu panującego na wsi, zwiększenie dochodów rolników i aktywizację całych społeczności lokalnych.

### **Literatura**

Dane statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)  
Zabłocki G., Rozwój zrównoważony, idee, efekty, kontrowersje. UMK Toruń, 2002  
Zintegrowana Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich „Kurpsie Razem”, Lokalna Grupa Działania – Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem”

### **Streszczenie**

W artykule przedstawiono rolę turystyki jako jednego z głównych czynników rozwoju terenu objętego działaniem Lokalnej Grupy Działania „Kurpsie Razem”. Prezentuje on podstawowe zadania, jakie stoją przed mieszkańcami siedmiu gmin kurpiowskich, oraz możliwości jakie stwarza zrównoważony rozwój tych gmin, ze szczególnym uwzględnieniem funkcji turystycznej, jaką niewątpliwie gminy te posiadają.

### **Summary**

The article presents the role of tourism as one of main factors of development of the area included in the activity of the group “Kurpsie Razem”. It also shows the main tasks facing the inhabitants of seven Kurpie local communities and possibilities created by their balanced development, taking mainly into consideration, chances of the development of tourism that exist in these communities.



# **CZEŚĆ IV**

---

## **Uwarunkowania i czynniki rozwoju turystyki**





**Andrzej Piotr Wiatrak**  
Zakład Organizacji i Metod Pracy Kierowniczej  
Uniwersytet Warszawski

## **Uwarunkowania i analiza wyboru działalności turystycznej na obszarach wiejskich**

### **Wstęp**

O rozwoju turystyki wiejskiej wiele się mówi, biorąc pod uwagę rozwój obszarów wiejskich i wykorzystania posiadanych zasobów, w tym związanych z rolnictwem. Znajduje to odzwierciedlenie w programach rozwoju obszarów wiejskich. I tak obecnej perspektywie finansowej Unii Europejskiej okresu 2007-2013 mówi się m. in. o promowanie walorów przyrodniczych jako potencjału dla rozwoju zrównoważonej turystyki; ochrony i poprawy jakości dziedzictwa przyrodniczego w ramach wspierania rozwoju społeczno-gospodarczego; pomocy na rzecz zwiększenia podaży usług turystycznych poprzez wprowadzanie nowych usług o wyższej wartości dodanej oraz wspieranie nowych, zrównoważonych rodzajów turystyki<sup>1</sup>. Te działania w dużym stopniu odnoszą się do turystyki wiejskiej, co kolei znajduje odzwierciedlenie w „Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013”<sup>2</sup>, w którym mówi się o różnicowaniu działalności pozarolniczej poprzez rozwijanie działalności turystycznej oraz inwestycji związanych z odnową i rozwojem wsi, skierowanych zarówno na tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw w dziedzinie turystyki i infrastruktury z nią związanej, jak i na remont, przebudowę i wyposażenie obiektów służących promocji obszarów wiejskich, w tym propagowanie i zachowanie dziedzictwa kulturowego, tradycji, sztuki lub kultury.

Jednakże mimo dużego zainteresowania rozwojem turystyki na wsi niewiele zrobiono. Wciąż więcej się mówi, niż robi, a przedsiębiorcy mają trudności w uruchomieniu działalności i jej prowadzeniu. W rezultacie część powstających przedsiębiorstw, także gospodarstw agroturystycznych, przestaje istnieć lub też prowadzi ją przy niepełnym wykorzystaniu posiadanej bazy, albo też zaczyna zajmować się dodatkową działalnością. Trudności te są następstwem – w mojej opinii – różnego rodzaju czynników, które są wzajemnie ze sobą powiązane, a przede wszystkim z niedostatecznego przygotowania się do

---

<sup>1</sup> Rozporządzenie (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 5 lipca 2006 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1783/1999. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 210 z 31.07.2006. r., s. 3.

<sup>2</sup> Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013”, MRiRW, Warszawa, grudzień 2006.

prowadzenia tej działalności, wynikającego z braku jej planowania i prawidłowego organizowania. Przyjęcie takiej tezy jest podstawą rozważań w niniejszym opracowaniu i przedstawienia wybranych zagadnień, które należy uwzględnić przy uruchamianiu przedsięwzięć turystycznych. Rozważania te oparte są na obserwacjach, literaturze przedmiotu i własnych przemyśleniach autora.

### **Istota działalności turystycznej**

Świadczenie usług turystycznych bezpośrednio określa *Ustawa o usługach turystycznych*, która w art. 3 definiuje m. in.<sup>3</sup>:

- *usługi turystyczne* – usługi przewodnickie, usługi hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym,
- *impresę turystyczną* – co najmniej dwie usługi turystyczne tworzące jednolity program i objęte wspólną ceną, jeżeli usługi te obejmują nocleg lub trwają ponad 24 godziny, albo jeżeli program przewiduje zmianę miejsca pobytu.
- *wycieczkę* – rodzaj imprezy turystycznej, której program obejmuje zmianę miejsca pobytu jej uczestników,
- *organizowanie imprez turystycznych* – przygotowywanie, oferowanie i ich realizowanie.

Z kolei *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej*<sup>4</sup> reguluje jej podejmowanie i prowadzenie, ewidencję, kontrolę itp. Podejmowanie działalności gospodarczej wymaga załatwienia formalności związanych z jej rejestracją i zgłoszeniem działalności w zależności od jej rodzaju i miejsca. I tak usługi hotelarskie mogą być świadczone w obiektach hotelarskich, które spełniają wymagania co do wielkości obiektu i jego wyposażenia oraz zakresu świadczonych usług, wymagania sanitarne, przeciwpożarowe itp.. Usługi te mogą być świadczone również w innych obiektach, jeżeli obiekty te spełniają minimalne wymagania co do wyposażenia<sup>5</sup>, m.in. w gospodarstwach rolniczych

Świadczenie usług turystycznych przez gospodarstwa rolne lub mieszkańców wsi podlega takim samym prawom, jak i inna działalność usługowa, przy czym mogą być pewne wyjątki związane z ich dodatkową formą, uzupełniającą główną rolniczą działalność i zachęcającą do ich rozwijania. Taka wyjątkowa forma dotyczy działalności agroturystycznej, co znajduje swoje odzwierciedlenie w zapisie „Przepisów ustawy nie stosuje się do działalności wytwórczej w rolnictwie w zakresie upraw rolnych oraz chowu i hodowli zwierząt, ogrodnictwa, warzywnictwa, leśnictwa i rybactwa śródlądowego, a także wynajmowania przez rolników pokoi, sprzedaży posiłków domowych i świadczenia

<sup>3</sup> Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, Dz. U. 2004, Nr 223, poz. 2268, tekst ujednolicony na 20.12.2006 – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>

<sup>4</sup> Ustawa z dnia 2 lipca 2004. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, Nr 173, poz.1807.

<sup>5</sup> Art. 35 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, Dz. U. 2004, Nr 223, poz. 2268.

w gospodarstwach rolnych innych usług związanych z pobytem turystów”<sup>6</sup>. Oznacza to, że rolnicy nie muszą rejestrować działalności turystycznej (poza zgłoszeniem jej do ewidencji gminnej), gdy ona ma dodatkowy charakter, ale i nie wyklucza, jeśli podejmą taką decyzję. Taka decyzja może wynikać z uzyskania koncesji, czy kredytu na działalność turystyczną itp., a zwłaszcza wtedy, gdy wzrasta skala działalności turystycznej i staje się ona dominującą.

### **Lokalizacja działalności turystycznej**

Lokalizacja jest wyborem miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, w tym wypadku działalności turystycznej. Wybór lokalizacji jest jedną z najważniejszych decyzji planistycznych, gdyż dostępność zasobów i walorów, rozmieszczenie ludzi, występujący popyt itp. przesądza o lokalizacji konkretnych obiektów turystycznych. W nie każdym miejscu opłaca się uruchomić działalność turystyczną, ani ją dalej rozwijać, gdyż trzeba uwzględnić istniejące uwarunkowania lokalizacyjne. Analiza lokalizacji powinna być procedurą, w ramach której<sup>7</sup>:

- ▶ określone zostaną konkretne wymagania (cechy konieczne i wskazane), co do miejsca prowadzonej działalności,
- ▶ dokonany zostanie wybór możliwych miejsc,
- ▶ dostępne warianty poddane zostaną ocenie z perspektywy różnych czynników (zwłaszcza newralgicznych),
- ▶ podjęta zostanie ostateczna decyzja lokalizacyjna.

Atrakcyjność lokalizacyjną obszaru wyznacza zespół czynników – wzajemnie ze sobą powiązanych, które w analizie lokalizacji wskazują na większą korzystność danego obszaru w stosunku do innych. Kryterium to na ogół wyraża się w kategoriach finansowych, gdyż wybór zależy zwykle od maksymalizacji dochodu, czy zysku.

Wymagania lokalizacyjne działalności turystycznej tworzą czynniki lokalizacyjne ogólne i szczegółowe. I tak *czynniki lokalizacyjne ogólne* określają atrakcyjność danego obszaru i możliwości przebywania w nim. Należą do nich<sup>8</sup>:

1. Walory turystyczne obszaru, wynikające z ich atrakcyjności naturalnej i kulturowo-cywilizacyjnej oraz zagospodarowania turystycznego;
2. Położenie obszaru względem rynku zbytu i możliwości sprzedaży, a w tym bliskość klientów, potencjalny popyt i stopień jego zaspokojenia oraz istniejąca i potencjalna konkurencja,

---

<sup>6</sup> Art. 3 Ustawy z dnia 2 lipca 2004. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, Nr 173, poz. 1807.

<sup>7</sup> A. Rogut, A. Rzetelska, Uruchomienie działalności gospodarczej, [w:] „Ekonomika i zarządzanie małą firmą”, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 135.

<sup>8</sup> Por. G. Golembki, J. Kuczyński: Rozwój inwestycji proturystycznych na szczeblu regionu [w:] „Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym”, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002, s.13-17.

3. Dostępność komunikacyjna obszaru – określa sieć dróg i połączeń, które ułatwiają penetrację turystyczną;
4. Zasoby siły roboczej, zwłaszcza wielkość zasobów i dotychczasowego zatrudnienia, kwalifikacje, doświadczenia pracy w turystyce, wysokość wynagrodzeń z pochodnymi itp.;
5. Zaopatrzenie materiałowe działalności turystycznej, mające wpływ na ciągłość dostaw, jakość zaopatrzenia, koszty itp.;
6. Warunki gospodarowania stworzone przez władze lokalne i regionalne dla inwestorów (np. obniżenie lub zwolnienie z podatków, kredyty preferencyjne);
7. Profil społeczno-ekonomiczny, który jest odzwierciedleniem struktury społeczno-ekonomicznej danego obszaru i jego stopnia przydatności dla rozwoju turystyki.

Z kolei *czynniki lokalizacyjne szczegółowe* określają lokalizację konkretnego obiektu i obejmują<sup>9</sup>:

1. Układ sieci dróg dojazdowych i lokalnych oraz ich standard, np. odległość danego miejsca od węzłów komunikacyjnych, występowanie parkingów, jakość dróg itp.;
2. Układ sieci infrastruktury technicznej, elektroenergetycznej, gazowej, wodno-kanalizacyjnej w kontekście minimalizowania kosztów podłączeń nowego obiektu;
3. Stosunki gruntowe z ich techniczno-technologiczną charakterystyką (np. wilgotnością) oraz ich statusem prawno-własnościowym;
4. Dostępności ziemi, budynków i środków produkcji do prowadzenia działalności turystycznej, w tym: istniejące plany i strategie zagospodarowania, łącznie z programami pomocy i finansowania przedsięwzięć, ceny terenów użytkowych i nieruchomości oraz środków produkcji, przydatność dostępnych terenów pod budowę i charakter sąsiedztwa oraz środowisko naturalne i restrykcyjność przepisów;
5. Charakter bezpośredniego otoczenia danej inwestycji w sensie ładu przestrzennego oraz jej harmonii i bezkolizyjności z bezpośrednim otoczeniem, obejmującym m. in.: zabudowę, jej charakter i styl, obiekty handlowe i usługowe, w tym sportowe i kulturalne, obiekty zabytkowe, tereny zielone.

Przedstawione czynniki mają różny charakter, ale w sumie razem określają w sposób kompleksowy zagadnienia, które należy uwzględnić przy lokalizacji działalności turystycznej. Poznanie wymienionych czynników lokalizacyjnych będzie sprzyjało wyborowi rodzaju i skali działalności turystycznej, a jednocześnie jej optymalizowaniu w oparciu o te uwarunkowania. Ponadto lokalizacja

---

<sup>9</sup> J. Kuczyński: Metody określania rozmiaru opłacalności inwestycji turystycznych w regionie [w:] „Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym”, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002, s. 101-102.

podmiotów turystycznych może być przedmiotem celowej polityki państwa i samorządów. Wyrażać się to może w przygotowanej strategii rozwoju turystyki, w której określa się kierunki jej rozwoju w oparciu o posiadane walory turystyczne i zasoby wytwórcze, rynki zbytu i koszty prowadzenia tej działalności. Wówczas wybierając działalność turystyczną należy „wpisać się” w przygotowaną strategię rozwoju turystyki, gdyż w ten sposób najlepiej wykorzystać istniejące preferencje w tym zakresie. Preferencje te mogą być nakierowane na określonych przedsiębiorców.

Analiza lokalizacji działalności turystycznej na obszarach wiejskich nie zawsze jest przeprowadzana, albo też nie uwzględniane są w pełni wyniki tej analizy. Takie podejście często jest następstwem braku przygotowania i podejścia metodycznego, ale może wynikać z istniejących możliwości przedsiębiorców lub zamierzających zająć się działalnością turystyczną. Należy bowiem uwzględnić, że ograniczeniem mogą być ich dochody, posiadane zasoby, walory turystyczne miejscowości itp., które określają skalę i rodzaj działalności. Tak na przykład jest zwykle w gospodarstwach rolniczych, które zamierzają zająć się działalnością turystyczną w konkretnym miejscu i w danych warunkach, nie zawsze optymalnych dla prowadzenia działalności turystycznej. Taka sytuacja nie zwalnia jednak od oceny lokalizacji i czynników określających oraz rachunku ekonomicznego – np. przy założeniu wykorzystania marginalnych zasobów i nie liczenia kosztów własnej pracy. Należy jednak określić granice, w których podejmowana działalność turystyczna może być prowadzona, tak aby w przyszłości nie rezygnować z niej. Niestety część przedsiębiorców na wsi wciąż poszukuje rodzaju działalności, nie przeprowadzając analizy lokalizacji, a następnie opartego na niej rachunku ekonomicznego.

### **Wybór rodzaju działalności turystycznej i kierunków inwestowania**

Prawne i środowiskowe uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej, w tym wypadku turystycznej, należy uwzględnić w decyzjach jej podjęcia, rozszerzenia lub zaprzestania. Organizacja działalności gospodarczej stanowi istotę działań przedsiębiorcy, przy czym najważniejszą funkcją przedsiębiorcy w tym zakresie jest tworzenie nowych kombinacji czynników wytwórczych i wprowadzanie innowacji. W tym celu podjęte działania powinno poprzedzać metodyczne postępowanie, którego wyrazem jest m. in. posiadanie aktualnej i pełnej informacji, analizowanie jej oraz przeprowadzenie rachunku ekonomicznego, które określiłyby charakter działalności oraz rodzaj i sposób prowadzenia działań. Odbywa się to poprzez przygotowanie biznesplanu przedsięwzięcia, który jest planem funkcjonowania podmiotu gospodarczego lub też wprowadzenia do niego nowych przedsięwzięć (inwestycji) przez istniejący lub nowo uruchamiany podmiot gospodarczy, zawierający cel (cele), środki, warunki

i metody działania oraz przewidywane wyniki ekonomiczne i skutki finansowe. Każdy biznesplan powinien zawierać co najmniej następujące dziedziny: tworzenie produktu turystycznego / oferty, zarządzanie i marketing, finanse i czas. Biznesplan powinien opierać się na faktach, które uzyskuje się poprzez odpowiedź na pytania: *co?*, *gdzie?*, *kiedy?*, *jak?*, *kto?*, *dlaczego?*, *ile?*. Sposób sporządzenia biznesplanu i strukturę poszczególnych jego elementów określają głównie następujące czynniki<sup>10</sup>:

- rodzaj, wielkość i stopień złożoności samego przedsięwzięcia,
- czas realizacji i ryzyko wykonania.

Przyjęte działania, aby były prowadzone racjonalnie powinny mieć charakter<sup>11</sup>:

- *celowy* – zgodnie z przyjętym biznesplanem;
- *przedsiębiorczy* – także celowy, ale uwzględniający rozwój, tzn. łączący się ze wzrostem skali działania, doskonalenia dotychczasowych praktyk oraz podejmowanie się nowych.

Racjonalność działania jest podstawą prowadzenia działalności, dlatego też należy poznać nie tylko uwarunkowania prawne i środowiskowe, ale też i uwarunkowania ekonomiczne, które są podstawą uruchomienia posiadanych zasobów, poszukiwania środków na ich uruchomienie i rozszerzenie itp. Pomocnym narzędziem w tym celu może być np. *trójwymiarowy model przedsiębiorczości*, który składa się z<sup>12</sup>:

- ▶ *Innowacji ekonomicznej*, obejmującej tworzenie nowych kombinacji w celu tworzenia wartości ekonomicznej tam, gdzie jej dotychczas nie było (np. uruchomienie działalności turystycznej w gospodarstwie rolniczym lub też rozszerzenie zakresu usług turystycznych – np. usług związanych z organizacją imprez turystycznych w gminie). W tym wypadku należy zadać pytanie, *co* będzie realizowane i w jakim zakresie?;
- ▶ *Reorganizacji* lub *tworzenia przedsiębiorstwa* dla realizacji podjętych innowacji (np. przystosowania gospodarstwa rolniczego do uruchomienia działalności turystycznej lub uruchomienia nowego przedsiębiorstwa, które będzie zajmowało się realizacją ekonomicznej innowacji. W tym wypadku mamy do czynienia z metodą uzyskiwania tej innowacji, co łączy się z odpowiedzią: *jak* będzie ona realizowana?;
- ▶ *Dążenia do dochodu lub zysku w sektorze rynkowym*, które określa miejsce realizacji ekonomicznej innowacji i cel jej działalności. Odpowiada na pytanie: *gdzie?*

<sup>10</sup> Agroturyzm a rozwój wsi. Wyd. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993, s. 75-79.

<sup>11</sup> J. Olko: Przedsiębiorczość i jej istota [w:] „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia”. Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Tarnobrzeg 2003, s. 115.

<sup>12</sup> Por. J. Lichtarski, M. Karaś: Podejmowanie przedsiębiorczości i warunkujące ją czynniki [w:] „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia”. Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Tarnobrzeg 2003, s. 19-20.

Wymienione wymiary przedsiębiorczości mogą występować zarówno razem, jak i osobno, dlatego też warto przygotować się aby osiągnąć efekt synergiczny, gdyż taki jest sens prowadzenia działalności gospodarczej i jej rozwijania przez inwestycje. Najczęściej definicja inwestycji oznacza lokowanie środków finansowych w różne rodzaje przedsięwzięcia, które mają na celu uzyskanie określonych korzyści (efektów) materialnych i niematerialnych. Różne typologie inwestycji wskazują na źródła ich finansowania, rolę spełnianą w procesie reprodukcji itp. Inwestycje turystyczne, a ściślej proturystyczne, są celowo wydatkowanymi środkami przedsiębiorstw na ich rozwój zgodnie z przyjętymi celami działania w biznesplanie, przeznaczonymi na<sup>13</sup>:

1. *Rzeczowe inwestycje turystyczne*, zwiększające bazę infrastrukturalno-usługową turystyki, poprzez inwestowanie w:
  - *podstawowy majątek turystyczny*, jak: miejsca noclegowe, hotele, schroniska, kąpieliska itp.;
  - *uzupełniający majątek turystyczny*, jak: sieć handlowa, gastronomiczna, komunikacyjna, ubezpieczeniowa itp.;
  - *majątek infrastrukturalno-wytwórczy*, tj. małe masarnie, piekarnie, cukiernie, wyrób pamiątek itp.
2. *Finansowe inwestycje turystyczne* – jako lokowanie środków w operacje finansowo-kapitałowe, grunty pod zabudowę, budynki, które w przyszłości są odsprzedawane lub wykorzystywane pod inwestycje rzeczowe. Część tych inwestycji może mieć charakter spekulacyjny;
3. *Niematerialne inwestycje turystyczne* – przeznaczane głównie na:
  - badanie, doskonalenie i rozwój produktów,
  - inwestowanie w ludzi, zwłaszcza w ich szkolenie,
  - inwestycje w ochronę środowiska.

Inwestycje mają różny zakres i cele w zależności od charakteru przedsięwzięcia. Mogą one łączyć się z budową lub rozbudową bazy turystycznej, a mogą mieć też charakter przystosowawczy, łączący się przede wszystkim z inwestycjami modernizacyjnymi. Taki charakter mają często inwestycje w gospodarstwach rolniczych, które zamierzają zająć się działalnością turystyczną. Te inwestycje mogą być wystarczające z punktu widzenia realizacji założonych celów, tj. prowadzenia działalności turystycznej. Jednakże w tym wypadku zwykle brakuje środków na inwestycje turystyczne niematerialne (np. obejmujące szkolenia), które też mają wpływ na efektywność przedsięwzięcia.

Uwzględnić należy, że inwestycje turystyczne są lokalizowane na określonym obszarze nie tylko przez inwestorów prywatnych, ale i publicznych (administrację terenową, fundusze lokalne, regionalne, krajowe i międzynarodowe, kierowane na rozwój gospodarki turystycznej). Jeśli występuje

---

<sup>13</sup> G. Gołębski, J. Kuczyński: Rozwój inwestycji proturystycznych na szczeblu regionu [w:] „Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym”, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002, s. 10-13.

finansowanie publiczne inwestycji turystycznych, to jest ono powiązane z omawianą strategią rozwoju turystyki, a więc ma na celu wspomaganie rozwoju turystyki i podmiotów turystycznych<sup>14</sup>. W związku z tym warto wykorzystać to wspomaganie i dokonywać wyboru z uwzględnieniem uzyskiwanych i spodziewanych efektów w gospodarce turystycznej danego obszaru. Takie podejście jest właściwe na każdym etapie gospodarowania, gdyż pozwala poznać istniejące uwarunkowania i zmiany w ich oddziaływaniu.

### **Formy organizacyjne przedsiębiorstw turystyki wiejskiej**

Działalnością turystyczną mogą zajmować się specjalnie powołane do tego przedsiębiorstwa turystyczne, jak i inne podmioty (np. gospodarstwa rolnicze), świadczące te usługi dodatkowo. Przedsiębiorstwa zajmujące się działalnością turystyczną na obszarach wiejskich mogą mieć – poza formą gospodarstwa rolnego – wszystkie formy prawne przewidziane w ustawodawstwie polskim. Biorąc pod uwagę zakres i skalę działalności turystycznej na obszarach wiejskich oraz dochody mieszkańców wsi wydaje się, że w praktyce będą powstawały przede wszystkim firmy w formie:

- osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą (skrót: firma osoby fizycznej),
- spółki cywilnej,
- spółki jawnej.

Dwie pierwsze formy przedsiębiorstw reguluje Kodeks Cywilny<sup>15</sup> [Ustawa 1964], a trzecią Kodeks Spółek Handlowych<sup>16</sup>.

Podstawą świadczenia usług agroturystycznych i innych im towarzyszących są *gospodarstwa rolnicze*, których nastawienie na działalność zarobkową oraz uzyskiwanie korzyści ekonomicznych i społecznych jest podstawą ich nazwania przedsiębiorstwem i to niezależnie, jak stanowi w tym zakresie ustawodawstwo prawne<sup>17</sup>. Właściciele gospodarstw rolnych w większości nie płacą podatku dochodowego, korzystając ze zwolnienia, gdyż wolne od podatku dochodowego są dochody uzyskane z tytułu wynajmu pokoi gościnnych, w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwie rolnym, osobom przebywającym na wypoczynku oraz dochody uzyskane z tytułu wyżywienia tych

---

<sup>14</sup> A. P. Wiatrak, Turystyka wiejska w strategiach rozwoju regionalnego i lokalnego [w:] „Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów”, Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie, Krosno 2005, z. 15, s. 168-170.

<sup>15</sup> Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz.U. 1964, Nr 16, poz. 93, z późn. zm., tekst jednolity z dnia 28.05 2007 r. – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>

<sup>16</sup> Ustawa z dnia 15 września 2000 Kodeks spółek handlowych, Dz.U. 2000, Nr 94 poz. 1037, z późn. zm, tekst ujednolicony z dnia 22.01..2007 – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>

<sup>17</sup> A. P. Wiatrak, Przedsiębiorstwo rolnicze – istota działania i zakres występowania. „Roczniki Naukowe SERiA”, 2005t. VII, z. 1, s. 279.



osób, jeżeli liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza 5<sup>18</sup>. Gospodarstwo rolne nie musi też, o czym był już mowa, rejestrować prowadzenia działalności turystycznej w wymienionych rozmiarach, uzyskiwać zezwoleń itp., tylko zgłasza fakt jej prowadzenia lub zaprzestania do ewidencji gminnej.

Rolnicy nie spełniający tych kryteriów oraz mieszkańcy wsi, którzy nie są rolnikami, a świadczą usługi turystyczne stają się przedsiębiorcami i powinni dopełnić także obowiązku rejestracji działalności. I tak rejestracja *firmy osoby fizycznej* odbywa się w Urzędzie Gminy i jest wpisywana do Ewidencji Działalności Gospodarczej. Podejmowanie działalności jest dozwolone każdemu, jeśli spełnia warunki prawa, a zwłaszcza dotyczące<sup>19</sup>:

- ochrony życia i zdrowia ludzkiego oraz przestrzegania przepisów ochrony środowiska, sanitarnych, przeciwpożarowych i budowlanych,
- posiadania przez wykonawców odpowiednich kwalifikacji, co oznacza, że osoba tworząca tę firmę nie musi ich posiadać,
- wykonywania czynności, które nie są prawnie zabronione

Działalność może być prowadzona przez jedną osobę bez zatrudnienia pracowników najemnych, ale mogą oni prowadzić przedsiębiorstwa zatrudniające pracowników najemnych.

*Z kolei spółka cywilna* jest formą zorganizowanego współdziałania dwu lub więcej osób na podstawie umowy dotyczącej wspólnego celu gospodarczego, dotyczącego na ogół prowadzenia prostej działalności i o małej skali działania. W umowie zaznaczone są udziały wspólników oraz pewien wyodrębniony, wspólny majątek, który nie podlega podziałowi przez cały okres istnienia spółki. Omawiana spółka jest w konstrukcji zbliżona do firmy osoby fizycznej, przy czym wspólne działanie pozwala na większą skalę działania. Podobnie jest w *spółce jawnej*, która powoływana w celach zarobkowych i podlega wpisowi do Krajowego Rejestru Sądowego<sup>20</sup>.

Wybór formy prawnej działalności gospodarczej musi być dobrze przemyślany i oparty na kalkulacji obejmującej m. in. następujące czynniki<sup>21</sup>:

- koszty uruchomienia i prowadzenia działalności, łącznie z obciążeniami podatkowymi,
- czas, który zamierzamy poświęcić na organizację firmy,
- skalę planowanego przedsięwzięcia gospodarczego,
- wielkość zaangażowania kreującego podmiot gospodarczy w interesy firmy,
- udział dochodów z tej działalności we wszystkich dochodach osoby fizycznej (jeśli są inne),
- wielkość ryzyka związanego z działalnością.

<sup>18</sup> Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych. Dz.U. 1991, Nr 80 poz. 350, z późn. zm., tekst ujednolicony z dnia 10.07. 2007 r. –<http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>

<sup>19</sup> Ustawa z dnia 2 lipca 2004. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, Nr 173, poz.1807.

<sup>20</sup> Tamże.

<sup>21</sup> Własna firma. Zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej. Wyd. Forum, Poznań 2005, s. 58-61.

W gospodarstwach rolniczych, które podejmują się działalności turystycznej wybór ten nie musi, o czym była mowa, łączyć się ze zmianą formy prawnej. Nadal może pozostać gospodarstwo rolnicze, jeśli nie jest to działalność turystyczna na dużą skalę i nie przeszkadza prowadzeniu działalności rolniczej. Należy zwrócić uwagę, że w wielu gospodarstwach agroturystycznych nie zwraca się na to uwagi, a to jest z jeden z czynników dobrego organizowania i sukcesów w prowadzeniu działalności. W każdej bowiem formie prowadzenia działalności turystycznej należy określić, jak powinna ona być zorganizowana, a w przypadku łączenia z inną działalnością należy określić ich relacje względem siebie, ale też i powiązanie (np. turystyka i rolnictwo, turystyka i transport itp.).

### **Podsumowanie i wnioski**

Przeprowadzona analiza, obejmująca wybrane zagadnienia rozwoju turystyki wiejskiej wskazuje, że istnieje szereg różnych uwarunkowań jej rozwoju, które nie są dostatecznie lub w ogóle uwzględniane przy uruchamianiu działalności turystycznej. Wiąże się to z brakiem dostatecznego przygotowania przedsiębiorców, ale też z możliwościami tych przedsiębiorców oraz braku ich dostatecznego wsparcia ze strony samorządów terytorialnych i polityki społeczno-gospodarczej. W rezultacie podejmujący działalność turystyczną na wsi mają trudności w jej prowadzeniu i dostosowaniu oferty do wymogów turystów. W związku z tym ważną rolę mają działania obejmujące:

1. Przygotowanie przedsiębiorców turystycznych (prowadzących i zamierzających prowadzić tę działalność), aby mogli przeprowadzić analizę istniejących uwarunkowań, poczynając od wyboru lokalizacji, rodzaju działalności, poprzez analizę opłacalności przedsięwzięcia, a kończąc na wyborze i określeniu celu (celów) prowadzenia tej działalności i spodziewanych efektów;
2. Inwestowanie w działalność turystyczną, przy czym nie kończące się na rozwoju bazy turystycznej, ale także na inwestycjach niematerialnych związanych z ludźmi, rozwojem oferty turystycznej i działalności marketingowej.
3. System informacyjny, którego zadaniem jest przygotowanie do zajęcia się działalnością turystyczną i jej doskonalenia, ukazanie istniejących możliwości założenia przedsięwzięć turystycznych i sposobów ich sfinansowania itp. Niestety obecnie nie ma w Polsce sprawnego systemu informacji, który przyczyniałby się do kreowania przedsiębiorczości na wsi, a w planach rozwoju turystyki wiejskiej nadal te zagadnienia nie są dostatecznie uwzględniane.
4. Strategie rozwoju obszarów wiejskich i turystyki na szczeblu unijnym, krajowym, regionalnym i lokalnym, określające ramy rozwoju przedsięwzięć turystycznych na wsi i ich doskonalenia i pozwalające przedsiębiorcom „wpisać

- się” w istniejące możliwości. Jednakże, aby tak było, to te programy muszą mieć instrumenty wsparcia, a nie kończyć się postulowanymi działaniami;
5. System edukacji i doradztwa, który umożliwia przygotowanie zainteresowanych prowadzeniem działalności turystycznej, w tym szukanie i dobór źródeł informacji, przeprowadzenie analizy lokalizacji, rachunku ekonomicznego, przygotowanie biznesplanu itp. Tutaj ważną rolę mają władze lokalne oraz stowarzyszenia turystyczne;
  6. W obecnej perspektywie finansowej UE podstawą rozwoju turystyki wiejskiej jest kształtowanie przestrzeni turystycznej na obszarach wiejskich z powiązaniem rozwoju produktów turystycznych, uwzględniających zrównoważony rozwój i dziedzictwo kulturowe. W związku z tym warto to wykorzystać w przygotowanych programach wsparcia, w tym programach edukacyjnych z tego zakresu.

### Literatura

- Agroturyzm a rozwój wsi. Wyd. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993.
- Gołembski G., Kuczyński J.: Rozwój inwestycji proturystycznych na szczeblu regionu [w:] „Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym”, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002.
- Kuczyński J., Metody określania rozmiaru opłacalności inwestycji turystycznych w regionie [w:] „Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym”, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002.
- Lichtarski J., Karaś M., Podejmowanie przedsiębiorczości i warunkujące ją czynniki [w:] „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia”. Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Tarnobrzeg 2003.
- Olko J., Przedsiębiorczość i jej istota [w:] „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia”. Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Tarnobrzeg 2003.
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013”, MRiRW, Warszawa, grudzień 2006.
- Rogut A., Rzetelska A., Uruchomienie działalności gospodarczej,[w:] „Ekonomika i zarządzanie małą firmą”, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1998,.
- Rozporządzenie (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 5 lipca 2006 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1783/1999. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 210 z 31.07.2006. r.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz.U. 1964, Nr 16 , poz. 93, z późn. zm., tekst jednolity z dnia 28.05 2007 r. – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych. Dz.U. 1991, Nr 80 poz. 350, z późn. zm., tekst ujednolicony z dnia 10.07. 2007 r. –<http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, Dz. U. 2004, Nr 223, poz. 2268, tekst ujednolicony na 20.12.2006 – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, Nr 173, poz.1807.
- Ustawa z dnia 15 września 2000 Kodeks spółek handlowych, [Dz.U. 2000, Nr 94 poz. 1037](http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html), z późn. zm, tekst ujednolicony z dnia 22.01..2007 – <http://isip.sejm.gov.pl/prawo/index.html>
- Wiatrak A. P., Przedsiębiorstwo rolnicze – istota działania i zakres występowania. „Roczniki Naukowe SERiA” 2005, t. VII, z. 1.

Wiatrak A. P.: Turystyka wiejska w strategiach rozwoju regionalnego i lokalnego [w:] „Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów”, Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie, Krosno 2005, z. 15.

Własna firma. Zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej. Wyd. Forum, Poznań 2005.

### **Streszczenie**

W pracy przedstawiono wybrane uwarunkowania i analizę wyboru rozwoju turystyki wiejskiej, obejmujące: istotę działalności turystycznej, lokalizację działalności turystycznej, wybór rodzaju działalności turystycznej i kierunków inwestowania oraz formy organizacyjne przedsiębiorstw turystyki wiejskiej. Przeprowadzona analiza wskazuje, że omawiane zagadnienia nie są dostatecznie lub w ogóle uwzględniane przy uruchamianiu działalności turystycznej. Wiąże się to z brakiem dostatecznego przygotowania przedsiębiorców, ale też z możliwościami tych przedsiębiorców oraz braku dostatecznego wsparcia ze strony samorządów terytorialnych i polityki społeczno-gospodarczej. W rezultacie podejmujący działalność turystyczną na wsi mają w trudności w jej prowadzeniu i dostosowaniu oferty do wymogów turystów. W związku ważną rolę mają działania wspomagające, w których są narzędzia wsparcia (np. poprzez programy doradcze).

### **Summary**

In this article were introduced the chosen conditions and analysis of choice the development rural tourism, including: the essence of tourist activity, localization of tourist activity, choice of kind the tourist activity and directions the investing, and also organizational forms of enterprises of rural tourism. Carried out an analysis indicates that discusses questions are not sufficiently or at all taken in initialization of tourist activity. This situation is connected with lack of sufficient the businessmen's preparation, and also with possibilities these businessmen and lack of sufficient support from side of territorial authorities and social-economic policy. As a result entrepreneurs on rural areas meet with difficulties in carry out tourism activity and adaptation an offer to tourists' requirements. In this connection important part have support activity, in which are the tools of support (e.g.: across advisory programmers).

**Krystyna Krzyżanowska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Znaczenie cech osobowych i umiejętności interpersonalnych w świadczeniu usług turystycznych**

### **Wstęp**

Turystyka jest dziedziną, w której wiedza z zakresu psychologii społecznej jest bardzo przydatna. Znaczenie komunikacji międzyludzkiej w świadczeniu usług turystycznych systematycznie wzrasta. Organizacje, które postawiły na rzetelną obsługę klienta, odnoszą największe sukcesy na rynku. To ludzie tworzą i sprzedają usługi i od nich zależy, czy klient będzie zadowolony z obsługi, czy dokona ponownego zakupu.

W artykule przybliżono znaczenie cech osobowych i umiejętności interpersonalnych personelu hotelowego, pilotów wycieczek i właścicieli gospodarstw agroturystycznych w świadczeniu usług turystycznych.

### **Zasady obsługi klienta na rynku turystycznym**

Pod koniec lat 90. XX wieku obserwatorzy gospodarki ponownie odkryli, że organizacje wkładające wiele pracy w świadczenie klientom wysokiej jakości usług, uzyskiwały lepsze wyniki finansowe. Rozwijały się szybciej i były bardziej rentowne od tych, które dawały klientom niezbędne minimum w kontaktach osobistych czy też telefonicznych lub za pośrednictwem Internetu. Firmy, które postawiły na kompleksową obsługę klientów, zaczęły więcej zarabiać i udawało się im dłużej utrzymać klientów niż tym, które tego nie robiły. Badacze zauważyli też, że organizacje usługowe odnoszące największe sukcesy miały niższe koszty marketingowe, mniejszy odsetek zdenerwowanych i narzekających klientów i więcej powtórnych sprzedaży. Z dobrą obsługą wiązały się też korzyści wewnętrzne: we wspomnianych organizacjach zaobserwowano mniejszą fluktuację i absencję pracowników oraz większe morale i zadowolenie<sup>1</sup>.

Klienci są wymagający i mają do tego prawo. Obecnie posiadają oni znacznie mniej czasu i więcej możliwości wyboru. Jeżeli określona organizacja nie spełni oczekiwań klientów, pójdą do innej firmy. Powodów odchodzenia klientów

---

<sup>1</sup> R. Zenke, K. Anderson: Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów. Wydaw. Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. Kraków 2006, s. 9.

może być wiele. Klient może już nie potrzebować usługi. Może znaleźć dostawcę oferującego podobny produkt lub usługę po niższej cenie. Wbrew powszechnie powtarzanym opiniom, klienci odchodzą do konkurencji nie dlatego, że tam jest taniej. Odchodzą, ponieważ nie dostają tego, czego oczekują, co ma raczej związek z uwagą, jaka jest im poświęcona niż z ceną. Z powodu złego poziomu obsługi odchodzi 45% klientów, 20% z powodu braku zainteresowania tym, o co im chodzi. Mniej znaczącym powodem odejść okazało się znalezienie gdzie indziej lepszego produktu (15%) lub niższej ceny (15%)<sup>2</sup>.

Bardzo dobry model obsługi pozwalającej na prawidłową obsługę klientów opracowali L. Berry i jego koledzy z Twxas A&M University. Badacze ci stwierdzili, że klienci oceniają jakość obsługi, biorąc pod uwagę pięć czynników<sup>3</sup>:

- **skuteczność** – zdolność niezawodnego zapewnienia dokładnie tego, co zostało obiecane,
- **upewnianie** – posiadanie wiedzy, uprzejme traktowanie klientów oraz umiejętność tworzenia klimatu zaufania, profesjonalizmu i niezawodności,
- **prezentowanie się** – wygląd lokalu i jego wyposażenie oraz aparycja obsługującego i innych osób w firmie,
- **empatia** – uwaga i troska okazywane klientom,
- **reakcja** – gotowość do szybkiego udzielania pomocy klientom.

Obsługa klienta na rynku turystycznym jest szczególnie ważna. Bez obsługi klienta w zasadzie nie byłoby usług turystycznych. To w jaki sposób są świadczone usługi decyduje o zadowoleniu klienta i zakupie określonej usługi. Jedną z naczelnych zasad hotelarstwa jest troska o dobre samopoczucie gościa w czasie pobytu w hotelu bez względu na zajmowane stanowisko, jest służenie gościowi. Tak więc turysta przyjeżdżający do hotelu nie jest zwykłym konsumentem czy klientem, lecz gościem. Oczekuje czegoś więcej niż podstawowej obsługi, za którą zapłacił, a więc wysokiej jakości usług, profesjonalizmu, uprzejmości, szacunku, miłej i domowej atmosfery. Zdarza się, że goście preferują mniejsze obiekty hotelarskie, w których zauważalna jest osobista troska pracownika hotelu o gościa i jego potrzeby i z szacunkiem traktuje się jego wymagania i przyzwyczajenia<sup>4</sup>.

Obsługa gościa hotelowego ma zróżnicowany charakter w poszczególnych jednostkach hotelu: recepcji, jednostce mieszkalnej i gastronomii hotelowej. Jednym z ważniejszych działów, mających wpływ na sprawne funkcjonowanie przedsiębiorstwa hotelowego, jest recepcja hotelowa. Jest to w pewnym sensie centrum zarządzania, w którym następuje koordynacja zadań związanych z obsługą gości hotelowych. W wielu hotelach opracowywane i wdrażane są tzw. standardy recepcyjne, w których zawarte są podstawowe informacje, jak należy obsługiwać

---

<sup>2</sup> www.przedstawiciel-handlowy.pl

<sup>3</sup> R. Zenke, K. Anderson: op. cit., s. 19.

<sup>4</sup> D. Płader: Organizacja pracy w hotelarstwie. Wydaw. KSH, Kraków 2001, s. 14.

gościa w recepcji, jak ma zachować się recepcjonista i jaki powinien być jego wygląd zewnętrzny, jakie powinno być wyposażenie recepcji i hotelu recepcyjnego, rzeczy i informacje jakie dostarcza recepcjonista na żądanie gościa i wielu innych szczegółów istotnych z punktu widzenia obsługi gościa hotelowego.

Właściwa organizacja pracy recepcji powinna sprowadzać się do dużej obsługi zwłaszcza w tzw. szczytach obsługi, gdy klientów przyładzie recepcyjnej, którzy chcą się zameldować lub wymeldować, jest więcej niż pracowników recepcyjnych. Pracownik *guest relations* odpowiada za dobre relacje na linii goście – hotel oraz za jakość usług świadczonych gościom w tym hotelu. Osobiście reaguje na skargi gości, bez odsyłania ich do innych pracowników hotelu oraz rozpoznaje i zaspokaja w miarę możliwości potrzeby gości<sup>5</sup>.

Dobrze funkcjonująca recepcja hotelowa to nie tylko szybkie komputery i sprawne procedury zakwaterowania. Recepcja jest często określana jako „serce” hotelu, a więc miejsce, w którym gość kształtuje sobie pierwsze wrażenie o danym hotelu i wyrabia o nim swoje zdanie. Za pierwsze wrażenie i sprawną obsługę gościa przyładzie recepcyjnej odpowiadają pracownicy recepcji. Ważne staje się nie tylko to jak recepcjonista obsługuje klienta, ale także jaki jest jego ubiór, kultura osobista, intonacja głosu, gestykulacja. Ważną umiejętnością recepcjonisty jest zapewnienie klientom poczucia komfortu i stysfakcji kupienia usługi. Recepcjonista powinien cechować się miłą aparycją, chęcią do działania, umiejętnością inicjowania kontaktów oraz prowadzeniem obsługi pod presją czasu. Goście od razu odczuwają, z kim mają do czynienia w recepcji i czy mogą obdarzyć recepcjonistę, a tym samym cały hotel zaufaniem. Dobry recepcjonista potrafi przeprosić w każdej sytuacji. Powinien sprawnie obsługiwać system rezerwacji i sprzedaży pokoi, być kasjerem walutowym, potrafić obsługiwać terminale kart płatniczych oraz posługiwać się obcymi językami. Standardem dobrze funkcjonującej recepcji powinna być szybkość i fachowość obsługi gościa hotelowego<sup>6</sup>.

Również dobrze funkcjonująca gastronomia staje się w wielu przypadkach wizytówką poszczególnych przedsiębiorstw turystycznych, w tym głównie hotelarskich. Restauracja hotelowa powinna być nastawiona na obsługę nie tylko gości hotelowych, ale również gości spoza obiektu. Powinna być miejscem, gdzie goście czuliby się dobrze i gdzie będą mieli możliwość prowadzenia rozmów<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> B. Meyer: *Obsługa ruchu turystycznego*. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 175-176.

<sup>6</sup> Praca na pierwszym froncie. „Świat Hoteli” 2005 nr 10, s. 26.

<sup>7</sup> C. Arkuszyński: *Gastronomia hotelowa*. Wydaw. PZH, Warszawa 2002, s. 78.

## **Znaczenie komunikacji międzyludzkiej w świadczeniu usług turystycznych**

W literaturze psychologicznej występuje wiele definicji komunikacji międzyludzkiej. Według Z. Nęckiego<sup>8</sup> komunikowanie interpersonalne to podejmowana w określonym kontekście wymiana werbalnych, wokalnych i niewerbalnych sygnałów (symboli) w celu osiągnięcia lepszego poziomu współdziałania. Komunikacja werbalna polega na wymianie informacji w trakcie takich czynności, jak: mówienie, pisanie, czytanie oraz słuchanie. Sprawność komunikowania uzależniona jest od: rodzaju odbiorcy (poziomu jego wiedzy, zasobu doświadczeń, wieku, płci) oraz od rodzaju przekazywanego komunikatu (informowanie, przekonywanie, perswadowanie). Każda wypowiedź słowna powinna być zrozumiała, nieskomplikowana i gramatycznie poprawna. Powinno wystrzegać się żargonu, zwrotów wieloznacznych i trudnych. Aby podtrzymać uwagę odbiorcy należy różnicować ton głosu, intonację i robić przerywniki. Pisanie jako forma kontaktu werbalnego obliguje nadawcę do poprawności pisowni i składni języka, dbałości o przekaz komunikatu i strukturę.

Natomiast niewerbalne komunikowanie może wzmocnić, osłabić lub zaprzeczyć przekazom werbalnym. O ile komunikacja słowna odnosi się do konkretnego problemu, o tyle przekazy niewerbalne odnoszą się do stosunku nadawcy z odbiorcą. Wyróżniamy: mimikę – wyraz twarzy (to najważniejsze linie przekazywania sygnałów o stanach emocjonalnych), dotyk- kontakt fizyczny (bierze udział w budowaniu wrażenia bliskości lub też dystansu psychicznego, spojrzenie (nawiązanie kontaktu wzrokowego poprzedza kontakt bezpośredni), dystans fizyczny między rozmówcami, pozycja ciała, wygląd zewnętrzny, dźwięki paralingwistyczne ( śmiech, płacz, ziewanie, mruczenie itp.), jakość wypowiedzi związana z intonacją i natężeniem głosu i elementy środowiska fizycznego (np. rodzaj przestrzeni).

W pracy codzienne wiele razy nadajemy i odbieramy pozawerbalne sygnały. Z jednej strony powielamy przy tym typowe zachowania, z drugiej strony – trzeba szybko przystosować się do nowej sytuacji. Wymaga się od nas, abyśmy kochali swoją pracę, szanowali szefa i uwielbiali klientów. Dlatego uczymy się maskować naturalne reakcje. W branży jaką jest hotelarstwo mowa ciała ma ogromne znaczenie. Recepcjonista ma za zadanie przede wszystkim witać gości, robić dobre wrażenie, które świadczy o całej firmie. Musi się szczerze uśmiechać. Poprzez lekkie pochylenie głowy do przodu podczas powitania dawać sygnał o gotowości niesienia pomocy. Powinien też skinąć głową na znak, że zauważył przybysza, choćby był bardzo zajęty. Wykazywać powinien zainteresowanie i troskę o gości

---

<sup>8</sup> Z. Nęciki: Komunikacja międzyludzka. Wydaw. PSB, Kraków 1996, s.109.



czekających i rozwiązywać każdy problem, zanim się pojawi. Recepcjonista powinien uśmiechać się, aktywnie przysłuchiwać i dostrzegać klienta.

Większość podstawowych gestów komunikacyjnych wygląda tak samo bez względu na to, w jakiej kulturze znajdujemy się. Gdy ludzie są szczęśliwi – uśmiechają się, gdy są smutni lub źli – marszczą brwi albo są pochmurni. Kołysanie głową w górę i w dół jest prawie ogólnoswiatowym znakiem akceptacji lub potwierdzenia<sup>9</sup>.

Reasumując można stwierdzić, że komunikowanie międzyludzkie jest podstawą w obsłudze klienta zwłaszcza w tak ważnej branży jaką jest turystyka. To jak się zachowujemy i co mówimy ma ogromny wpływ na wizerunek i jakość świadczonych usług. Klienci nie zawsze mówią, że czują się niezręcznie, że są zagubieni lub zdenerwowani. Ale jeśli osoba obsługująca klienta odczyta jego niewerbalne przekazy, to uzyskane w ten sposób informacje będą dla niej zrozumiałe, tak samo jak te, które sformułowano werbalnie. Wykorzystując komunikaty niewerbalne łatwiej jest zaspokoić potrzeby klientów, a nawet przekroczyć ich oczekiwania.

### **Charakterystyka badanej populacji**

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

Badania właściwe przeprowadzone zostały w 2006 r. wśród mieszkańców Warszawy. Objęto nimi 162 osoby, które korzystały z usług personelu hotelowego, pilotów wycieczek i właścicieli gospodarstwa agroturystycznych.

Kobiet uczestniczących w badaniach było - 57,4 %, a mężczyzn – 42,6%. Większość wśród respondentów stanowiły osoby powyżej 40. roku życia (68,5%). Klienci korzystający z różnych usług turystycznych byli wykształceni - 98,8% legitymowało się wykształceniem ponadpodstawowym, z czego 14,8% - wykształceniem zasadniczym, 31,5% - wykształceniem średnim i 52,5% - wyższym. Były to głównie osoby zamożne, osiągające dochody osobiste w wysokości powyżej 1000 zł na 1 osobę w rodzinie (77,1%).

---

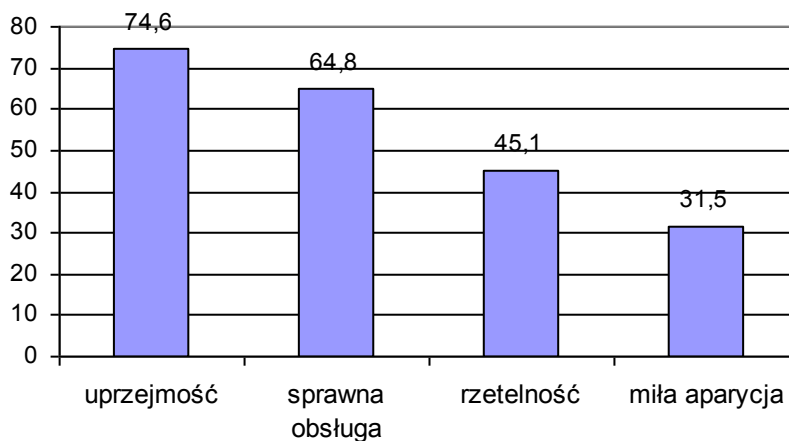
<sup>9</sup> A. Tease: Mowa ciała. Wydaw. Jedność, Kielce 2001, s.64 – 79.

## Cechy osobowe i umiejętności personelu hotelowego istotne w kontaktach z klientami

Relacje bezpośrednie, zwane interakcjami, stanowią pomost między organizacją i jej klientem. Klient podczas spotkania z usługodawcą weryfikuje obraz profesjonalnej praktyki. Interakcje mają decydujący wpływ na ewoluowanie oceny jakości świadczenia usługi.

W branży hotelowej ważną rolę odgrywają ludzie. Goście hotelowi postrzegają personel na podstawie jego wyglądu i poziomu profesjonalizmu. Wchodzą tu w grę zarówno elementy materialne, jak i niematerialne, np. ważny jest wygląd zewnętrzny – czystość, schludność oraz łatwość rozpoznania danej osoby jako należącej do obsługi hotelu. Mniej materialne elementy profesjonalnego wyglądu zależą od postaw pracowników, ich działania oraz zdolności wywiązywania się ze wszystkich ról związanych z dostarczaniem usług.

Przy wyborze obiektu hotelowego respondenci zwracali głównie uwagę na standard obiektu (68,7%), usługi gastronomiczne (52,7%) i personel hotelowy (39,6%). Uprzejmy i wykwalifikowany personel jest wizytówką hotelu. Dzięki przyjaznej i kompetentnej obsłudze, gość hotelowy może czuć się bezpiecznie i przyjemnie. Osoby pracujące w hotelu sprawiają, że dany obiekt hotelowy odbierany jest jako miłe i ciepłe miejsce, do którego chce się powracać. Informacje na temat cech i umiejętności personelu hotelowego istotnych w kontaktach z turystami przedstawia wykres 1.



Rysunek 1. Cechy i umiejętności personelu hotelowego istotne w kontaktach z klientami w opinii respondentów (w%)\*

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

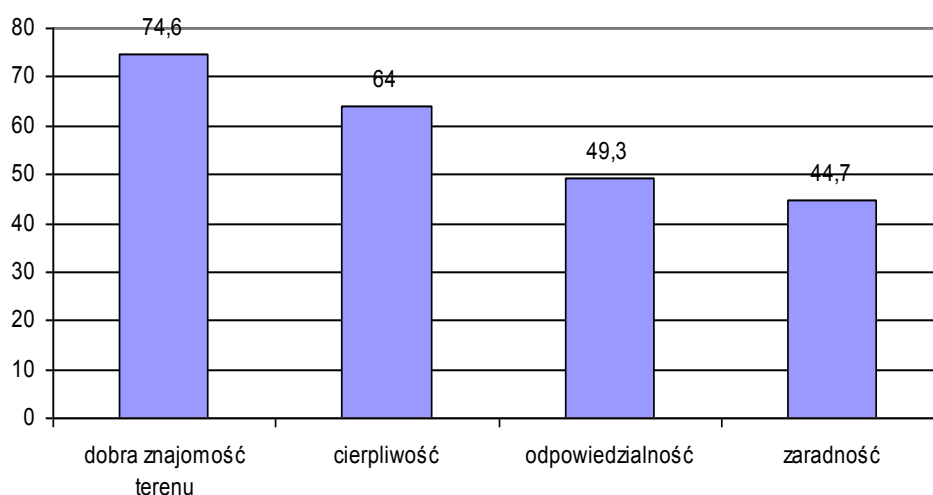
Źródło: badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że respondenci najbardziej cenili uprzejmość (74,6%), z jaką spotkali się ze strony personelu hotelowego, na drugim miejscu uplasowała się sprawna obsługa (64,8%), a na kolejnych pozycjach znalazły się rzetelność (45,1%) i miła aparycja (31,5%).

### Cechy dobrego pilota wycieczek

Na pytanie: czy praca wykonywana przez pilota wycieczek, jego wygląd oraz zachowanie rzutują na renomę biura podróży, 100% badanych odpowiedziało twierdząco.

Aby usługi turystyczne były świadczone profesjonalnie, trzeba zatrudnić osoby, które cechują się odpowiednią osobowością i kompetencjami zawodowymi. Cechy, które powinien posiadać dobry pilot wycieczek, przedstawia wykres 2.



Rysunek 2. Cechy i umiejętności dobrego pilota wycieczek (w%)\*

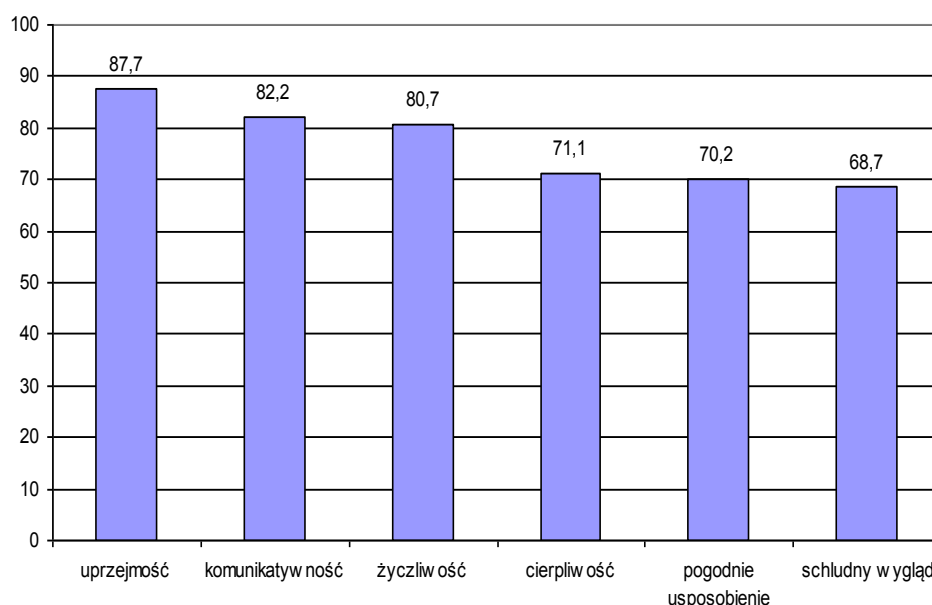
\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.

Dobra znajomość trasy wycieczki i miejsca pobytu była istotna dla  $\frac{3}{4}$  badanych. Następnie respondenci zwrócili uwagę na takie cechy charakteru, jak: cierpliwość (64,0%), odpowiedzialność (49,3%) i zaradność (44,7%). Cierpliwość szczególnie przydatna była w przypadku prowadzenia wycieczki, w której uczestniczyły dzieci i młodzież. Jeśli pilot jest osobą odpowiedzialną i zaradną, wzbudza zaufanie, a uczestnicy wycieczki czują się bezpiecznie.

## Cechy i umiejętności właścicieli gospodarstw agroturystycznych istotne w kontaktach z turystami

Nieodłącznym elementem produktu agroturystycznego jest człowiek – właściciel gospodarstwa. Jego predyspozycje osobowościowe, umiejętności osobiste i interpersonalne są czynnikami decydującymi o sukcesie w działalności agroturystycznej. Rolnik przyjmujący turystów powinien ich traktować tak, jak zaproszonych gości<sup>10</sup>. Szczegółowe dane dotyczące cech i umiejętności właścicieli gospodarstw agroturystycznych istotnych w kształtowaniu pozytywnych relacji między usługodawcą i usługobiorcą przedstawia wykres 3.



Rysunek 3. Cechy i umiejętności właściciela gospodarstwa agroturystycznego istotne w kontaktach z turystami (w%)\*

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badania własne.

Według badanych respondentów w kontaktach interpersonalnych szczególne znaczenie miały takie cechy usługodawcy, jak: uprzejmość (87,7%), komunikatywność (82,2%), życzliwość (80,7%), cierpliwość (71,1%) i pogodnie

<sup>10</sup> Por. K. Krzyżanowska: Umiejętności skutecznego porozumiewania się warunkiem sukcesu w działalności agroturystycznej. W: Turystyka wiejska w perspektywie europejskiej. VIII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne w Wysowej. Wydaw. Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich Oddział w Krakowie, Kraków 2000, s. 23.

usposobienie (70,2%). Ważna była również dbałość o schludny wygląd, bo *jak cię widzą, tak cię piszą*, głosi znane przysłowie. Ponad 2/3 badanych rolników wskazało, że jest to cecha istotna w kontaktach z turystami, ponieważ kształtuje pierwsze wrażenie.

### **Podsumowanie**

Ponad 2/3 respondentów uznała, że obsługę hotelową powinna wyróżniać uprzejmość i sprawna obsługa klienta, pilot wycieczek powinien być profesjonalistą, bardzo dobrze znać teren i trasę wycieczki oraz w sposób empatyczny odnosić się do swoich klientów, natomiast właściciela gospodarstwa agroturystycznego powinna cechować: uprzejmość, życzliwość, cierpliwość i pogodne usposobienie.

Wśród umiejętności interpersonalnych przydatnych w kontaktach między usługodawcami i klientami korzystającymi z usług turystycznych szczególnie ważna jest umiejętność porozumiewania się w sposób werbalny i niewerbalny (miła aparycja obsługującego, schludny wygląd) oraz umiejętność aktywnego przysłuchiwania się wypowiedzi rozmówcy. Opanowanie sztuki porozumiewania się umożliwi usługodawcom skuteczne komunikowanie się oraz zapewni sukces w prowadzeniu działalności turystycznej. Dlatego też istnieje potrzeba przekazywania treści z zakresu psychologii stosowanej w czasie szkoleń i kursów organizowanych przez ODR, stowarzyszenia agroturystyczne i inne instytucje rządowe i pozarządowe wspierające rozwój turystyki.

### **Literatura**

- Arkuszyński C. : Gastronomia hotelowa. Wydaw. PZH, Warszawa 2002.
- Boland H.: Podstawy komunikowania w doradztwie. CDiEwR, Poznań 1995 (tłum. E. Jaska)
- Grzesiuk L., Doroszewicz K., Stojanowska E.: Umiejętności menedżera. Psychologia stosowana dla menedżerów. P W Sz H , Warszawa 1997.
- Krzyżanowska K., Jurczak E.: Komunikowanie społeczne i masowe w agroturystyce. W: Rola informacji rynkowej w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej podmiotów gospodarczych w agrobiznesie. Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 1999.
- Meyer B. : Obsługa ruchu turystycznego. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Nęcki Z.: Komunikacja międzyludzka. Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996.
- Pląder D.: Organizacja pracy w hotelarstwie. Wydaw. KSH, Kraków 2001.
- Praca na pierwszym froncie. „Świat Hoteli” 2005 nr 10.
- Tease A.: Mowa ciała. Wydaw. Jedność, Kielce 2001.
- Zenke R., Anderson K. : Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów. Wydaw. Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. Kraków 2006.
- www.przedstawiciel-handlowy. Pl

### **Streszczenie**

W artykule przybliżono cechy osobowe i umiejętności interpersonalne personelu hotelowego, pilotów wycieczek i właścicieli gospodarstw agroturystycznych istotne w świadczeniu usług turystycznych.

W kontaktach z turystami bardzo ważne okazały się takie cechy charakteru, jak: uprzejmość, życzliwość i pozytywne nastawienie do innych ludzi. Natomiast wśród umiejętności interpersonalnych podkreślano znaczenie miłej aparycji i schludnego wyglądu osoby obsługującej turystów.

### **Summary**

Personal features and interpersonal skills of: hotel staff, guides and agri-tourism farms' owners which are essential in provision of tourist services have been showed in this article. It turned out that such character features as: politeness, kindness and positive attitude to another people are very important in contacts with tourists. However, importance of nice looks and neat appearance of person who attend to tourists has been emphasized.

**Mikołaj Jalinik**  
Katedra Turystyki i Rekreacji  
Politechnika Białostocka

## **Uwarunkowania i czynniki rozwoju turystyki wiejskiej w północno-wschodnich województwach Polski**

### **Wstęp**

Rozwój turystyki w każdym regionie kraju odbywa się z różnym skutkiem, ponieważ o jej rozwoju decyduje szereg czynników. Tak jak w każdej działalności gospodarczej rządzą prawa rynkowe, a dodatkowo sektor turystyczny obciążony jest wpływem istotnego czynnika, jakim jest stan pogody, atrakcje i walory turystyczne. Warto też dodać, że mimo sprzyjających warunków do rozwoju turystyki, trzeba jednak zabiegać o klienta, stosując różne działania marketingowe. Sprzedaż produktów turystycznych wymaga przede wszystkim stosowania trafnie dobranych środków promocji. Usługobiorcy decydując się na wypoczynek są zainteresowani nie tylko walorami przyrodniczymi, dobrymi warunkami noclegowymi czy gastronomią, ale dobrze przygotowanymi atrakcjami w miejscu pobytu. W turystyce wypoczynek bierny został zastąpiony wypoczynkiem aktywnym o charakterze edukacyjnym, poznawczym, rekreacyjnym i zdrowotnym. Dokonała się swoistego rodzaju ewolucja charakteryzująca się przejściem od turystyki masowej do wypoczynku w małej grupie lub gronie rodzinnym. Takim rodzajem wypoczynku na obszarach wiejskich okazała się turystyka wiejska wraz z jej formami, a miejscem pobytu stały się podmioty świadczące usługi turystyczne i podmioty turystyczne. Wraz z rozwojem turystyki, rozwijają się podmioty turystyczne, bez których nie może odbywać się ruch turystyczny, a jeżeli tak, to w ograniczonym zakresie.

Analizą zostały objęte podmioty świadczące usługi turystyczne na obszarach wiejskich województw: podlaskiego, lubelskiego i warmińsko-mazurskiego. Podmioty te przyczyniają się do rozwoju obszarów wiejskich i poprawy sytuacji materialnej ich mieszkańców oraz tworzenia miejsc pracy. Są one także miejscem do spędzania czasu wolnego dla turystów, a jednocześnie przynoszą korzyści materialne mieszkańcom obszarów wiejskich i miejskich.

Warto także nadmienić, że analizowane województwa (poza większością lubelskiego) należą do obszaru Zielonych Płuc Polski. Wymienione województwa należą do regionów o szczególnych walorach turystycznych i niezbyt rozbudowanej infrastrukturze techniczno-ekonomicznej i społecznej. Położone są

w regionie przygranicznym. Są to obszary odznaczające się znaczną powierzchnią wód, dobrą lesistością i nieskażonym środowiskiem przyrodniczym, z uwagi na brak rozwiniętego przemysłu. Wybrane województwa, pomimo sąsiedniego położenia charakteryzują się zróżnicowanymi warunkami ekonomicznymi, społecznymi, technicznymi, technologicznymi i ekologicznymi. Są to regiony, na obszarze których z dobrym skutkiem może rozwijać się działalność rolnicza (produkcja roślinna i zwierzęca) i turystyczna.

### **Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki na obszarach wiejskich**

Rozwój turystyki przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy i angażuje znaczne zasoby ludzkie. Poza tworzeniem dochodu narodowego wpływa także na rozwój innych sektorów gospodarki narodowej. Dlatego przywrócenie „barwnej” żywotności obszarom wiejskim oraz zapewnienie poprawy jakości życia, wymaga lokalnej inicjatywy, przywództwa oraz wysiłku organizacyjnego miejscowej ludności.

Analizując uwarunkowania rozwoju turystyki można rozpatrywać je stosując różne kryteria. W literaturze specjalistycznej najczęściej wymienia się podział w zależności od następujących uwarunkowań<sup>1</sup>:

- środowiskowe: położenie i krajobraz, czystość, atrakcyjność środowiska, ekologiczna gospodarka rolna i leśna, odtworzenie drobnych cieków wodnych, małych naturalnych i sztucznych zbiorników, gęstość zaludnienia, regionalna architektura, materialne zasoby kultury;
- ekonomiczne: dochody ludności, łatwość i dostępność pozyskiwania środków finansowych, odpowiednia infrastruktura techniczno-ekonomiczna i społeczna, instytucje publiczne i społeczne, punkty handlowe i usługowe;
- organizacyjno-prawne: prawidłowa gospodarka przestrzenna, odpowiednia struktura agrarna, baza noclegowa i gastronomiczna o zróżnicowanym standardzie, funkcjonowanie na obszarze działania organizacji i instytucji wspomagających rozwój turystyki na obszarach wiejskich, tworzenie lokalnych, regionalnych, czy ponadregionalnych organizacji turystycznych.

Uwarunkowania rozwoju turystyki na obszarach wiejskich można także podzielić na:

- zewnętrzne - makroekonomiczne,
- wewnętrzne - mikroekonomiczne<sup>2</sup>.

Analizując uwarunkowania zewnętrzne należy uwzględnić szeroko rozumiane otoczenie, w jakim funkcjonują podmioty świadczące usługi

<sup>1</sup> M. Dębniwska, Rozwój agroturystyki i jej wpływ na przeobrażenia w rolnictwie i na wsi, cz. 1. Uwarunkowania prawne i organizacyjne, Wyd. UW-M, Olsztyn 2000

<sup>2</sup> J. Sikora, A. Jęczmyk, Czynniki wspierające i bariery ograniczające rozwój agroturystyki, (w:) Uwarunkowania rozwoju turystyki związanej z obszarami wiejskimi, Wyd. PWSZ, Biała Podlaska 2005

<sup>3</sup> R. Kłeczek, W. Kowal, P. Waniowski, J. Wodniczka, Marketing. Jak to się robi? Ossolineum 1992



turystyczne. Przez otoczenie należy rozumieć zbiór zewnętrznych podmiotów i czynników wywierających ujemny lub dodatni wpływ na dany obiekt, który decyduje o efektywności jego funkcjonowania na rynku<sup>3</sup>. Otoczenie to tworzą mniej lub bardziej korzystne warunki kreowania produktu turystycznego na obszarach wiejskich. Determinanty tego otoczenia znajdują się w całości lub znacznej części pod kontrolą podmiotów świadczących usługi turystyczne i składają się z mikrootoczenia zwanego otoczeniem rynkowym czy bliższym oraz makrootoczenia, które jest określane jako ogólne lub dalsze. Determinanty związane bezpośrednio lub pośrednio z podmiotami świadczącymi usługi turystyczne tworzą mikrootoczenie, w którym funkcjonują: konkurenci, dostawcy, pośrednicy, nabywcy i grupy interesu. Natomiast uwarunkowania makroekonomiczne tworzą: środowisko naturalne, otoczenie ekonomiczne, otoczenie społeczno-demograficzne, otoczenie instytucjonalno-prawne, otoczenie technologiczne<sup>4</sup>.

Należy także stwierdzić, że czynniki mikro- i makroekonomiczne oraz ich zmienność warunkują rozwój wszelkich działań gospodarczych na obszarach wiejskich. Każda działalność gospodarcza odbywa się w określonych warunkach zewnętrznych tworzących wszechstronne otoczenie podmiotów świadczących usługi turystyczne. Otoczenie, w jakim funkcjonują pensjonaty, schroniska, kwatery prywatne, motele, zajazdy, hotele, gospodarstwa agroturystyczne i inne oraz przeobrażenia w nim zachodzące w zdecydowanym stopniu wyznaczają możliwości i warunki rozwoju działalności przedsiębiorczej. To również jest źródłem szans i zagrożeń, których wykorzystanie decyduje o powodzeniu i rozwoju podmiotów świadczących usługi turystyczne. Trzeba podkreślić, że rozwój turystyki na obszarach wiejskich jest uzależniony w dużej mierze od warunków lokalnych, to jest: położenia gminy, rozwoju infrastruktury techniczno-ekonomicznej i społecznej, aktywności władz samorządowych, kształtowania właściwej polityki turystycznej oraz organizacji promocji regionu.

## **Bariery i problemy rozwoju turystyki wiejskiej**

Obok warunków sprzyjających rozwojowi turystyki na obszarach wiejskich istnieją również utrudnienia, które mogą być postrzegane w różnych płaszczyznach regionalnych, rejonowych czy lokalnych. Do najczęściej spotykanych trudności i barier rozwoju turystyki na obszarach wiejskich można zaliczyć<sup>5</sup>:

- bariery wynikające z warunków przyrodniczo-krajobrazowych – niezbyt korzystny klimat, słabe urozmaicenie rzeźby terenu, degradacja krajobrazu

---

<sup>4</sup> A. Rapacz, Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej, Wyd. AE im. O. Lanego, Wrocław 2001.

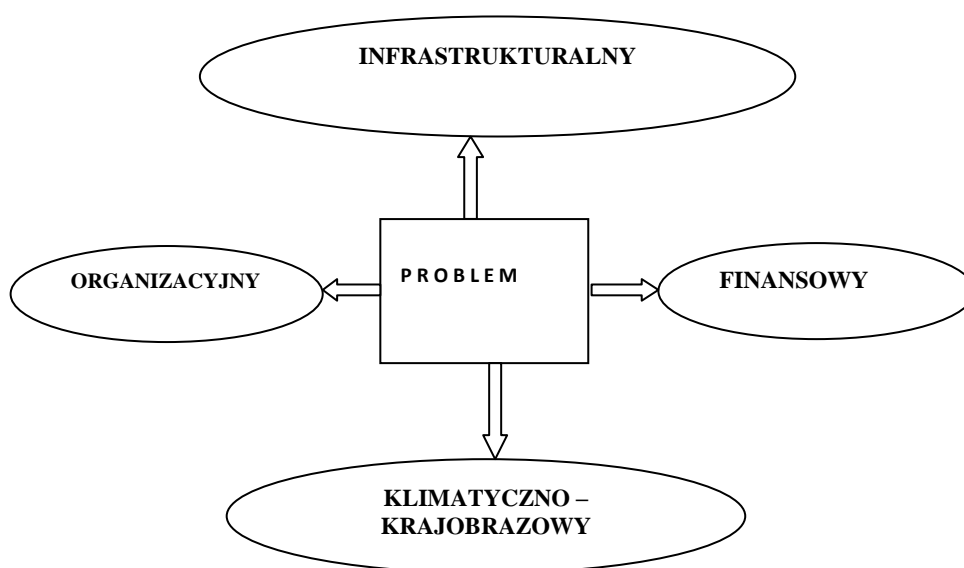
<sup>5</sup> M. Drzewiecki, Podstawy agroturystyki, Wyd. OPO, Bydgoszcz 2001.

- obszarów wiejskich, zbyt duża intensyfikacja gospodarki, zanieczyszczenie środowiska przyrodniczego (wody, powietrza i gruntów);
- bariery społeczno-psychologiczne – niski poziom wykształcenia i niskie kwalifikacje mieszkańców obszarów wiejskich, nieznajomość lub słaba znajomość języków obcych, brak pracowników do prac fizycznych (pomimo istnienia bezrobocia na obszarach wiejskich), niezadowolenie z pobytu turystów, niechęć do innowacji, mała aktywność, przyswajanie pewnych nawyków;
  - bariery prawno-podatkowe – brak klarownych uregulowań prawnych sprzyjających rozwojowi wszystkich podmiotów turystycznych, funkcjonujących na obszarach wiejskich, ograniczająca polityka fiskalna państwa;
  - bariery instytucjonalne – słaba współpraca pomiędzy instytucjami wspomagającymi rozwój turystyki na obszarach wiejskich - niezbędne jest utworzenie kompleksowej struktury instytucjonalnej i udoskonalenie instrumentów organizacyjnych w celu wsparcia rozwoju regionalnego i przedsiębiorczości wśród mieszkańców obszarów wiejskich, brak zrozumienia dla rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym, jak i na wyższych szczeblach decyzyjnych. Niezbędna jest pełna i wzajemna współpraca z różnymi dziedzinami życia społecznego, gospodarczego, kulturalnego i politycznego. Pomijanie tych zależności może tworzyć pewną barierę w rozwoju turystyki na obszarach wiejskich;
  - bariery techniczne - niski poziom infrastruktury technicznej i społecznej, a głównie turystycznej na obszarach wiejskich oraz niska jakość świadczonych usług;
  - bariery finansowe – niedostateczna ilość środków własnych na adaptację obiektów o charakterze turystycznym, trudności kredytowe, wysokie koszty związane z podniesieniem standardu obiektów turystycznych;
  - bariera marketingowa – słaba promocja obszarów wiejskich i samych podmiotów turystycznych funkcjonujących na tych obszarach, brak spójnego systemu rezerwacji i dystrybucji miejsc noclegowych (głównie na płaszczyźnie władze lokalne a podmioty turystyczne).

Oceniając rozwój podmiotów świadczących usługi turystyczne na obszarach wiejskich należy zwrócić szczególną uwagę na obszar ekonomiczno-finansowych i polityczno-prawnych uwarunkowań. W sposób istotny uwarunkowania te wpływają one na kształt strategii rozwojowych podmiotów świadczących usługi turystyczne, jak również na skuteczność ich realizacji. Właściwa analiza uwarunkowań zewnętrznych jest głównie uzależniona od czynnika ludzkiego – doświadczenia, umiejętności i warunków, w jakich podejmuje się decyzje. Uzyskane informacje w wyniku obserwacji i diagnozy powinny stanowić punkt wyjścia i podstawę procesu decyzyjnego w wyborze strategii działania podmiotów

świadczących usługi turystyczne. Dlatego też należy mieć na uwadze to, że czynniki zewnętrzne odgrywają bardzo ważną rolę w rozwoju podmiotów na obszarach wiejskich.

Poza warunkami sprzyjającymi rozwojowi turystyki i wymienionymi barierami, pojawiają się różnorodne problemy, które również ograniczają, bądź hamują jej rozwój, o czym można się przekonać analizując rysunek 1.



Rysunek 1. Problemy rozwoju turystyki na obszarach wiejskich

Źródło: opracowanie własne

Problemem infrastrukturalnym utrudniającym rozwój różnych rodzajów i form turystyki na obszarach wiejskich niewątpliwie jest występująca infrastruktura turystyczna i paraturystyczna. To od niej zależy, w jakim stopniu i na jakim poziomie będzie rozwijała się działalność turystyczna. Rozwój turystyki głównie zależy od występującej na danym obszarze infrastruktury, a w przypadku jej niedorozwoju, pierwszym krokiem będzie zadbanie o zagospodarowanie danego obszaru

Problemy finansowe odgrywają najważniejszą rolę w każdej działalności gospodarczej. Brak środków finansowych uniemożliwia rozpoczęcie i prowadzenie działalności turystycznej. Dotyczy to głównie budowy, rozbudowy i modernizacji podmiotów świadczących usługi turystyczne na obszarach wiejskich, takich jak:

pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne, kempingi, schroniska, pola biwakowe, hotele, restauracje, bary i inne. Pomimo inwencji i sprzyjających warunków do rozwoju podmiotów świadczących usługi turystyczne, ale bez posiadania środków finansowych i możliwości ich pozyskania, praktycznie działalność turystyczna nie może być uruchomiona.

Dość często w praktyce występują sytuacje, kiedy pomysłodawca posiada środki finansowe, bazę gastronomiczną i noclegową, podmioty świadczące usługi turystyczne położone są wśród walorów turystycznych, a działalność gospodarcza nie przynosi oczekiwanych efektów, ponieważ usługodawca nie potrafi zarządzać podmiotem. Powodem takich niepowodzeń są różnego rodzaju problemy organizacyjne, których rozwiązanie wymaga stosowania skutecznych metod, technik i stylów zarządzania. Wielu praktyków uważa, że same chęci nie wystarczają, aby móc skutecznie prowadzić działalność turystyczną. Niezbędna jest wiedza teoretyczna i praktyczna oraz umiejętności organizatorskie.

Problemy klimatyczno-krajobrazowe (niesprzyjający klimat, duża wilgotność lub jej brak i niezbyt atrakcyjny krajobraz), to kolejne niepowodzenie w prowadzeniu działalności turystycznej. Pomimo występowania znaczących walorów przyrodniczych i kulturowych oraz znacznego zainteresowania mieszkańców danego obszaru działalnością turystyczną, ale w przypadku gdy nawet jeden z czynników jest niesprzyjający, wówczas nie można oczekiwać na znaczne zainteresowanie turystów. Dotyczy to zwłaszcza pasjonatów i gospodarstw agroturystycznych. Na takich obszarach działalność turystyczna będzie rozwijała się ze słabym skutkiem, a jego walory nie będą w pełni wykorzystane.

### **Charakterystyka badanego obszaru**

Obszary wiejskie stanowią dominujący element powierzchni ogólnej naszego kraju. Na tych obszarach zamieszkuje 42% ludności w wieku produkcyjnym. Przytoczone dane wskazują na istotne znaczenie tej powierzchni w gospodarce naszego kraju. Aby obszary wiejskie nie stały się zależne, muszą być konkurencyjne wobec struktury ich rozwoju, zgodnie z potrzebami i oczekiwaniami społeczności lokalnych, nie zaś z wymogami wielkich korporacji ponadnarodowych. Na ile obszary wiejskie mogą okazać się konkurencyjne, zdecydować o tym mogą lokalne władze samorządowe, które poprzez rozwój podmiotów turystycznych zaktywizują społeczność obszarów wiejskich. Dobrze zorganizowana działalność na obszarach wiejskich musi być wyposażona w sprawną infrastrukturę instytucjonalną, ekonomiczną i społeczną. Musi być też wspierana przez placówki naukowo-badawcze oraz instytucje finansowe. Ważnym jest, aby każdy obszar był sprawnie zarządzany, a przede wszystkim, aby była realizowana długofalowa i strategiczna wizja jego rozwoju z udziałem organizacji politycznych, gospodarczych i społecznych.

O poziomie działalności gospodarczej i rozwoju obszarów wiejskich decyduje szereg wskaźników, o czym ilustrują dostępne dane z trzech wybranych województw zamieszczone w tabeli 2.

**Tabela 2.** Wskaźniki charakteryzujące sytuację społeczno-ekonomiczną badanych województw w latach 2000 – 2005

Lp.	Wyszczególnienie	Województwa		
		podlaskie	lubelskie	warmińsko-mazurskie
<b>Rok 2000</b>				
1.	Powierzchnia w km <sup>2</sup>	20180	25114	24203
2.	Ludność na 1 km <sup>2</sup>	61	89	61
3.	Użytki rolne w/g granic administracyjnych w tys.			
4.	ha	1200,6	1714,5	1305,0
5.	Zagospodarowanie gruntów włączonych do zasobów własności rolnej Skarbu Państwa w tys.			
6.	ha	126,7	189,9	813,01
7.	Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w zł	1675,71	1678,50	1671,17
8.	Przeciętne zatrudnienie w liczbach bezwzględnych	225161	402903	290587
9.	Przeciętne zatrudnienie w hotelach i restauracjach w liczbach bezwzględnych			
10.		2785	4064	4548
11.	Nakłady inwestycyjne na 1 mieszkańca w zł	1895	1843	1851
12.	Produkt krajowy brutto w mln zł	16098,4	27125,1	19369,6
13.	Dochody budżetów gmin w mln zł	888,1	1785,6	1370,9
14.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON	8956	11782	14397
15.	Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w liczbach	255	476	589
16.	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice w liczbach bezwzględnych	184	206	105
17.	Sieć wodociągowa i kanalizacyjna w km	8904,5	14813,7	9439,5
18.	Sieć gazowa w km	797,2	5820,2	1411,1
19.	Linie kolejowe eksploatowane w km	783	1094	1509
20.	Drogi publiczne o twardej nawierzchni w km	10569	18154	12257
	Placówki gastronomiczne w liczbach bezwzględnych	338	428	391
	Urządzenia sportowo-rekreacyjne w obiektach noclegowych w liczbach bezwzględnych	255	476	589
	Liczba turystów korzystających z podmiotów świadczących usługi turystyczne			
	- krajowych w tys.	390,5	516,3	835,5
	- zagranicznych w tys.	80,0	96,7	195,1

1	2	3	4	5
	<b>2005</b>			
1.	Powierzchnia w km <sup>2</sup>	20187	25121	24192
2.	Ludność na 1 km <sup>2</sup>	60	87	59
3.	Użytki rolne wg granic administracyjnych w tys.			
4.	ha	1089,3	1497,4	1078,1
5.	Zagospodarowanie gruntów włączonych do zasobów własności rolnej Skarbu Państwa w tys.			
6.	ha	128,0	189,6	816,8
7.	Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w zł	2085,12	2076,81	2015,99
8.	Przeciętne zatrudnienie w liczbach bezwzględnych	203185	360130	264407
9.	Przeciętne zatrudnienie w hotelach i restauracjach w liczbach bezwzględnych	2796	4361	5283
10.	Nakłady inwestycyjne na 1 mieszkańca w zł	2723,1	1994,5	2734,4
11.	Produkt krajowy brutto w mln zł	18347	31042	22558
12.	Dochody budżetów gmin w mln zł	1347,3	2722,9	2122,5
13.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON	88915	149019	110087
14.	Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w liczbach	180	331	353
15.	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice w liczbach bezwzględnych	166	190	133
16.	Sieć wodociągowa i kanalizacyjna w km	11006,4	17484,7	12130,2
17.	Sieć gazowa w km	1299,4	7403,6	2406,1
18.	Linie kolejowe eksploatowane w km	682	1071	1209
19.	Drogi publiczne o twardej nawierzchni w km	11013	18158	12352
20.	Placówki gastronomiczne w liczbach bezwzględnych	356	584	417
	Urządzenia sportowo-rekreacyjne w obiektach noclegowych w liczbach bezwzględnych	263	491	592
	Liczba turystów korzystających z podmiotów świadczących usługi turystyczne			
	- krajowych w tys.	398,3	543,7	758,0
	- zagranicznych w tys.	86,0	92,0	219,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie Roczników Statystycznych Województw

Z tabeli wynika, że wymienione województwa posiadają zbliżoną powierzchnię obszarową i liczbę mieszkańców przypadającą na 1 km<sup>2</sup>, natomiast pozostałe wskaźniki są znacznie zróżnicowane, uwzględniając poszczególne okresy. Pod względem liczby obiektów turystycznych, jak i odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych, dominującym województwem jest warmińsko-mazurskie. Należy zauważyć, że w okresie pięciu lat zmniejszyła się powierzchnia użytków rolnych, które zostały przeznaczone na cele nierolnicze. Zmniejszyła się także liczba domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic oraz

placówek gastronomicznych. Zwiększyły się z kolei nakłady inwestycyjne w przeliczeniu na 1 mieszkańca, jak również przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto, jak i zatrudnienie – dotyczy to także hoteli i restauracji. Warto podkreślić, że wzrosły dochody budżetów gmin oraz produkt krajowy brutto. Ogólnie można stwierdzić, że nastąpiła poprawa sytuacji gospodarczej w porównaniu do roku 2000 uwzględniając wybrane wskaźniki.

### **Potencjał turystyczny wybranych województw**

Na potencjał turystyczny każdego obszaru składają się walory turystyczne, atrakcje oraz funkcjonujące podmioty turystyczne. To od walorów i atrakcji turystycznych zależy rozwój turystyki i podmiotów świadczących usługi turystyczne na każdym obszarze. Są one istotnym komponentem prorozwojowym regionu i postrzegane jako istotny element życia i funkcjonowania ludzi, ich postaw, stylu i sposobu życia. Walory i atrakcje są wyznacznikiem funkcjonowania społeczeństw, a turystyka, jej rodzaje i formy, stały się ważnym i dochodowym ogniwem wielu najbardziej rozwiniętych dzisiaj gospodarek światowych. Turystyka stała się fenomenem naszych czasów w związku z tym, że jest ona aktywnym czynnikiem rozwoju cywilizacyjnego, społecznego i gospodarczego. Turystyka jest dynamicznym działem gospodarki ze stałą tendencją wzrostu. Dotyczy to z jednej strony podaży, a z drugiej popytu na usługi turystyczne.

Ogólnie można stwierdzić, że działalność turystyczna powinna rozwijać się na tych obszarach, na których występuje potencjał turystyczny i gospodarczy. Na pewno takim obszarem jest województwo podlaskie i graniczące z nim warmińsko-mazurskie i lubelskie. Wspólną cechą tych województw jest ich przygraniczne położenie, lokalizacja na obszarze Zielonych Płuc Polski, brak rozwiniętego przemysłu. O rozwoju turystyki i podmiotów turystycznych decyduje także infrastruktura turystyczna i paraturystyczna, która w wymienionych województwach jest zróżnicowana.

Wraz z rozwojem ruchu turystycznego na danym obszarze powinny powstawać różne podmioty świadczące usługi turystyczne. Przy wzmożonym ruchu turystycznym, na przykład w Białowieskim czy Biebrzańskim Parku Narodowym, niezbędna jest baza gastronomiczna (restauracje, bary, karczmy, stołówki, puby, smażalnie ryb) i baza noclegowa (hotele, pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne, schroniska, pola biwakowe, kwatery prywatne), a także dobrze zorganizowane atrakcje turystyczne. Szczególne niedociągnięcia w ocenie społeczności województwa podlaskiego (badania Katedry Turystyki i Rekreacji Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej) występują w organizacji i przygotowaniu atrakcji turystycznych. Zauważalny jest brak pomysłów na ich zorganizowanie, co jest zjawiskiem niepokojącym, a tym samym i nieprzyciągającym turystów. Dlatego też przy tak bogatych walorach

turystycznych, jak na przykład w woj. podlaskim, nie obserwuje się wzmożonego ruchu turystycznego.

Obszar województwa podlaskiego, to region na którym znajdują się cztery parki narodowe: białowiecki (wpisany na listę UNESCO), biebrzański, narwiański i wigierski oraz trzy krajobrazowe: suwalski, puszczy knyszyńskiej i łomżyński park krajobrazowy doliny Narwi. Na tym terenie znajduje się czternaście obszarów chronionego krajobrazu, blisko sto rezerwatów przyrody oraz liczne pomniki przyrody. Jest to obszar, na którym występuje unikalna flora i fauna oraz szereg terenów niezmiennych działalnością człowieka, co stanowi niezaprzeczalny atut tego regionu. W województwie tym najprężniej może rozwijać się turystyka krajoznawcza, religijno-pielgrzymkowa, szopingowa, wiejska, etniczna, kulturalna, weekendowa, zdrowotna, biznesowa, kwalifikowana..

Na obszarze województwa podlaskiego zachowały się liczne obiekty zabytkowe, świadczące o interesującej historii i bogatej kulturze regionu. Istotne znaczenie pod względem atrakcyjności turystycznej województwa odgrywa jego położenie. Stykają się na tym obszarze różne kultury, narodowości i religie. Obszar województwa podlaskiego zamieszkuje 1 198,8 tys. mieszkańców, co stanowi 3,2% ludności kraju. Na 1 km<sup>2</sup> przypada 61 osób (średnia krajowa – 124 osoby). Stopa bezrobocia wynosi 14,4%. Wielu turystów interesuje się tym regionem i stąd też wskazanym jest powiększanie liczby podmiotów świadczących usługi turystyczne o branży gastronomicznej, noclegowej, sportowo-rekreacyjnej i kulturalno-rozrywkowej.

Poza województwem podlaskim, nie mniej atrakcyjnym jest województwo warmińsko-mazurskie i lubelskie. Świadczy o tym liczba podmiotów turystycznych, będących wskaźnikiem rozwoju ruchu turystycznego. Największa liczba takich podmiotów znajduje się w województwie warmińsko-mazurskim. O stanie liczbowym podmiotów turystycznych w województwach świadczą dane zawarte w tabeli 1.

Tabela 1. Wybrane podmioty świadczące usługi turystyczne w województwie podlaskim, lubelskim i warmińsko – mazurskim w latach 2000 - 2005

Rodzaj podmiotu świadczącego usługi turystyczne	Lata	Liczba podmiotów			Liczba miejsc noclegowych		
		P	L	WM	P	L	WM
Gospodarstwa agroturystyczne	2000	563	218	117	5381	1448	456
	2001	598	133	19	5102	1136	211
	2002	631	278	1000	5421	1836	6000
	2003	674	231	342	2227	1911	3030
	2004	707	141	854	3475	1636	9473
	2005	734	256	952	4247	1536	9875



1	2	3	4	5	6	7	8
Hotele	2000	21	28	32	2049	1957	8557
	2001	15	33	68	1858	2691	7419
	2002	20	30	75	2236	2736	7834
	2003	21	28	76	2226	2611	8333
	2005	22	86	62	2292	1325	9061
Motele	2000	5	9	8	97	127	168
	2005	2	5	7	53	98	160
Pensjonaty	2000	3	42	35	101	3229	766
	2001	3	42	31	110	3133	1062
	2002	3	43	26	108	3224	658
	2003	4	42	24	125	3233	710
	2004	4	93	23	126	5217	714
	2005	5	92	19	131	5262	854
Domy wycieczkowe	2000	9	2	18	487	82	206
	2005	5	2	4	212	82	111
Schroniska (łącznie z młodzieżowymi)	2000	25	36	32	1285	1526	1479
	2001	23	34	26	1158	1489	1239
	2002	22	30	24	1104	1426	1273
	2003	24	27	21	1202	1338	1320
	2004	25	25	20	1245	1202	1285
	2005	27	24	22	1348	1188	1823
Kempingi	2000	2	7	9	270	960	2601
	2001	4	6	15	483	705	1825
	2002	3	7	7	238	980	972
	2003	2	6	9	310	675	1325
	2004	2	6	14	262	625	1663
	2005	2	5	20	270	615	1704
Pola biwakowe	2000	12	13	15	1153	1185	2044
	2001	12	15	16	1153	1289	2068
	2002	13	16	15	1200	1347	1201
	2003	15	15	17	1629	1292	1980
	2004	15	16	15	1560	1362	1189
	2005	12	16	20	905	1362	2512
Ośrodki do wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego	2000	4	8	7	217	47	36
	2005	3	1	2	177	18	15
Ośrodki wczasowe (bez kwater prywatnych)	2000	29	76	17	2363	4138	2268
	2001	22	89	76	2521	5594	2521
	2002	24	85	62	2792	5083	2792
	2003	20	76	53	2146	4428	2146
	2004	19	62	67	2038	3891	3902
	2005	18	57	76	1962	3756	6381
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	2000	19	24	23	1494	3423	3775
	2005	14	18	24	1230	2992	3200

1	2	3	4	5	6	7	8
Zakłady uzdrowiskowe	2000	1	2	2	195	414	450
	2005	1	1	1	195	185	472
Biura podróży	2000	89	67	108	-	-	-
	2001	107	58	118	-	-	-
	2002	101	62	122	-	-	-
	2003	90	56	110	-	-	-
	2004	108	87	112	-	-	-
	2005	117	96	113	-	-	-

**P** – województwo podlaskie

**L** – województwo lubelskie

**WM** – województwo warmińsko-mazurskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Rocznika Statystycznego Województw, Urzędu Statystycznego w Białymstoku, WPODR w Szepietowie, Instytutu Turystyki

W badanych województwach obserwuje się nierównomierne rozmieszczenie podmiotów świadczących usługi turystyczne. Najbardziej rozwiniętą bazę gastronomiczno-noclegową posiadają powiaty: augustowski, suwalski, sejneński, hajnowski i białostocki.

Z danych zawartych w tabeli 1 wynika, że województwo podlaskie zdecydowanie ustępuje pod względem infrastruktury turystycznej. Posiada mniejszą liczbę podmiotów świadczących usługi turystyczne. Spośród wymienionych jedynie więcej jest biur podróży, schronisk, domów wycieczkowych i ośrodków do wypoczynku sobotnio-niedzielnego.

Spośród trzech województw na podkreślenie zasługuje województwo warmińsko-mazurskie, w którym zdecydowanie najwięcej jest: moteli, kempingów, pól biwakowych i ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych. Na zbliżonym poziomie jest liczba gospodarstw agroturystycznych w porównaniu z województwem podlaskim.

Województwo lubelskie można wyróżnić pod względem liczby funkcjonujących hoteli i pensjonatów. Pozostałe podmioty świadczące usługi turystyczne pozostają na zbliżonym lub takim samym poziomie rozwoju.

## Podsumowanie

Wraz z upływem kolejnych dziesięcioleci i rozpoczynającego się XXI wieku nie tylko ekolodzy, ale ekonomiści i politycy z wielu krajów zauważają, że niektóre zasoby naturalne naszej planety wyczerpują się bardzo szybko. Ochrona środowiska przyrodniczego i racjonalne gospodarowanie tymi zasobami stają się koniecznością, a nie tylko wyborem. Słynny raport U Thanta już w 1969 roku zwrócił uwagę świata na globalny kryzys ekologiczny. Natomiast w 1972 roku, na pierwszej międzynarodowej konferencji ochrony środowiska w Sztokholmie,

premier Szwecji, Olaf Palme skierował takie słowa: „...chodzi o przeżycie ludzkości na naszej ciasnej planecie (....) Środowisko nie musi ulegać destrukcji. Możemy zapanować nad tymi procesami, możemy stać się panami naszej przyszłości.

Od tego okresu zagadnienia tradycyjnie rozumianej ochrony środowiska przyrodniczego coraz częściej i ściślej zajął się z problematyką rozwoju gospodarczego i społecznego. Obecnie środowisko przyrodnicze postrzegane jest w znacznie szerszym kontekście jako element zrównoważonego rozwoju, którego podstawę stanowi równowaga ekologiczna, społeczna i gospodarcza. Zasady zrównoważonego rozwoju stanowią swoiste kodeksy dla działań praktycznych. Są one akceptowane przez poszczególne kraje jako usankcjonowany prawnie sposób funkcjonowania ich systemów gospodarczych. W polskim ustawodawstwie zrównoważony rozwój podniesiony został do rangi zasady konstytucyjnej. Kierowanie się zasadami zrównoważonego rozwoju uznaje się zatem za obligatoryjny obowiązek zarówno społeczności, jak i decydentów. Potrzeba ich wdrażania dotyczy wszystkich dziedzin gospodarki oraz procesów społecznych, a turystyki w szczególności.

Turystyka na obszarach wiejskich rozwija się bowiem na najbardziej atrakcyjnych przyrodniczo i krajobrazowo obszarach, które powinny być chronione przed degradacją. Ponadto dzięki swej interdyscyplinarności można jej przypisać wiodącą rolę we wdrażaniu trwałego i zrównoważonego rozwoju. Turystyka nie tylko stwarza szansę aktywizacji społeczno-gospodarczej lokalnych społeczności, stymulując rozwój innych dziedzin działalności, ale również może stanowić aktywną formę ochrony przyrody, dostarczając bodźców i środków do poprawy stanu środowiska przyrodniczego.

Współcześnie turystyka jest bardzo często postrzegana, zwłaszcza na obszarach wiejskich, jako główny „sprawca” szkód środowiskowych. Wynika to z dotychczasowego jej charakteru, który nie jest realizowany zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Stosowanie się do tych zasad pozwoli nie tylko zapobiegać degradacji środowiska, ale także dokonywać rekultywacji utraconych terenów wielofunkcyjnego utrzymania bądź zwiększania bioróżnorodności oraz podkreślenia wyjątkowego charakteru poszczególnych miejsc<sup>6</sup>.

Koncepcja wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich została sprawdzona w krajach zachodnioeuropejskich, a jej powodzenie na polskiej wsi, to początek nowej filozofii rozwoju i nowego myślenia. Jej istota sprowadza się do odnalezienia przez każdy obszar wiejski własnej roli i własnego miejsca, przy możliwie najlepszym wykorzystaniu uwarunkowań lokalnych oraz wyzwolenia aktywności zarówno samorządów lokalnych, władz lokalnych, jak i samych społeczności wiejskich.

---

<sup>6</sup> Ekopolityka w turystyce. Raport o zmianach możliwych i potrzebnych. Raport nr 2, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 1998

Aby bardziej zachęcić turystów krajowych i zagranicznych do wypoczynku na obszarach wiejskich, należy dobrze przygotować podmioty świadczące usługi turystyczne, gastronomiczne i noclegowe wraz z atrakcjami i przystępnymi cenami. W tych przedsięwzięciach znaczącą rolę

powinny odegrać instytucje i organizacje wspomagające rozwój turystyki oraz właściciele podmiotów świadczących usługi turystyczne, którzy swoim zaangażowaniem wpłyną na większe zainteresowanie wypoczynkiem na obszarach wiejskich.

Istotną rolę w rozwoju infrastruktury oraz propagowaniu wypoczynku na obszarach wiejskich spełniają władze samorządowe. Wpływ władz jest bardzo istotny i dość często od nich zależy czy pozytywnie ustosunkują się do lokalizacji podmiotów świadczących usługi turystyczne i obecności turystów na ich terenie.

Obecnie wiele jest gmin w Polsce, w których z powodzeniem może rozwijać się turystyka przy zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich, ale tradycje właścicieli gospodarstw rolniczych niechętnie widzą rozwój turystyki pomijając produkcję roślinną i zwierzęcą. Dość często rolnicy uważają, że tylko produkcja rolnicza ma szansę powodzenia, pomimo nawet słabej jakości gleb i opłacalności tejże produkcji.

Jedną z najintensywniej rozwijających się form zrównoważonej turystyki wiejskiej w Polsce jest ekoturystyka, agroturystyka i ekoagroturystyka. Ich rozwój posiada wielu zwolenników. Z punktu widzenia usługodawcy są one działalnością gospodarczą, zaś z punktu widzenia usługobiorcy formą wypoczynku, które nie zupełnie są doceniane przez mieszkańców obszarów wiejskich, jak i liczne instytucje i organizacje. Dzieje się tak dlatego, że trudno jest oszacować pośrednie efekty działalności gospodarczej, wynikające z jej silnych powiązań z innymi dziedzinami gospodarki, a głównie z rolnictwem.

## Literatura

- Dębniwska M., 2000: Rozwój agroturystyki i jej wpływ na przeobrażenia w rolnictwie i na wsi, cz. I. Uwarunkowania prawne i organizacyjne, Wyd. UW-M, Olsztyn
- Drzewiecki M., 2001: Podstawy agroturystyki, Wyd. OPO, Bydgoszcz
- Ekopolityka w turystyce. Raport o zmianach możliwych i potrzebnych. Raport nr 2, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 1998
- Kłęczek R., Kowal W., Waniowski P., Woźniczka J, 1992: Marketing. Jak to się robi? Ossolineum.
- Rpacz A., 2001: Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej, Wyd. AE im. O. Lanego, Wrocław
- Roczniki Statystyczne Województw, GUS, Warszawa 2001 – 2006
- Sikora J., Jęczmyk A., 2005: Czynniki wspierające i bariery ograniczające rozwój agroturystyki, (w:) Uwarunkowania rozwoju turystyki związanej z obszarami wiejskimi, Wyd. PWSZ, Biała Podlaska
- Ustawa z dnia 12 maja 2000 roku o zasadach wspierania rozwoju regionalnego (Dz. U. Nr 48, poz. 550, Nr 95, poz. 1041 i Nr 109, poz. 1158)

## Streszczenie

Wiele jest czynników, które determinują rozwój podmiotów świadczących usługi turystyczne i obszarów wiejskich. Województwa północno-wschodniej części Polski szczególnie wyróżniają się pod względem walorów turystycznych. Korzystanie z walorów przyrodniczych, krajobrazowych, kulturowych, wypoczynkowych, czystego środowiska w procesie rozwoju podmiotów świadczących usługi turystyczne powinny stanowić swoistą „rentę kapitału”. Realizacji takiego zamierzenia służą prawne gwarancje zawarte w Ustawie o zasadach wspierania rozwoju regionalnego i związanych z nią przepisów wykonawczych (Ustawa 2000; Rozporządzenie Rady Ministrów, 2000). Na tej podstawie niektóre województwa opracowały i zawarły kontrakty, które przyczyniają się do rozwoju regionów, głównie infrastruktury turystycznej i paraturystycznej.

Takie działania przyczyniają się przede wszystkim do zmiany środowiska przyrodniczego i poprawy sytuacji społeczno-gospodarczej jej mieszkańców. Dotychczasowa praktyka potwierdziła, że przeznaczone środki finansowe na rozwój turystyki i obszarów wiejskich, w wielu regionach kraju są konsumowane przez samorządy terytorialne. Tylko w wąskim zakresie środki budżetowe i unijne trafiają bezpośrednio do gospodarki turystycznej. Inwestowanie w rozwój podmiotów świadczących usługi turystyczne i obszarów wiejskich staje się potrzebą, z uwagi na oczekiwania społeczeństwa na zdrowy i atrakcyjny wypoczynek przez turystów krajowych i zagranicznych oraz zdrową żywność.

O rozwoju podmiotów świadczących usługi turystyczne i obszarów wiejskich decyduje także czynnik ludzki, jako najistotniejszy element poprawy infrastruktury turystycznej i paraturystycznej. W przypadku analizowanych województw, przy tak bogatych walorach turystycznych, z dużym powodzeniem mogą rozwijać się różne rodzaje i formy turystyki. To, czego brakuje, to pomysłowości i zaangażowania społecznego. Jeżeli takie warunki zostaną spełnione, jest duże prawdopodobieństwo zwiększenia ruchu turystycznego na obszarach wiejskich analizowanych województw.

## Summary

There are many factors which determine development of tourist units and rural area. North – eastern voivodeships of Poland distinguish oneself considering their landscape and tourist values. Use of landscape, cultural and holiday values, unpolluted environment should make up “capital annuity” in tourist units development process. Legal guarantees given in “Legal act on assistance support of regional development” (Legal Act 2000, Decree of Ministry 2000) should support development of tourist regions. Some of tourist voivodeships elaborated and signed appropriate contracts that support regional development - tourist infrastructure mainly.

Such an action has an influence on environmental change and improve economic situation of local community. Hitherto practice confirmed that financial funds allocated in development of tourism and rural areas are utilized by local government. Only insignificant percentage of budget and EU funds are used by tourist branch. Such an investment is a necessity because of tourists' expectations for healthy and attractive rest and healthy food.

Tourist units development is based also on human resources. In case of voivodeships given, considering rich tourist resources, various forms of tourism may easily develop. Communal creativity and involvement are values than unfortunately cannot be detected in our society. If all conditions given above are fulfilled, tourist movement in voivodeships examined will increase.

**Ewa Jaska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie warmińsko – mazurskim**

### **Wstęp**

Rozwój usług agroturystycznych rozpoczął się w regionie Warmii i Mazur w 1991 roku. Był to proces zapoczątkowany przez kilka ośrodków doradztwa rolniczego w Polsce, w tym ośrodki w Olsztynie i Olecku, po spotkaniu w Gdańskim Ośrodku Doradztwa Rolniczego, którego inicjatorem było wówczas Ministerstwo Rolnictwa.

Motywy podejmowania przez rolników działalności turystycznej były różne. Najczęstszym z nich była i jest nadal potrzeba szukania dodatkowych źródeł przychodów. Turystyka organizowana na terenach wiejskich, okazała się jedną z ważnych działalności mających wpływ na trwały rozwój wsi i tworzenie dodatkowych miejsc pracy. Ważną przesłanką, była także utrzymująca się moda na „wakacje na wsi”. Mieszkańcy miast poszukują miejsc bliższych naturze, powszechnie nieznanym, gdzie można spędzić czas w małej grupie osób lub indywidualnie.

Decydujący wpływ na zainteresowanie rolników i rozwijanie przedsięwzięć turystycznych na wsi miały walory przyrodniczo – antropogeniczne tego regionu oraz utrzymujący się od wielu lat jeden z najwyższych w Polsce wskaźnik bezrobocia. Były też pewne wcześniejsze doświadczenia w przyjmowaniu turystów na wsi, oparte o prywatne kontakty rodzin niemieckich.

Już w 1993 r. powstało jedno z pierwszych stowarzyszeń w Polsce tj. Warmińsko-Mazurskie Stowarzyszenie Agroturystyczne, a grupa liderów liczyła wówczas około 30 osób. Obecnie stowarzyszenie zrzesza 118 gospodarstw. Agroturystyka jest jedną z ważniejszych sfer przedsiębiorczości w tym regionie, zajmuje też wysokie miejsce w strategii rozwoju województwa. Pomimo rosnących wymagań, liczba obiektów turystycznych na wsi systematycznie rosła. Najwyższy wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych odnotowano w latach 1992- 1998.

## Walory przyrodniczo – antropogeniczne Warmii i Mazur

Z uwagi na walory przyrodnicze Warmia i Mazury są uważane za jeden z najpiękniejszych regionów Polski. Do walorów tych zaliczyć należy strefę jezior z najatrakcyjniejszymi w kraju śródlądowymi szlakami turystycznymi, ukształtowanie terenu, czyste powietrze, a także rozległe lasy. Województwo obejmuje tereny bardzo atrakcyjne turystycznie. Są to przede wszystkim pojezierza: iławskie, olsztyńskie, elckie, kraina Wielkich Jezior Mazurskich, Zalew Wiślany oraz duże kompleksy leśne (rezerваты i parki krajobrazowe) z licznymi zabytkami architektury, bogatymi zbiorami muzealnymi. Na terenie województwa warmińsko - mazurskiego znajdują się parki krajobrazowe: Mazurski, Wzgórz Dylewskich i Wzniesienia Elbląskie, a także częściowo Park Krajobrazowy Pojezierza Iławskiego oraz Park Górznięsko - Lidzbarski.

Kraina Wielkich Jezior Mazurskich jest wymarzonym miejscem dla miłośników sportów wodnych. Niewątpliwą atrakcją są dla amatorów kajakarstwa spływy na rzekach: Krutynia, Łyna, Pasłęka, Sapina, Gołdap, Pisa. Żeglarską podróż można rozpocząć od Węgorzewa, nazywanego przed wojną Bramą do Mazur. Dogodny dojazd oraz położenie Węgorzewa w północnej części szlaku, może stanowić idealny punkt startowy mazurskiej wędrówki. Podobnie postrzegane są przez turystów Mikołajki usytuowane nad wąskim przesmykiem łączącym jeziora Tałty i Mikołajskie. Ze względu na niezwykle malowniczy krajobraz, nieskażone jeszcze środowisko oraz przebiegający szlak wodny po Wielkich Jeziorach Mazurskich, Mikołajki są dla turystów i żeglarzy miejscem spotkań, stanowią także bazę wypadową do rejsów po licznych jeziorach oraz wędrówek rowerowych i pieszych po okolicy. Natomiast zimą można w warmińsko – mazurskim uprawiać narciarstwo zjazdowe w okolicach Gołdapa i Lidzbarka Warmińskiego, narciarstwo biegowe w Puszczy Piskiej oraz bojery na jeziorze Świącayty. Najbardziej znane miejscowości wypoczynkowe na Mazurach to: Giżycko, Mikołajki, Ruciane Nida, Węgorzewo, Szczytno, Pisz, Mrągowo. W zachodniej części województwa, na Pojezierzu Iławskim, głównymi ośrodkami turystycznymi są Iława i Ostróda

Odpoczywając na Warmii i Mazurach należy oczywiście odwiedzić Olsztyn, a w szczególności starówkę. Centralnym miejscem starówki jest rynek otoczony zabytkowymi, skromnymi kamieniczkami z XVII-XIX wieku. Niektóre z nich mają arkadowe podcienia. Na uwagę zasługuje tu najstarszy budynek z XIV wieku, tzw. Dom Burmistrza<sup>1</sup>. Na środku placu stoi Stary Ratusz wzniesiony w stylu barokowym w latach 1623-24, częściowo na fundamentach średniowiecznego ratusza, który spłonął w 1620 roku. Obecnie w odnowionym Starym Ratuszu mieści się Biblioteka Publiczna. Niewątpliwą ozdobą starówki olsztyńskiej jest również popularna gotycka Wysoka Brama.

---

<sup>1</sup> [www.polskieszlaki.pl](http://www.polskieszlaki.pl)



Fotografia 1. Wysoka Brama na Starym Mieście w Olsztynie

Źródło: [www.polskieszlaki.pl](http://www.polskieszlaki.pl)

Oferta turystyczna regionu jest bogata w wiele ciekawych i godnych obejrzenia miejsc jak np.: zbudowany w XIX wieku Kanał Elbląski łączący Elbląg z Ostródą poprzez liczne jeziora i wykorzystujący system śluz oraz pochylni, które umożliwiają przemieszczanie się statków w wagonikach ciągniętych po łądzie. Na północ od Elbląga, w miejscowości Kadyny, rośnie dąb Bażyńskiego. Jest to bardzo stare, liczące ok. 1000 lat drzewo. Obwód jego pnia wynosi 11 metrów, a wysokość 25 metrów.

W województwie warmińsko-mazurskim jest także jedna miejscowość posiadająca status uzdrowiska, a mianowicie Gołdap. Tutejsze warunki sprawiają, że ośrodek ma charakter klimatyczno - borowinowy. Można tu leczyć schorzenia narządu ruchu, choroby kobiece, układu oddechowego, krążenia i nerwowego.

W województwie warmińsko - mazurskim znajduje się również miejsce, które już od średniowiecza przyciąga pielgrzymów z całej Polski. Święta Lipka słynie z sanktuarium maryjnego. Tutejszy kościół i klasztor są jednym z najcenniejszych zespołów barokowych w kraju. W 1618 roku tereny te wykupił Zygmunt III Waza, który w miejscu lipy postawił kapliczkę. W XVII wieku wzniesiono tu barokowy kościół, krużganki i dom zakonny.





Fotografia 2. Bazylika w Świętej Lipce

Źródło: [www.euromazury.pl](http://www.euromazury.pl)

Wśród zabytków województwa dominują obiekty średniowieczne: świetnie zachowane zamki gotyckie, kościoły i pałace. Charakterystyczne dla tego regionu są średniowieczne zamki krzyżackie i biskupie. Znaczna ich część została jednak zniszczona przez działania wojenne<sup>2</sup>.

Wielu turystów przyciągają Pola Grunwaldzkie, na których w 1410 r. polsko - litewskie wojska rozbiły potęgę krzyżacką. W kolejne rocznice tego wydarzenia odbywają się tu pokazy przybliżające zdarzenia tamtych lat i rycerską kulturę. Mieści się tam także kompleks muzealny. Dużym zainteresowaniem turystów cieszą się również ruiny dawnej kwatery Hitlera w Gierłozie k. Kętrzyna, a także Muzeum Budownictwa Ludowego w Olsztynku.

Atrakcje turystyczne sprawiają, że region odwiedza rocznie średnio 5 milionów turystów, a co piąty turysta przybywa z zagranicy. Do ich dyspozycji jest ponad 34 tys. miejsc noclegowych<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> K. Michałowski, B. Malinowska: Markowy produkt turystyczny w północno-wschodniej Polsce. Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2004, s. 112.

<sup>3</sup> [www.wm.24.pl](http://www.wm.24.pl)

## Charakterystyka oferty agroturystycznej województwa

Województwo warmińsko - mazurskie posiada dobrze rozwiniętą sieć gospodarstw agroturystycznych o różnym profilu i zakresie świadczonych usług. Można w nich spędzić urlop z dala od pośpiechu dnia codziennego i w czystym środowisku. Gościnność mieszkańców wsi sprawia, że turyści znajdują świetne warunki wypoczynku, miłą obsługę i dobre wyżywienie. Gościom proponuje się też różne atrakcje: ogniska, łowienie ryb, wycieczki rowerowe i przejażdżki konne, swobodę w gospodarowaniu wolnym czasem. Część ofert to tradycyjne domy wiejskie, ale są również oferty wypoczynku w nowoczesnych pensjonatach.

Szacunkowe dane Wojewódzkiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Olsztynie wskazują, że usługami turystycznymi na wsi zajmuje się obecnie około 2500 – 3000 osób, wśród których rolnicy stanowią 35 – 40%<sup>4</sup>. Natomiast według danych w/w ośrodka doradztwa oraz Departamentu Turystyki i Promocji Regionu Warmińsko – Mazurskiego Urzędu Marszałkowskiego na dzień 31 lipca 2004 roku na terenie województwa warmińsko – mazurskiego funkcjonowało 854 gospodarstw agroturystycznych. Najwięcej znajdowało się w powiatach Pisz (140) i Mrągowo (117)<sup>5</sup>. Kilka lat temu region ten zajmował pierwsze miejsce w kraju. Natomiast już w 2004 roku województwo warmińsko - mazurskie znalazło się na tym samym miejscu co województwo małopolskie, pomorskie i podkarpackie, pomimo tego że liczba gospodarstw agroturystycznych wzrosła o 70-80 %, a miejsc noclegowych o 103 % w odniesieniu do początku lat dziewięćdziesiątych.

Przeciętne gospodarstwo agroturystyczne w tym regionie oferuje 8-9 miejsc noclegowych. Koszty zakwaterowania wynoszą za nocleg od 25 zł do 60 zł, a za całodienne wyżywienie około 35 zł. Są to opłaty kształtujące się na tym samym poziomie co na początku lat dziewięćdziesiątych. Natomiast został odnotowany w tym czasie wzrost cen na produkty i usługi, przeciętnie o 50 %. Znacząco też wzrosły inwestycje związane z modernizacją kwater oraz poprawą jakości bazy noclegowej i usług.

Zdecydowana większość turystów na Warmii i Mazurach decyduje się na pobyt w gospodarstwach, które rekomenduje Polska Federacja Turystyki Wiejskiej lub Warmińsko - Mazurskie Stowarzyszenie Agroturystyczne. Na terenie Warmii i Mazur istnieje 19 stowarzyszeń agroturystycznych oraz kilka grup nieformalnych zrzeszających osoby prowadzące obiekty turystyki wiejskiej. Według danych biura "Zapraszamy na wieś", miejsca noclegowe pozostające w ofercie Warmińsko - Mazurskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego zostały wykorzystane w lipcu

---

<sup>4</sup> <http://wmodr.pl>

<sup>5</sup> T. Zaworska: Agroturystyka wiedzieć więcej. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko – Mazurskiego, Olsztyn 2004.

i sierpniu 2004 roku w 80%, w maju i wrześniu w 30%, a w pozostałym okresie na poziomie od 3 do 5%.

Według danych Warmińsko – Mazurskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego, najlepszym rokiem dla członków stowarzyszenia, pod względem uzyskiwanych przychodów, był rok 1999. W kolejnych latach nastąpił nieznaczny spadek liczby odwiedzających gości. Nastąpiło także skrócenie pobytu, przy jednoczesnym zwiększeniu przyjazdów sobotnio - niedzielnych. W około 50% kwater turystyka nadal pozostaje dodatkowym źródłem dochodu, dla 45% stanowi jedno z dwóch źródeł głównych, a tylko dla 5% jest to główne źródło przychodów dla rodziny. W wiejskiej bazie noclegowej w ostatnich latach daje się zauważyć wzrost inwestycji, w celu podnoszenia standardu obiektów, np. zwiększa się liczba łazienek, powstają sale wykładowo - warsztatowe.

Do szczególnie interesujących produktów oferty agroturystycznej województwa warmińsko - mazurskiego można zaliczyć :

- *Chatę Mazurską*, która jest laureatem I miejsca w kategorii turystyka wiejska w konkursie „Zielone lato 2006”. Obiekt całoroczny, wyłącznie dla gości, położony wśród pięknych lasów, dwóch rzek i Jeziora Roś. Idealne miejsce dla potrzebujących spokoju, ciszy i odpoczynku. Dojazd drogą asfaltową, 6 km od głównej trasy Pisz - Biała Piska, pięknym traktem leśnym<sup>6</sup>.

- *Dom Gościnny Bogdany- Barczewo*, który został założony na bazie stuletniego pruskiego gospodarstwa odrestaurowanego w wiejskim stylu dla około 35 osób. Gospodarstwo jest położone 10 km od Olsztyna w kierunku na Mikołajki i Giżycko. Powierzchnia posesji to ponad 1 ha zieleni i zabudowań, duży odkryty basen, stary sad, plac zabaw, parking na ogrodzonym terenie, lasek. Gospodarstwo dysponuje pokojami gościnnych 2-3-4 osobowymi, każdy z łazienką, oraz pomieszczeniami jedno lub dwupokojowymi typu studio z oddzielnym wejściem, aneksem kuchennym i łazienką oraz jadalnią. Do dyspozycji gości jest także: miejsce na ognisko i grill pod wiatą, miejsce zabaw dla dzieci, basen z brodzikiem, łódki, kajaki, rowery, sprzęt sportowy, księgozbiór, domowa tradycyjna, regionalna kuchnia. Gospodarstwo dysponuje również, polem biwakowym w starym sadzie, nastrojową Salą Kominkową w rustykalnym stylu, mogącą służyć jako sala konferencyjna na ok. 50 osób. Atrakcyjne jest również samo położenie, bowiem 100 m od lasu, 200 m od rozlewiska rzeki Kośny (jez. Bogdańskie) połączone kanałem z dużymi jeziorami Umląg i Kiermas, przy których istnieją naturalne kąpieliska. Takie właśnie usytuowanie pozwoliło na utworzenie trasy spływu kajakowego<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> <http://www.siedlisko.agrowakacje.pl>

<sup>7</sup> <http://www.bogdany.com.pl>

- *Ekologiczne Gospodarstwo Agroturystyczne LEŚNICZÓWKA – Ostoja*, położone w strefie ochrony przyrody I-go stopnia oraz w dolinie ekologicznego dorzecza rzeki Łyny. Stary warmiński dom o charakterze leśniczówki otoczony jest lasami, polami i łąkami, które tworzą swoisty mikroklimat. Jest to jedno z pierwszych gospodarstw ekologicznych na Mazurach ( atest od 1993 r.). Położone nad czystymi wodami rynnowego jeziora Sunowo, należącego do Pojezierza Elckiego, w odległości 4 km od Elku. Gospodarstwo z uwagi na położenie w środkowej części Mazur jest szczególną ofertą dla osób preferujących aktywne formy wypoczynku, bowiem w ciągu jednego dnia można zwiedzić w okolicy m.in. barokową Bazylikę w św. Lipce, wiadukty w Stańczykach, twierdzę Boyen w Giżycku z XIX wieku, klasztor Kamedułów w Wigrach, Augustów <sup>8</sup>.

### **Spoleczno – ekonomiczne determinanty rozwoju agroturystyki w opinii mieszkańców gminy Świętajno**

Gmina Świętajno, na terenie której przeprowadzono badania wchodzi w skład powiatu oleckiego. W granicach administracyjnych gminy o powierzchni 23 tys. hektarów największą część zajmują grunty orne i lasy. Liczba mieszkańców w roku 2006 wynosiła blisko 8 tys., przy czym w samej siedzibie gminy mieszkało 2 546 osób<sup>9</sup>. W strukturze ludności licznějšíą grupą są mężczyźni, natomiast w odniesieniu do wieku największą grupę stanowią osoby w wieku 25 - 39 lat. Ponad połowa mieszkańców znajduje się w wieku produkcyjnym, wśród których również przeważają mężczyźni. Od kilku lat w gminie występuje ujemne saldo migracji, większość osób przenosi się do miast. Prawdopodobnie wpływ na to ma bezrobocie, które dotyczy przeszło tysiąca osób, a jest następstwem m.in. likwidacji Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej i Wytwórni Chemicznej. Natomiast w ramach podejmowanych przedsięwzięć gospodarczych oddano w ostatnich latach do użytku oczyszczalnię ścieków i nowoczesną piekarnię, założono wodociąg w 10 wsiach oraz przeprowadzono telefonizację gminy.

Badania ankietowe zostały przeprowadzone pod kierunkiem autorki wśród 41 mieszkańców gminy Świętajno - uczestników szkolenia „Zmiana - reorientacja zawodowa mieszkańców obszarów wiejskich szansą na lepszą przyszłość”. W przeprowadzonych badaniach uczestniczyło 20 kobiet i 21 mężczyzn. Były to głównie osoby w wieku 18 - 25 lat oraz 26 – 35 i 36 50 lat, a ich udział w populacji badawczej wynosił odpowiednio: 37% i po 30% dla dwu pozostałych wymienionych powyżej kategorii wiekowych. Respondenci to głównie osoby ze

---

<sup>8</sup> [http:// www.ostoja.elk.com.pl](http://www.ostoja.elk.com.pl)

<sup>9</sup> <http://www.wm.24.pl>

średnim wykształceniem, a niemalże co trzecia uczestnicząca w badaniach osoba nigdy nie pracowała poza gospodarstwem rolnym. Wśród osób posiadających pozarolnicze doświadczenie zawodowe średni staż pracy wynosił 7 lat i 3 miesiące. Natomiast najliczniejsza grupa to osoby z wykształceniem rolniczym i z zawodu rolnicy, ponieważ stanowili blisko 50% populacji badawczej. Tylko dwie osoby uczestniczące w badaniach określiły charakter swojego gospodarstwa przymiotnikiem „agroturystyczny”. Ponad 95% badanych zadeklarowało, że ich gospodarstwo posiada charakter typowo produkcyjny, a ich główne źródła utrzymania to hodowla zwierząt, produkcja mleka, sprzedaż zbóż.

Zastanawia natomiast fakt, że pomimo dotychczasowych konwencjonalnych w przewadze źródeł przychodów, niezadowolających dla ponad połowy ( 59%) badanych, aż 39% deklaruje, że nigdy nie zastanawiało się nad przeprofilowaniem gospodarstwa i tylko 17% zastanawiało się często. Żadna z osób nie deklarowała zamiarów podjęcia nowych działalności i dlatego brak było wskazań, że próby zmiany profilu gospodarstwa skończyły się niepowodzeniem.

Rolnicy pytani o to, co ich powstrzymuje przed rozpoczęciem świadczenia usług agroturystycznych, na pierwszym miejscu wymieniali obawę przed niepowodzeniem. Można przypuszczać, że ten lęk wynika z braku znajomości oczekiwań turystów co do oferty agroturystycznej, z nieznaności rynku usług agroturystycznych jak również z uwarunkowań o charakterze osobowościowym.

B. Brzozowski i E. Otoliński opublikowali następujący ranking ważności cech gospodarstwa agroturystycznego i jego okolicy na podstawie opinii zebranych wśród turystów<sup>10</sup>:

1. czyste powietrze - walory krajobrazowe,
2. walory przyrodnicze,
3. możliwość uprawiania sportów zimą,
4. możliwość wypoczynku nad wodą
5. położenie w atrakcyjnym turystycznie rejonie - możliwość uprawiania wędkarstwa.

Inaczej wygląda ten ranking w opinii mieszkańców gminy Świątajno uczestniczących w badaniach, a mianowicie:

1. położenie w atrakcyjnym turystycznie rejonie,
2. cena,
3. czyste powietrze, możliwość wypoczynku nad wodą,
4. walory krajobrazowe; walory przyrodnicze,
5. kuchnia regionalna.

Zatem, skoro oczekiwania i preferencje turystów są tak różne w porównaniu z opiniami rolników, nie może dziwić opinia badanych wskazująca na obawy przed

---

<sup>10</sup> B. Brzozowski, E. Otoliński: Rodzaje i zakresy usług agroturystycznych. Wyd. AR Kraków 2000, s. 68.

niepowodzeniem, bowiem mogliby zaproponować ofertę niekorespondującą z oczekiwaniami potencjalnych turystów. Brak wiedzy na temat preferencji turystów może również wynikać z braku zainteresowania agroturystyką, bowiem tylko dwie osoby wśród motywów rozpoczęcia działalności agroturystycznej wymieniły zainteresowania.

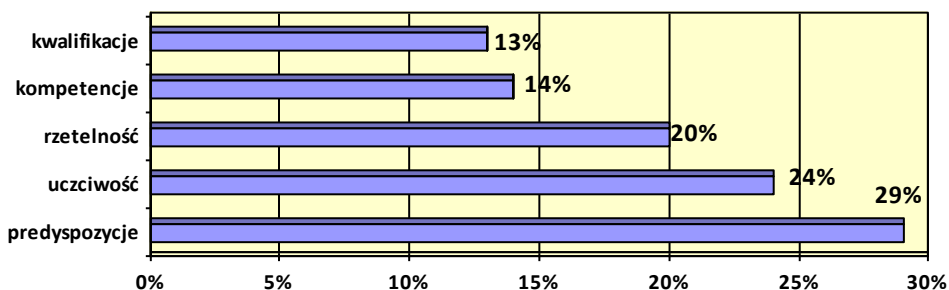
Zgodnie z preferencjami turystów ważnym czynnikiem i jednym z determinantów atrakcyjności okolicy gospodarstwa agroturystycznego jest możliwość uprawiania sportów zimą. Blisko 86% badanych uważa działalność agroturystyczną za zajęcie sezonowe, typowo letnie. Również w kontekście konkurencyjności, agroturystyka była oceniana nisko na tle innych ofert wypoczynku, bowiem 61% badanych było zdania, że agroturystyka jest coraz mniej konkurencyjną opcją na spędzanie wolnego czasu (w tym i wakacji) z powodu coraz niższych cen ofert wypoczynku zagranicą, a co piąty badany zgodził się z tą opinią częściowo. Jednocześnie 35% badanych stwierdziło zdecydowanie, że agroturystyka obecnie przeżywa swój najlepszy moment, a 56% badanych podzieliło tą opinię częściowo. Pomimo wskazanych ograniczeń 68% badanych wciąż postrzega turystykę jako modny sposób na spędzanie wolnego czasu. Wyniki badań prezentujące stopień znajomości rynku agroturystycznego zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1. Znajomość rynku agroturystycznego wśród badanych

Lp.	Opinia	Tak		Nie		Częściowo	
		Lb.	%	Lb.	%	Lb.	%
1.	Uprawianie agroturystyki jest już niemodne	8	19,51	28	68,29	5	12,20
2.	Agroturystyka przeżywa swój najlepszy okres	14	34,14	4	9,76	23	56,10
3.	Agroturystyka to coraz mniej konkurencyjna opcja na spędzanie wakacji z racji coraz niższych cen ofert wakacji zagranicznych	25	60,98	8	19,51	8	19,51
4.	Agroturystyka to zajęcie sezonowe	35	85,36	2	4,88	4	9,76

Źródło: badania własne

Przeprowadzone badanie pozwoliło także udzielić odpowiedzi na pytanie, jakie cechy osobowości mają największe znaczenie przy prowadzeniu działalności agroturystycznej.

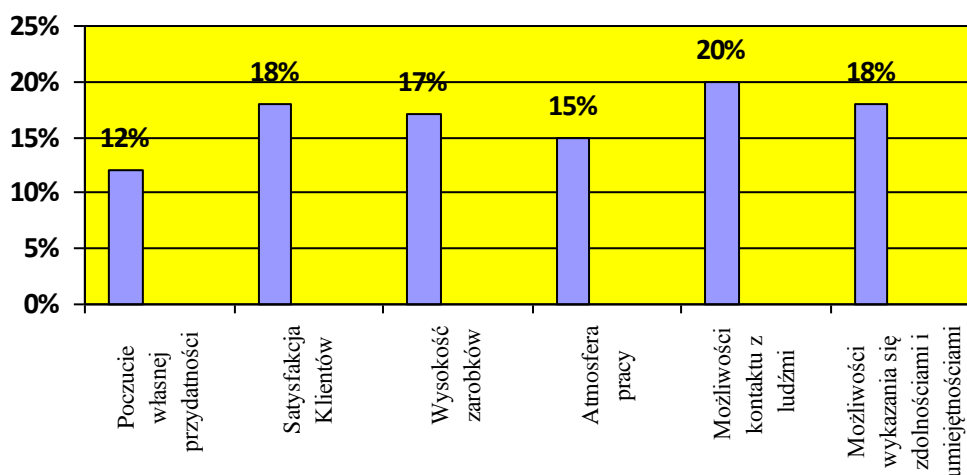


Wykres 1. Czynniki warunkujące powodzenie działalności agroturystycznej

Źródło: badania własne

Bez wątpliwości, jest wiele takich cech, ale zdaniem rolników w pierwszej kolejności są to predyspozycje, które w ocenie prawie co trzeciego badanego są warunkiem odniesienia sukcesu przez gospodarstwo. W dalszej kolejności powodzenie gospodarstwa agroturystycznego jest wypadkową: ucziwości gospodarza, rzetelności, posiadanych kompetencji, zdobytych kwalifikacji. Powyższe zależności ilustruje wykres 1.

Zastanawiającą może być informacja, że zgodnie ze zdaniem ankietowanych o zadowoleniu z prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego decyduje możliwość kontaktu z ludźmi. W dalszej kolejności jest to możliwość wykazania się umiejętnościami i zdolnościami oraz satysfakcja klientów, a dopiero na trzecim miejscu znajduje się czynnik ekonomiczny, czyli wysokość zarobków. Wymienione czynniki zostały przedstawione na wykresie 2.



Wykres 2. Czynniki decydujące o zadowoleniu z prowadzenia działalności agroturystycznej

Źródło: badania własne

Analiza odpowiedzi na pytanie o czynniki warunkujące zadowolenie z prowadzenia działalności agroturystycznej wskazała tym samym na znaczenie wymiaru społecznego tej formy działalności pozarolniczej jaką jest agroturystyka, a uzupełnienie tej charakterystyki stanowią także zebrane opinie mieszkańców gminy Świętajno na temat społecznych aspektów agroturystyki.

Badani podkreślili potrzebę kontaktu z ludźmi, a 12% badanych stwierdziło, że nie posiada w swojej gminie przykładu gospodarstwa agroturystycznego, chociaż gmina Świętajno jest gminą posiadającą 5 zarejestrowanych gospodarstw agroturystycznych. Blisko 44% badanych uważało, że świadczenie usług agroturystycznych jest źródłem utrzymania ich sąsiadów. Rolnicy sceptycznie odnosili się do prowadzenia działalności agroturystycznej w formie spółek. Blisko 1/3 ankietowanych stwierdziła, że zakładanie spółek nie ma wpływu na opłacalność interesu bądź też tej opłacalności nie podnosi, a to z kolei koresponduje z opinią blisko 27% badanych, którzy stwierdzili, że prowadzenie działalności agroturystycznej jest łatwiejsze do organizacji w spółkach.

Natomiast najwięcej badanych bo blisko 64% uważa, że rozpoczęcie prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego wymaga odpowiednich kwalifikacji ze strony usługodawcy, a 56% wyrażało opinię że niezbędne jest dysponowanie odpowiednią bazą noclegową. Szczegółowe dane charakteryzujące aspekty społeczne ilustruje tabela 2.

Tabela 2. Opinia badanych na temat społecznych aspektów agroturystyki

Lp.	Opinia	Tak		Nie		Częściowo	
		Lb.	%	Lb.	%	Lb.	%
1.	Agroturystyka wymaga odpowiednich kwalifikacji ze strony usługodawcy	26	63,41	5	12,20	10	24,39
2.	Prowadzenie działalności agroturystycznej może być wykonywane przez każdego rolnika o ile dysponuje odpowiednią bazą noclegową	23	56,10	5	12,20	13	31,70
3.	Prowadzenie działalności agroturystycznej jest łatwiejsze do organizacji w spółkach	11	26,83	15	36,59	15	36,59
4.	Prowadzenie działalności agroturystycznej to źródło utrzymania moich sąsiadów	18	43,90	17	41,46	6	14,63

Źródło: badania własne

Pomimo wskazanych wcześniej uwarunkowań społecznych, w tym osobowościowych, aspekt ekonomiczny pozostaje nadal czynnikiem



pierwszoplanowym w momencie podejmowania decyzji o rozpoczęciu świadczenia usług agroturystycznych w opinii badanych. Czynniki ograniczające ich aktywność w sferze agroturystyki i organizowania wypoczynku na wsi, rolnicy uczestniczący w badaniach ocenili i uszeregowali w kolejności od 1 do 7 w następujący sposób:

1. przyczyny ekonomiczne,
2. obawa przed niepowodzeniem,
3. sprawy materiałowe,
4. utrudnienia organizacyjne,
5. konkurencja na rynku usług turystycznych,
6. brak wsparcie ze strony ODR,
7. przekonania polityczne.

Wymienienie przyczyn ekonomicznych na pierwszym miejscu było równoznaczne z nieposiadaniem przez rolników wystarczająco dużych środków finansowych, niskim stopniem akceptacji dla pożyczek i kredytów, gdyż każde przedsięwzięcie niesie w sobie ryzyko niepowodzenia, a obawa przed niepowodzeniem była czynnikiem wymienianym na drugim miejscu wśród problemów ograniczających aktywność rolników w obszarze agroturystyki. Podobnie pytani o motywację do rozpoczęcia świadczenia usług agroturystycznych, rolnicy odpowiedzieli, że byłaby to szansa na uzyskanie wyższych dochodów (ponad 68% badanych). Natomiast prawie 30% badanych uznało, że takim motywem byłaby sytuacja rynkowa sprzyjająca rozpoczęciu działalności agroturystycznej, co należy rozumieć jako duży popyt na usługi agroturystyczne albo brak konkurencji czy też istnienie konkurencji niezagrażającej. Stanowiska respondentów na temat ekonomicznych aspektów działalności agroturystycznej zostały zaprezentowane w tabeli 3.

Tabela 3. Opinie badanych na temat ekonomicznych aspektów działalności agroturystycznej

Lp.	Opinia	Tak		Nie		Częściowo	
		Lb.	%	Lb.	%	Lb.	%
1.	Prowadzenie działalności agroturystycznej przynosi korzyści materialne	31	75,61	0	0	10	24,39
2.	Prowadzenie działalności agroturystycznej jest najłatwiejszą formą zarobkowania na terenie wiejskim	22	53,66	8	19,51	11	26,83
3.	Prowadzenie działalności agroturystycznej może być jedynym i satysfakcjonującym źródłem przychodu gospodarstwa	10	24,39	20	48,78	11	26,83

1	2	3	4	5	6	7	8
4.	Prowadzenie działalności agroturystycznej jest bardziej opłacalne jeżeli prowadzone jest w spółce z innym gospodarstwem	11	26,83	15	36,59	15	36,59
5.	Agroturystyka to dobry interes	8	19,51	2	2,44	31	75,61
6.	Agroturystyka to był dobry interes, ponieważ obecnie rynek agroturystyczny przesycony jest ofertami usług	11	26,83	15	36,59	15	36,59
7.	Agroturystyka to dobry pomysł na rodzinny interes	30	73,17	4	9,76	7	17,07

Źródło: badania własne

Aż 63% badanych było zdania, że obecnie rynek przesycony jest ofertami usług agroturystycznych, a 37% stwierdziło, że rynek agroturystyczny jest wciąż otwarty. Tylko 4 osoby nie zgadzały się ze stwierdzeniem, że „agroturystyka jest pomysłem na dobry interes”. Ponad połowa ankietowanych uważa, że świadczenie usług turystycznych może być jedynym i satysfakcjonującym źródłem utrzymania gospodarstwa i aż 80,5% ankietowanych uważa, że agroturystyka to najłatwiejsza formą zarobkowania na terenie wiejskim. Natomiast 37% badanych nie uważa, że prowadzenie działalności w spółce z innym gospodarstwem podnosi jej opłacalność, ale większość, bo 90% badanych uważa agroturystykę za interes rodzinny. Wszyscy badani zgadzają się ze stwierdzeniem, że świadczenie usług agroturystycznych przynosi gospodarstwu korzyści finansowe.

### Podsumowanie

Rozwój agroturystyki w województwie warmińsko – mazurskim determinują w znacznym stopniu zarówno walory przyrodniczo – antropogeniczne regionu, jak również czynniki ekonomiczne i społeczne. Okazało się, że brak satysfakcji z dochodów osiąganych z gospodarstwa rolnego zadeklarowany przez 59 % badanych i perspektywa dodatkowego zarobkowania aktywizuje rolników do świadczenia usług agroturystycznych. Z kolei czynniki społeczne, zwłaszcza osobowościowe ograniczają rozwój agroturystyki, gdyż część rolników ma obawy przed podejmowaniem kolejnych wyzwań i nie wykazuje zbyt wysokiego poziomu stopnia akceptacji dla podnoszenia kwalifikacji zawodowych, a agroturystykę postrzega jako innowację nie gwarantującą powodzenia. Z drugiej strony aktywność ponad 97% badanych rolników jest wyhamowywana świadomością istnienia ryzyka niepowodzenia. Niemal wszyscy uczestniczący w badaniach, bo 95% nie podjęłoby się prowadzenia działalności agroturystycznej, stwierdziwszy, że jest to niemożliwe w realizacji na terenie ich gospodarstwa. Poza problemem przystosowania pomieszczeń, barierą jest fakt nieposiadania przez rolników

odpowiednich kwalifikacji. Natomiast wszyscy badani zgodzili się z tezą, że agroturystyka wymaga podejmowania działań promocyjnych, które w ich opinii są gwarantem sukcesu i rozwoju gospodarstwa rolnego świadczącego usługi turystyczne.

### **Literatura**

Brzozowski B., Otoliński E.: Rodzaje i zakresy usług agroturystycznych. Wyd. Akademii Rolniczej w Krakowie, Kraków 2000.

Michałowski K., Malinowska B.: Markowy produkt turystyczny w północno – wschodniej Polsce. Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2004.

Zaworska T.: Agroturystyka wiedzieć więcej. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko – Mazurskiego, Olsztyn 2004.

[www.polskieszlaki.pl](http://www.polskieszlaki.pl)

[www.wm.24.pl](http://www.wm.24.pl)

<http://wmodr.pl>

<http://www.siedlisko.agrowakacje.pl>

<http://www.bogdany.com.pl>

<http://www.ostoja.elk.com.pl>

### **Streszczenie**

W artykule została przedstawiona oferta agroturystyczna województwa warmińsko – mazurskiego uwzględniająca wybrane, a charakterystyczne dla tego regionu produkty turystyczne oraz zasadnicze przesłanki rozwoju agroturystyki w tym regionie, takie jak walory przyrodniczo – antropogeniczne, czynniki ekonomiczne oraz społeczne. Czynniki ekonomiczne są nadal wymieniane na pierwszym miejscu w momencie podejmowania decyzji o rozpoczęciu świadczenia usług agroturystycznych. Natomiast należy zwrócić szczególną uwagę na czynniki o charakterze społecznym, w tym zwłaszcza osobowościowe, które w świetle badań przeprowadzonych wśród rolników gminy Świątajno, można postrzegać jako czynnik wyhamowujący podejmowanie działalności turystycznej przez rolników w tym regionie Polski.

### **Summary**

Agri-tourism offer of Warmia and Mazury province has been showed in this article. The offer includes: characteristic of tourist products of this region and principled circumstance of agri-tourism` development in Warmia and Mazury region, such as: natural and anthropological virtues of this region, economic and social factors.

Economic factors are still the most important reason why people make a decision of the beginning of provision of tourist services. However, it is important to take note of social factor that is responsible for restraining making decision of taking tourist activity by farmers of Warmia and Mazury province. These facts are based on results from empirical survey carried out in Świątajno commune.

**Jan Sikora**

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

**Agnieszka Wartecka-Ważyńska**

Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

## **Samorząd terytorialny i gospodarczy w rozwoju agroturystyki**

### **Wstęp**

Rozwój agroturystyki, jako jednej z form gospodarowania na wsi, nie może być uzależniony tylko od samego rolnika, właściciela gospodarstwa rolnego. Agroturystyka będąca przykładem przedsiębiorczości wiejskiej musi szukać wsparcia zewnętrznego, poza gospodarstwem agroturystycznym.

Zainteresowanie rozwojem agroturystyki ze strony rolnika, rolników, mieszkańców gminy oraz lokalnych władz samorządowych jest oczywiste. Najogólniej ujmując, agroturystyka przynosi dwojakiego rodzaju korzyści, to jest korzyści społeczne i ekonomiczne. Korzyści społeczne dotyczą m. in. zwiększenia znaczenia szacunku dla rolnika, wzajemnego przenikania się kultury miejscowej i kultury przyjezdnych, zapobiegania izolacji turystów od społeczności wioskowej, wzrostu prestiżu wsi i gminy turystycznej, dotyczą także utrzymywania kontaktów z tradycyjnym stylem życia ludności wiejskiej oraz pielęgnacji dziedzictwa kulturowego.

Korzyści ekonomiczne agroturystyki łączą się przede wszystkim ze stymulacją rozwoju gospodarstw rolnych i poszczególnych wsi. Jest ona źródłem tworzenia dodatkowego rynku zbytu na produkty żywnościowe i usługi miejscowe (rzeźbiarstwo, kowalstwo, handel, przetwórstwo rolno-spożywcze). Staje się szansą rozwoju infrastruktury społeczno-ekonomicznej i techniczno-użytkowej wsi oraz gminy (urządzeń rekreacyjnych, placów zabaw dla dzieci, dróg, parkingów, oczyszczalni ścieków), a przez to wpływa na podwyższenie poziomu życia mieszkańców obszarów wiejskich.

Stąd też należy zauważyć, iż korzyści społeczno-ekonomiczne płynące z agroturystyki, zależą nie tylko od samych rolników, ich motywacji do tej działalności, ale także od postawy władz lokalnych oraz stowarzyszeń zraszających gospodarstwa agroturystyczne i ich wzajemnej współpracy.

## **Agroturystyka w strategii rozwoju gminy**

Zainteresowanie rozwojem agroturystyki ze strony samorządów terytorialnych stale wzrasta, lecz nadal jest niewystarczające. Wynika ono z kłopotów finansowych i organizacyjnych władz lokalnych. Tym niemniej do jednych z podstawowych zadań samorządu terytorialnego należy ocena możliwości rozwoju tej formy wypoczynku i działalności gospodarczej, a co z tym się wiąże, ocena korzyści i kosztów przedsięwzięć agroturystycznych i okołoturystycznych w gminie.

Istotną rolą samorządów terytorialnych jest ich wkład w rozwój przede wszystkim infrastruktury społeczno-gospodarczej wsi i gminy, która wspiera agroturystykę. Warunkiem jej rozwoju jest nie tylko przygotowanie gospodarstwa rolnego do przyjęcia gości, ale także stworzenie infrastruktury techniczno-użytkowej wsi, to jest np. gospodarki ściekowej, gazyfikacji, zaopatrzenia w wodę, telefonizacji i modernizacji dróg, budowy parkingów.

Ważnym zadaniem samorządu gminy wspólnie z jej mieszkańcami jest dbałość o przyjemny, estetyczny wygląd wsi, o tereny zielone, pomoc w organizowaniu imprez kulturalnych, jarmarków, kiermaszy. To także inwestycje w renowację obiektów historycznych, to ogólna dostępność folderów i przewodników zawierających informacje o lokalnym folklorze, historii, to wspieranie budowy boisk, basenów kąpielowych, i innych obiektów sportowo-rekreacyjnych.

Tworzenie optymalnych warunków ze strony samorządu terytorialnego do wypoczynku na terenie gminy może przyczynić się do zwiększenia liczby turystów zainteresowanych agroturystyką, do zwiększenia korzyści materialnych dla społeczności gminnej. Realizacja tych przedsięwzięć to praca na lata. Stąd też agroturystyka wymaga myślenia i działań z wyprzedzeniem. Dlatego konieczne jest opracowanie przez gminy atrakcyjnych turystycznie, własnych planów rozwoju agroturystyki, umieszczenie jej w zapisach strategii rozwoju lokalnego.

Rozwój agroturystyki bez programu lokalnego będzie działaniem przypadkowym, nieprzemyślanym przedsięwzięciem inwestycyjnym, bez analizy jego skutków.

Lokalny program rozwoju agroturystyki powinien być zaakceptowany przez mieszkańców gminy, którym należy wykazać co może zyskać wieś, oraz władze gminne w wyniku popierania działalności agroturystycznej.

Program rozwoju agroturystyki w znacznej mierze uzależniony jest od przypisania jej odpowiedniego miejsca w sporządzanych przez samorządy planach strategicznych rozwoju społeczno-gospodarczego gminy lub powiatu. Strategie te nie tylko diagnozują i wartościują istniejące problemy lokalne, ale także wytyczają ogólne kierunki działania, rozwiązania i zmiany na lepsze.

Znaczenie strategii rozwoju społeczno-gospodarczego gminy wynika z dwóch zasadniczych powodów. Po pierwsze, dzięki strategii rozwoju istnieje realna szansa podejmowania lokalnych decyzji rozwojowych i przekształceń strukturalnych. Po drugie, posiadanie tego dokumentu jest niezbędnym warunkiem ubiegania się o środki finansowe z banków, a szczególnie z funduszy europejskich. Motywem opracowania strategii może być także chęć poprawienia sposobu gospodarowania zasobami obszaru, rozwoju aktywności mieszkańców i lokalnych przedsiębiorców.

Gminy zatem, jako samodzielne jednostki samorządu terytorialnego zyskały autonomię w zakresie decyzji i wyboru kierunku swojego rozwoju. Mogą a nawet muszą we własnym zakresie poszukiwać najbardziej efektywnych dróg rozwoju lokalnego, sporządzać i realizować swoje plany.

Stąd też rozwój agroturystyki w gminie uzależniony jest od przypisania jej określonego miejsca w strategii rozwoju lokalnego. Przeprowadzone badania<sup>1</sup> wykazały, że osoby, które zatwierdzają przyjęcie bądź odrzucenie strategii, a często biorą nawet udział w jej tworzeniu, czyli radni gminy, nie do końca orientują się w problemach i planach, które zostały w niej zawarte. O tym czy i jaką rolę przypisano agroturystyce w strategiach rozwoju badanych gmin wiedziało 58,8% ankietowanych. Odpowiedzi błędnej udzieliło 25,4% a 15,8% nie odpowiedziało wcale, co można utożsamiać z ich brakiem wiedzy na ten temat.

Zdarzało się także, że radni nie wiedzieli nawet o tym, że gmina w ogóle posiada opracowaną strategię rozwoju lokalnego. Można więc w takiej sytuacji postawić pytanie: jaki sens ma opracowywanie strategii, skoro dla wielu samorządowych decydentów jej zawartość, a co gorsze istnienie ma niewielkie znaczenie.

W większości strategii rozwoju lokalnego agroturystyka uwzględniona była dość różnorodnie. Między innymi:

- postrzegano ją jako szansę aktywizacji gospodarczej obszaru wiejskiego, a przede wszystkim jako formę przedsiębiorczości na wsi i możliwość uzyskania dodatkowego dochodu dla rodzin rolniczych;
- rozważano rozwój agroturystyki tylko przez pryzmat inwentaryzacji istniejącej bazy noclegowo-gastronomicznej, niezbędnych działań promocyjnych, a także jako potrzebę doskonalenia się i podnoszenia kwalifikacji przez osoby przyjmujące turystów;
- uwzględniano ją jako element wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich poprawiający życie mieszkańców wsi;

---

<sup>1</sup> Badania zostały przeprowadzone w 2005 roku wśród radnych w 25-ciu wybranych gminach województwa wielkopolskiego. Zastosowano w nich metodę analizy treści konkretnych dokumentów urzędowych, jakimi były strategie rozwoju badanych gmin oraz przeprowadzono wywiady niesformalizowane z radnymi i pracownikami administracyjnymi urzędów gmin. Zob. J. Sikora, M. Karczewska, Agroturystyka w strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego gmin, w: Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, Samorząd, Współpraca (red.) A. Rapacz, Jelenia Góra 2006, s. 309.

- dopisywano agroturystykę w strategii rozwoju gminy jako element analizy SWOT, która dodatkowo miała służyć realizacji innych celów strategicznych lub operacyjnych władz gminy, np. promocji, możliwości kontynuowania szkoleń, proekologicznemu rozwojowi gminy; rzadziej rozwój agroturystyki był celem samym w sobie;
- ogólnie w strategiach brakowało kompleksowego spojrzenia na agroturystykę np. przez podkreślenie wpływu infrastruktury turystycznej i paraturystycznej gminy na tworzenie lokalnego markowego produktu turystycznego opartego na bazie gospodarstw agroturystycznych.

Powyższe przykłady wskazują, że miejsce turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki w strategiach rozwoju gmin nie jest dokładnie określone i przemyślane. Bywa tak, że agroturystyka występuje w nich, jako swoisty „dodatek” do innych działań, uwzględniana jest przy tzw. „okazji”, lub widziana bywa jako „moda”, bowiem jest na czasie.

### **Rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki**

W rozwoju agroturystyki, oprócz samorządu terytorialnego ważną rolę przypisuje się działalności stowarzyszeń agroturystycznych, które można uważać za swoisty przykład samorządu gospodarczego.<sup>2</sup>

Stowarzyszenia agroturystyczne to celowe, odpowiednio zorganizowane organizacje skupiające właścicieli gospodarstw agroturystycznych działające na gruncie ustawy o stowarzyszeniach.

Traktując stowarzyszenia agroturystyczne jako przejaw samorządu gospodarczego, ma się na myśli nie tylko jako odrębną instytucję prawną, oraz osobny układ norm prawnych (ustawę o stowarzyszeniach), ale również pewien program działania grupy społeczno-zawodowej danej branży. Stąd też podstawą samorządu gospodarczego jest nie tylko ogół przedstawicieli przedsiębiorstw danej branży (gospodarstw agroturystycznych), lecz także zbiorowość społeczna oparta na pewnej więzi duchowej; zbiorowość, która reprezentuje w życiu społeczno-ekonomicznym wartości ekonomiczne, cywilizacyjne i moralne. Inaczej mówiąc, jest to zorganizowana zbiorowość konkretnej branży na zasadach przedstawicielstwa wspólnych grupowych i osobistych interesów ekonomiczno-zawodowych osób należących do określonej kategorii społecznej.

Samorząd gospodarczy różni się od samorządu terytorialnego tym, że ten ostatni łączy (organizuje) ogół mieszkańców pewnego obszaru bez względu na ich osobiste interesy. Natomiast samorząd gospodarczy zrzesza określone kategorie

<sup>2</sup> Ogólnie przyjęto, iż samorząd gospodarczy w danej branży tworzą izby gospodarcze, a w branży rolniczej izby rolnicze. W swoich zainteresowaniach problematyką rolnictwa izby rolnicze bardzo mało poświęcają uwagi działalności agroturystycznej. Stąd w obronie własnych interesów, dla swojej promocji, w celu umacniania swojej pozycji na rynku, właściciele gospodarstw agroturystycznych organizują się w odpowiednie stowarzyszenia i działają na podstawie ustawy o stowarzyszeniach.

osób, biorąc pod uwagę przede wszystkim ich kwalifikacje i odpowiadające im interesy ekonomiczne. Kryterium zamieszkania, choć istotne, znajduje się w tym przypadku na drugim planie.

Samorząd gospodarczy ma zatem wiele możliwości oddziaływania na swych członków w celu lepszego ich przystosowania do warunków gospodarki rynkowej, jak również – w ich imieniu – kształtowania warunków prawnych, ekonomicznych, finansowych i organizacyjnych, sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości agroturystycznej.

Wzajemna wymiana doświadczeń, szkolenia, seminaria i kursy, system doradztwa, informacja gospodarcza, pomoc w promowaniu, nawiązywaniu kontaktów i poszukiwaniu rynków zbytu – to tylko niektóre formy pracy samorządu gospodarczego, służące rozwijaniu osobowości przedsiębiorcy i pomyslności firmy.

Szczególnie istotną cechą, warunkującą skuteczność funkcjonowania samorządu gospodarczego, jest tworzenie przyjaznego klimatu wokół przedsiębiorcy. Innymi słowy – samorząd gospodarczy powinien dostrzegać i umacniać podmiotowość swych członków względem środowiska i jego otoczenia zewnętrznego. Zwłaszcza teraz, kiedy ludzie dostrzegli w warunkach demokracji możliwość względnie swobodnego działania, decydowania samemu o swoich sprawach. Ograniczanie zasmakowanych swobód może spowodować naturalne reakcje w postaci niechęci do samoorganizacji, do działań w grupie, do współpracy z innymi na ekonomicznej i innej płaszczyźnie.<sup>3</sup>

Powstawanie stowarzyszeń rolniczych uwzględniających agroturystykę w Polsce zapoczątkowane było w 1991 roku przez Suwalską Izbę Rolniczo-Turystyczną. Natomiast pierwszym zarejestrowanym stowarzyszeniem rolników i mieszkańców wsi oferujących nową formę wypoczynku – agroturystykę było powołane w 1993 r. Gdańskie Stowarzyszenie Agroturystyki. Nowopowstającej organizacji pomocą merytoryczną służyli pracownicy Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Gdańsku pozyskując do współpracy 53 członków założycieli, tworząc statut i logo stowarzyszenia. Priorytetem działalności jego członków jest podnoszenie jakości usług w gospodarstwach agroturystycznych według standardów europejskich.

Głównym zadaniem członków stowarzyszeń agroturystycznych jest promocja prowadzonej działalności oraz skuteczna współpraca z władzami samorządowymi na szczeblu lokalnym. Szczegółowe zadania stowarzyszeń agroturystycznych to:

- integracja środowiska właścicieli gospodarstw agroturystycznych i ochrona interesów członków stowarzyszeń;
- uruchomienie aktywności lokalnej społeczności;

---

<sup>3</sup> Cz. Glinkowski, J. Sikora, Miejsce samorządu gospodarczego w polskiej gospodarce rynkowej, w: Restrukturyzacja a przemiany rynkowe w gospodarce, (red. Cz. Glinkowski), Poznań 2006, s. 236.



- współpraca między gospodarstwami w zakresie promocji i marketingu;
- wymiana doświadczeń, wiedzy i umiejętności;
- doskonalenie jakości i różnorodności oferty usług;
- inicjowanie przedsięwzięć inwestycyjnych w regionie;
- ochrona środowiska naturalnego;
- stworzenie lokalnego lobby reprezentującego interesy branży na szczeblu lokalnym i ponadlokalnym;
- umacnianie tożsamości regionalnej, popularyzacja tradycji historycznej regionu.

Większość stowarzyszeń agroturystycznych aktywnie uczestniczy w dyskusji nad kierunkami rozwoju oraz strategiami lokalnymi, włącza się w inicjatywy na rzecz przyszłości małych ojczyzn, zabiega konsekwentnie o pomoc organizacyjną i finansową ze strony gmin, powiatu. Znajomość lokalnych gospodarczo-społecznych problemów pozwala na wspólne wytyczanie działań priorytetowych i najlepszych dla miejscowej społeczności, zgodnie z hasłem w „jedności siła”.

Z działających w 2005 roku w Polsce około 130 stowarzyszeń agroturystycznych, blisko 60 z nich jest zrzeszonych w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, powstałej w 1996 roku. Federacja posiada własne logo i tworzy markę produktu turystycznego na wsi. Współpracuje z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwem Gospodarki, Ośrodkami Doradztwa Rolniczego, Polską Organizacją Turystyczną, Forum Aktywizacji Obszarów Wiejskich, Sejmem RP i innymi instytucjami działającymi na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej.

Celem Federacji jest ujednoczenie jakości usług agroturystycznych, popularyzacja i promocja polskiej agroturystyki i turystyki wiejskiej w kraju i za granicą. W 1997 roku Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” przystąpiła do Europejskiej Federacji Stowarzyszeń ds. Urlop w Wiejskiej Zagrodzie, oraz do Turystyki na Terenach Wiejskich „EUROGITIS”.

Z przeprowadzonych badań w gminach wiejskich województwa wielkopolskiego<sup>4</sup> wynika, iż nie zawsze stowarzyszenia agroturystyczne spełniają oczekiwania swoich członków. W przeważającej większości, badani oczekiwali od stowarzyszeń prowadzenia efektywnej i taniej promocji (70,5%) oraz doradztwa w zakresie działalności agroturystycznej (54,1%). Znaczący procent (34,4%) członków stowarzyszeń oczekiwał reprezentowania przez nich interesów rolników w kontaktach z przedstawicielami lokalnych władz samorządowych. Badani członkowie stowarzyszeń agroturystycznych nastawieni byli na wymianę

---

<sup>4</sup> Przeprowadzone w 2005 roku badania empiryczne za pomocą ankiety i wywiadu niesformalizowanego dotyczyły rolników zrzeszonych w stowarzyszeniach agroturystycznych. Zob. M. Karczewska, Rola samorządów lokalnych i organizacji pozarządowych w rozwoju agroturystyki (na przykładzie Wielkopolski). Praca doktorska, SGGW, Warszawa 2006.

doświadczeń między właścicielami gospodarstw agroturystycznych, na współpracę informacyjną z innymi stowarzyszeniami, co mogłoby przyczynić się do podniesienia kwalifikacji w zakresie obsługi turystycznej gości (11,5%).

Warto też zwrócić uwagę, że część właścicieli gospodarstw agroturystycznych (18,0%) przystępując do stowarzyszenia traktowała je jako swoisty samorząd gospodarczy dbający również o etykę zawodową i rzetelne postępowanie swoich członków. Oczekiwania te w znacznej części się spełniły. Ponieważ dużo zadowolonych było z takich form działalności stowarzyszenia, jak: dostępność informacji ułatwiających prowadzenie działalności agroturystycznej (57,4%); udzielanie pomocy doradczej w zakresie agroturystyki (39,3%); oraz prowadzenie dobrze zorganizowanej promocji usług agroturystycznych (32,8%).

Z kolei niezadowolenie z przynależności do stowarzyszenia agroturystycznego wynikało przeważnie z małej aktywności stowarzyszeń w współpracy z innymi stowarzyszeniami i władzami lokalnymi (29,5%); z braku odpowiednich propozycji stowarzyszenia zachęcających ludzi do włączenia się do wspólnych działań (23,0%); z dbałości o własny, prywatny interes władz stowarzyszenia i wybranych członków (19,7%); oraz z wysokich składek członkowskich (9,8%).

Niezależnie od mankamentów w funkcjonowaniu stowarzyszeń agroturystycznych, badani podkreślali, iż organizacje te są istotnym podmiotem wspierającym przedsiębiorczość agroturystyczną na wsi. I choć przynależność do stowarzyszeń agroturystycznych jest dobrowolna, to i tak w celu podkreślenia ich roli w środowisku wiejskim, ponad połowa (54,1%) badanych opowiedziała się za obowiązkowym zrzeszaniem się właścicieli gospodarstw agroturystycznych w stowarzyszeniu. Obligatoryjna przynależność do stowarzyszenia agroturystycznego, zdaniem jego członków, dałaby większą szansę podnoszenia jakości świadczonych usług agroturystycznych i możliwość większego zadbania o cele agroturystyki na obszarach wiejskich.

Oprócz solidarnych działań w stowarzyszeniach, jak w każdym środowisku, zdarzają się konflikty interesów, kontrowersyjne pomysły, postawy roszczeniowe, niejednakowy wkład pracy. W efekcie sytuacje te często prowadzą do zmniejszenia aktywności liderów stowarzyszeń agroturystycznych, wrogości członków i zaniechania działalności.

### **Podsumowanie i wnioski**

Działalność coraz większej liczby stowarzyszeń agroturystycznych w Polsce jest czynnikiem dynamizującym i umacniającym agroturystykę. Bowiem stowarzyszeniom o mniejszym obszarze oddziaływania łatwiej koncentrować się na współpracy z właściwymi samorządami gminnymi, uczestniczyć w kreowaniu wspólnej polityki rozwoju, łatwiej konsultować lokalne inwestycje, zabiegać

o środki finansowe, podsumowywać zrealizowane przedsięwzięcia i planować następne.

Jednakże należy uwzględnić, że zbyt duża liczba stowarzyszeń agroturystycznych nie zawsze sprzyja działaniom usprawniającym, a nawet przy braku współpracy może je hamować, zwłaszcza w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej i lokalnej oraz poszerzania produktu agroturystycznego. Duża liczba stowarzyszeń utrudnia koordynację działań związanych z systemem informacji i promocji, z rozwojem nowych produktów turystycznych.<sup>5</sup> Sprzyja występowaniu partykularnych interesów.

Zdaniem A.P. Wiatraka należałoby zastanowić się nad tworzeniem związków stowarzyszeń agroturystycznych lub łączeniem je w organizmy, które będą zdolne do tworzenia programów rozwoju turystyki wiejskiej i włączania się do tworzenia strategii turystyki w gminie lub związkach gmin. Chodzi tutaj o zwiększenie siły oddziaływania, mocy przetargowej stowarzyszeń i ich członków, które będą prowadziły do powstania i wykorzystania efektu synergicznego. Ważne jest to szczególnie w kontaktach z klientem oraz z władzą lokalną i regionalną.<sup>6</sup> Nadal w tym zakresie w Polsce często brakuje takiej współpracy w przekroju różnych instytucji, stowarzyszeń agroturystycznych i kwaterodawców. Wynika to, jak zauważa A.P. Wiatrak, z braku jednoznacznej polityki państwa dotyczącej agroturystyki, doradztwa i szkoleń w tym zakresie, małego zainteresowania tymi zagadnieniami wielu gmin i powiatów oraz braku integracji i ukierunkowania działań przez różne podmioty zajmujące się agroturystyką. Nie bez znaczenia jest również spora doza nieufności w stosunku do innych podmiotów ze strony kwaterodawców oraz brak współpracy stowarzyszeń agroturystycznych i brak współpracy gmin agroturystycznych.<sup>7</sup>

Niezależnie od pozytywnych i negatywnych ocen działalności stowarzyszeń agroturystycznych, jako jednych z zespołowych form gospodarowania na wsi, warto podkreślić, iż właśnie one są często jedynymi organizacjami pozarządowymi w środowisku lokalnym.

Władze gmin zainteresowane rozwojem agroturystyki na swoim terenie powinny je postrzegać i wspierać. Konieczne też byłoby opracowanie całościowych koncepcji strategicznych rozwoju turystycznego gminy lub sąsiedzkich gmin oraz tworzenie lokalnych markowych produktów turystycznych, w których realizację zaangażowani byłiby oprócz samorządów terytorialnych także rolnicy – właściciele gospodarstw agroturystycznych i stowarzyszenia agroturystyczne.

---

<sup>5</sup> A.P. Wiatrak, Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju, w: Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii, Kraków 2003, s. 14.

<sup>6</sup> Tamże, s. 15.

<sup>7</sup> Tamże, s. 15.

## Literatura

- Glinkowski Cz., Sikora J., Miejsce samorządu gospodarczego w polskiej gospodarce rynkowej, w: Restrukturyzacja a przemiany rynkowe w gospodarce (red. Cz. Glinkowski), Wydawnictwo Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.
- Karczevska M., Rola samorządów lokalnych i organizacji pozarządowych w rozwoju agroturystyki (na przykładzie Wielkopolski). Praca doktorska, SGGW, Warszawa 2006.
- Sikora J., Karczevska M., Agroturystyka w strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego gminy, w: Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, samorząd, współpraca (red. A. Rapacz), Wydawnictwo Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Jelenia Góra 2006.
- Wiatrak A.P., Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju. w: Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii, Wydawnictwo Naukowe Akademii Rolniczej w Krakowie, Kraków 2003.

## Streszczenie

Artykuł zawiera teoretyczno-empiryczną charakterystykę zagadnień dotyczących roli samorządu terytorialnego, szczególnie gminnego i samorządu gospodarczego w postaci stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki. Zwrócono uwagę na potrzebę uwzględniania agroturystyki w lokalnych strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego gminy. Na potrzebę współuczestniczenia w tworzeniu tych strategii stowarzyszeń agroturystycznych.

Podstawą napisania artykułu była analiza literatury tematu oraz analiza wyników badań empirycznych przeprowadzonych w wybranych gminach wiejskich Wielkopolski.

## Summary

The article contains a theoretical-empirical characteristics of issues concerning the part of a local self-government, especially a district self-government and an economic self-government in the form of agrotouristical associations in development of agrotourism.

Attention was paid to the need of taking into consideration of agrotourism in local strategies of social-economic development of a district, the need of co-participation in creation of these strategies of agrotouristical associations.

The basis for writing this article was an analysis of literature related to the subject and an analysis of results of empirical researches conducted in selected rural communities of Wielkopolska.

**Anna Sammel**

Katedra Hodowli Ptaków Użytkowych i Ozdobnych  
Akademia Rolnicza, Szczecin

## **Stowarzyszenia agroturystyczne wspierające rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki w województwie zachodniopomorskim**

### **Wstęp**

Województwo zachodniopomorskie ze względu na położenie i walory krajoznawcze, wypoczynkowo-rekreacyjne oraz specjalistyczne jest miejscem o dużym potencjale do rozwoju różnych rodzajów turystyki, chętnie odwiedzanym przez turystów krajowych i zagranicznych. Biorąc pod uwagę warunki naturalne oraz zagospodarowanie turystyczne można wyodrębnić na tym terenie cztery obszary szczególnie ważne dla rozwoju i funkcjonowania turystyki, do których zalicza się: pas nadmorski, pas pojezierzy, dolinę i obszar ujścia Odry oraz tzw. obszary pozostałe (lasy i tereny rolnicze)<sup>1</sup>. Według danych z 2006 roku województwo zachodniopomorskie oferowało 108.797 miejsc noclegowych w 850 obiektach (363 to obiekty całoroczne – 42,7% ogółu), z czego 50.531 miejsc znajdowało się w 350 ośrodkach czasowych (41,2% wszystkich obiektów noclegowych udostępnionych turystom). Duży potencjał rozwojowy na Pomorzu Zachodnim posiada także turystyka uzdrowiskowa (w 2006 roku istniało 48 zakładów uzdrowiskowych), która rozwija się w oparciu o pokłady borowiny i źródła solankowe (Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Świnoujście, Kamień Pomorski)<sup>1</sup>.

Na obszarze województwa zachodniopomorskiego, które w odniesieniu do 12 gmin nadmorskich (185. kilometrowy odcinek wybrzeża morskiego) i pojeziernych (pojezierza zajmują 35% obszaru województwa) jest dość dobrze zagospodarowane dla potrzeb ruchu turystyczno-rekreacyjnego od wielu lat intensywnie rozwija się również turystyka wiejska i agroturystyka. Liczba obiektów oferujących tego typu wypoczynek na obszarach wiejskich obejmuje już ponad 500 gospodarstw i systematycznie się zwiększa.

Baza gastronomiczna, która wraz z bazą noclegową jest ważnym elementem zagospodarowania turystycznego obejmowała w 2006 roku 456 placówek gastronomicznych i 124 restauracje. Niestety brak jest nadal charakterystycznych dla regionu potraw – dominują dania kuchni polskiej, włoskiej, chińskiej

---

<sup>1</sup> Rocznik statystyczny województwa zachodniopomorskiego, Urząd Statystyczny, Szczecin 2006, t.1.

i wegetariańskiej a w okresie letnim potrawy z grilla. Bardziej urozmaiconą ofertę kulinarną oferują obiekty agroturystyczne<sup>2</sup>.

Województwo zachodniopomorskie ze względu na przygraniczne położenie jest nie tylko terenem atrakcyjnym dla potrzeb ruchu turystyczno-rekreacyjnego, ale również obszarem tranzytowym (12.739km dróg publicznych o twardej nawierzchni i 22 przejścia graniczne (8 morskich, 9 drogowych, 3 rzeczne, 1 kolejowe i 1 lotnicze)<sup>3</sup>.

### **Turystyka wiejska i agroturystyka w województwie zachodniopomorskim**

Województwo zachodniopomorskie charakteryzuje się wysoką jakością walorów turystycznych, głównie naturalnych zlokalizowanych przede wszystkim na obszarach wiejskich<sup>4</sup>. Od wielu lat rozwija się tu również turystyka wiejska i agroturystyka. Najwięcej obiektów znajduje się w pasie nadmorskim (powiaty: kamieński, koszaliński i sławieński) i na pojezierzach (powiaty: drawski i choszczeński), natomiast jest ich mniej w okolicach ujścia Odry i na pozostałym obszarze województwa. Słaby rozwój tej formy turystyki występuje w powiatach: pyrzyckim, myśliborskim, świdwińskim i kołobrzeskim<sup>5</sup>. Działalność agroturystyczna nie jest dotychczas prowadzona w powiecie białogardzkim. Rozwój tej formy wypoczynku i rekreacji w województwie zachodniopomorskim nie odbywa się, zatem równomiernie w odniesieniu do wszystkich powiatów zlokalizowanych w jego obrębie i jest zdeterminowany przez różnorodne uwarunkowania, wśród których najważniejsze to:

- walory – ich rozmieszczenie i przystosowanie dla potrzeb ruchu turystycznego,
- stan środowiska i troska o jego jakość,
- ukształtowanie powierzchni, klimat,
- zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne terenu,
- infrastruktura,
- oferta gospodarstw agroturystycznych,
- zainteresowanie i wsparcie ze strony władz różnego szczebla,
- skuteczna promocja i marketing,
- aktywność własna osób prowadzących obiekty turystyczne na obszarach wiejskich,
- wsparcie ze strony instytucji (ośrodki doradztwa rolniczego, uczelnie itp.),
- działalność lokalnych liderów,

---

<sup>2</sup> K. Klementowski: Baza gastronomiczna w Polsce i jej struktura w 2000 roku, Instytut Turystyki, Warszawa 2001.

<sup>3</sup> Rocznik statystyczny województwa zachodniopomorskiego, Urząd Statystyczny, Szczecin 2006, t. 1.

<sup>4</sup> H. Legienis Powiaty i gminy zagrożone strukturalnym bezrobociem, Instytut Turystyki, Warszawa 2000.

<sup>5</sup> Dane dotyczące stanu rozwoju agroturystyki w województwie zachodniopomorskim uzyskano w trakcie badań terenowych prowadzonych w latach 2001-2003. W 2007 roku zostały one zaktualizowane.

- możliwość pozyskania dodatkowego wsparcia finansowego np. ze środków UE,
- działalność stowarzyszeń agroturystycznych.

Wraz ze wzrostem zainteresowania wypoczynkiem na wsi rosną wymagania potencjalnych klientów w stosunku do jakości oferowanych im usług. Jednocześnie nasila się konkurencja i szansę na dalsze funkcjonowanie będą miały tylko te obiekty, które przedstawią najciekawsze jakościowo i cenowo produkty. Na dzisiejszym etapie rozwoju gospodarki turystycznej o sukcesie lokalnej oferty agroturystycznej decyduje, bowiem m.in. profesjonalizm badań rynku, przygotowanie kompleksowej oferty dla poszczególnych jego segmentów oraz sposób jej prezentowania, promowania i dystrybucji. Dużą rolę mogą spełnić stowarzyszenia agroturystyczne, które jako dobrowolne organizacje skupiające rolników i inne osoby zainteresowane rozwojem turystyki wiejskiej i agroturystyki powinny w większym lub mniejszym zakresie podejmować następujące działania:

- doskonalić zawodowo w zakresie np. przedsiębiorczości,
- brać udział w badaniach rynku turystycznego,
- kontrolować jakość kwater,
- publikować wydawnictwa reklamowe,
- wspierać rozwój lokalnej infrastruktury oraz kultury materialnej i duchowej,
- współpracować z ośrodkami naukowymi, władzami różnego szczebla oraz biurami turystycznymi,
- utrzymywać kontakt z mediami<sup>6</sup>.

Obecnie na terenie województwa zachodniopomorskiego zarejestrowanych jest 10 stowarzyszeń agroturystycznych, które w różnym zakresie realizują swoje cele wynikające m.in. z założeń statutowych (tabela 1).

Tabela 1. Stowarzyszenia agroturystyczne działające w województwie zachodniopomorskim

Nazwa stowarzyszenia	Rok rejestracji	Liczba obiektów związanych z turystyką wiejską	
		ogółem	w tym skategoryzowane
Bałtyckie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Naćmierz)	2003	30	11 (kategoryzacja odbędzie się w lipcu 2007 roku)
Barwickie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Barwice)	2000	7	-
Czaplineckie Gospodarstwa Agroturystyczne CzaGA (Czaplinek)	2000	19	-

<sup>6</sup> L. Strzębicki, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki Polsce. Materiały z ogólnopolskiej konferencji naukowo-metodycznej pt. Agroturystyka w społeczno-ekonomicznym rozwoju środowiska wiejskiego, Biała Podlaska 1997.

1	2	3	4
Drawieńskie Stowarzyszenie Agroturystyki (Drawno)	2000	17	-
Koszalińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne KOSA (Sarbinowo)	1996	33	12
Nadmorskie Stowarzyszenie Agroturystyczne „STRZECHA” (Łącko)	2000	9	-
Pelczyckie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Pelczyce)	1999	Brak zrzeszonych członków	
Stowarzyszenie Agroturystyczne „WIATRAK” (Nowogard)	2000	5	-
Stowarzyszenie Agroturystyczne Ziemi Darłowskiej „ZAGRODA” (Darłowo)	2003	43	-
Szczecińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Brzózki)	1995	74	25
Ogółem		237	37

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych w stowarzyszeniach agroturystycznych funkcjonujących w województwie zachodniopomorskim (stan na 30 czerwca 2007 roku).

Analizując dane zawarte w tabeli 1 stwierdza się, że 237 właścicieli gospodarstw agroturystycznych i innych obiektów związanych z turystyką wiejską (spośród ponad 500 tego typu obiektów działających ogółem) deklaruje przynależność do istniejących w województwie zachodniopomorskim stowarzyszeń. Na podstawie przeprowadzonych rozmów z ich prezesami wiadomo również, że istnieje duża grupa osób związanych w różnym zakresie z turystyką wiejską i agroturystyką, które biorą udział w spotkaniach organizowanych przez tego typu organizacje, ale nie chcą przynależeć do nich formalnie. Stan taki może wynikać z niechęci ludzi do zrzeszania się w organizacjach formalnych, braku lokalnych liderów – animatorów życia społeczności wiejskiej oraz mało efektywnej działalności już istniejących stowarzyszeń. Dodatkowo 2 osoby – nie ujęte w powyższym zestawieniu tabelarycznym są członkami ECEAT – Poland. Są obiekty zlokalizowane w Rzystnowie (gmina Przybiernów) oraz we wsi Biała (gmina Dobrzany).

Analizując liczebność poszczególnych stowarzyszeń widać, że jest ona bardzo zróżnicowana – od 5 (Stowarzyszenie Agroturystyczne „WIATRAK”) do 74 obiektów (Szczecińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne). Znaczna jest również liczba działających obecnie na terenie województwa stowarzyszeń (obszar województwa to 22 896 km<sup>2</sup>). Planowano także w 2000 roku założenie kolejnego stowarzyszenia – Wolińskiego (lub Wolińsko-Kamińskiego), które jednak nie zostało formalnie zarejestrowane. Aktualne rozmieszczenie stowarzyszeń



agroturystycznych funkcjonujących w województwie zachodniopomorskim przedstawiono na rysunku 1.



Rysunek 1. Rozmieszczenie stowarzyszeń agroturystycznych funkcjonujących w województwie zachodniopomorskim  
Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z informacji zamieszczonych na rysunku 1 widać, że istniejące obecnie stowarzyszenia agroturystyczne w województwie zachodniopomorskim zlokalizowane są w większości w obrębie obszarów dobrze zagospodarowanych dla potrzeb ruchu turystyczno-rekreacyjnego, na których intensywnie rozwija się również turystyka wiejska i agroturystyka (obszary nadmorskie i pojezierza). Wyjątkiem jest tylko Pełczyckie Stowarzyszeniem Agroturystycznym, które przestaje prowadzić działalność i nie zrzesza już żadnych członków.

Aktywność poszczególnych stowarzyszeń jest bardzo zróżnicowana. Najprężniej działają obecnie 4 stowarzyszenia: Szczecińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne (mające siedzibę w Brzózkach, gmina Nowe Warpno, a wcześniej

w Łobzie, które zrzesza członków z całego województwa), oraz mniejsze organizacje o charakterze lokalnym: Koszalińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne „KOSA” (Sarbinowo), Stowarzyszenie Ziemi Darłowskiej „ZAGRODA” (Darłowo) i Bałtyckie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Naćmierz).

Celem działających stowarzyszeń jest m.in.

- wspieranie rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki,
- działania na rzecz infrastruktury niezbędnej do prawidłowego funkcjonowania turystyki wiejskiej,
- integracja środowiska wiejskiego i podmiotów świadczących usługi agroturystyczne,
- tworzenie produktów agroturystycznych,
- gromadzenie i udostępnianie informacji turystycznej,
- propagowanie metod i sposobów produkcji zdrowej żywności,
- promocja i reklama wyrobów rękodzieła artystycznego,
- podnoszenie poziomu zawodowego i kulturalnego społeczności wiejskiej (działalność oświatowa),
- działania marketingowe i promocyjne,
- propagowanie i pomoc w realizacji różnych form pomocy finansowej,
- ochrona środowiska naturalnego,
- ochrona i reprezentowanie interesów członków stowarzyszenia oraz współpraca z innymi organizacjami<sup>7</sup>.

Powyższe cele przyjęte i zapisane w statutach przez zarejestrowane w województwie zachodniopomorskim stowarzyszenia są w różnym zakresie realizowane poprzez:

- współpracę z krajowymi stowarzyszeniami turystycznymi i agroturystycznymi,
- współdziałanie z instytucjami i organizacjami, których działanie wspiera funkcjonowanie stowarzyszeń (urzędy, ośrodki doradztwa rolniczego (Bonin i Barzkowice), szkoły, uczelnie, itp.),
- prowadzenie działalności szkoleniowej i doradczej,
- organizowanie seminariów i konferencji (m.in. ogólnopolska konferencja „Kształtowanie produktu turystyki wiejskiej w aspekcie rynkowym i środowiskowym”, która została zorganizowana przez Koszalińskie Stowarzyszenie Agroturystyczne KOSA w dniach 19 – 21 września 2002 roku w Sarbinowie),
- działalność wydawniczą i reklamową (katalogi, foldery, mapy, broszury),
- propagowanie i wdrażanie alternatywnych źródeł energii, upraw ekologicznych i innych działań na rzecz ochrony środowiska,
- przygotowywanie wniosków o dofinansowanie prowadzonej działalności,

---

<sup>7</sup>[www.powiat.szczecinek.pl](http://www.powiat.szczecinek.pl); [www.agroturystyka.jaroslawiec.pl](http://www.agroturystyka.jaroslawiec.pl); [www.wakacje.agro.pl/strzecha](http://www.wakacje.agro.pl/strzecha); [www.agrourlop.pl](http://www.agrourlop.pl)

- współpracę z biurami turystycznymi w kraju i za granicą w celu propagowania turystyki wiejskiej,
- organizowanie wystaw, zjazdów i spotkań o charakterze kulturalno – oświatowym i rekreacyjnym,
- propagowanie kultury fizycznej i sportu,
- pomoc socjalną (np. wyprawki szkolne dla dzieci z najuboższych rodzin – Barwickie Stowarzyszenie Agroturystyczne),
- propagowanie i przeprowadzanie kategoryzacji obiektów noclegowych na obszarach wiejskich, której celem jest zachowanie odpowiedniego standardu i stałe podnoszenie jakości świadczonych usług (w województwie zachodniopomorskim coraz mniej gospodarstw chce poddać się kategoryzacji ze względu na zbyt wysokie koszty z tym związane),
- wspieranie rozwoju turystyki i bazy rekreacyjno – wypoczynkowej regionu,
- wspieranie i finansowanie inicjatyw społecznych oraz samorządowych wpływających na rozwój lokalny i zmniejszenie bezrobocia,
- wspieranie i finansowanie programów badawczych mogących dostarczyć wiedzy na temat zjawisk społecznych i ekonomicznych (w zakresie oświaty, kultury, ochrony środowiska, ochrony zdrowia, pomocy społecznej),
- wspieranie i finansowanie przedsięwzięć podejmowanych przez placówki prowadzące działalność kulturalną, naukową, oświatową, działalność dotyczącą ochrony zdrowia i pomocy społecznej oraz rehabilitacji (Barwickie Stowarzyszenie Agroturystyczne zrealizowało m.in. projekt „Szansa dla Ciebie – szansą dla innych” w ramach wygranego konkursu „Nasz sposób na biedę” w 2001 rok; w 2002 roku stowarzyszenie zajęło pierwsze miejsce w Konkursie na Najciekawszy Projekt Aktywizacji Społeczeństw Wiejskich: Grupy Partnerskie na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju – w ramach projektu zrealizowanego we współpracy z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska zostały wyremontowane cztery przedwojenne piece chlebowe, co pozwoliło na kontynuację tradycji wypieku chleba i otrzymanie certyfikatu i marki lokalnej na chleb wiejski wypiekany w gospodarstwach zrzeszonych w stowarzyszeniu)<sup>8</sup>.

### **Podsumowanie**

W województwie zachodniopomorskim intensywnie rozwija się ruch turystyczny i związane z nim różne rodzaje turystyki. Obok typowej turystyki wypoczynkowej, rekreacyjnej i aktywnej funkcjonuje również turystyka wiejska i agroturystyka, które zyskują coraz większą liczbę zainteresowanych nią klientów.

---

<sup>8</sup> [www.powiat.szczecinek.pl](http://www.powiat.szczecinek.pl); [www.agroturystyka.jaroslawiec.pl](http://www.agroturystyka.jaroslawiec.pl); [www.wakacje.agro.pl/strzecha](http://www.wakacje.agro.pl/strzecha); [www.agrourlop.pl](http://www.agrourlop.pl)

Zostało to również dostrzeżone przez organizacje zajmujące się turystyką i władze województwa, co znajduje potwierdzenie w różnego rodzaju dokumentach (m.in. Strategia rozwoju turystyki w województwie zachodniopomorskim do roku 2015, Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Warszawa-Szczecin-Koszalin 2005/20006; Strategia rozwoju województwa zachodniopomorskiego do roku 2015, Sejmik Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin 2000).

Duże znaczenie w propagowaniu wypoczynku i rekreacji na obszarach wiejskich, co zgodne jest również z zasadami zrównoważonego rozwoju i ma wpływ na wielofunkcyjny rozwój tych terenów ma działalność stowarzyszeń agroturystycznych. Obecnie w województwie zachodniopomorskim funkcjonuje ich aż 10, ale nie wszystkie w jednakowym zakresie realizują swoje cele statutowe. Należy, zatem przypuszczać, że liczba stowarzyszeń w najbliższych latach może ulec zmniejszeniu – pozostaną te najprężniej działające natomiast, mniejsze zawieszą swoją działalność.

### **Literatura**

- Klementowski K.: Baza gastronomiczna w Polsce i jej struktura w 2000 roku, Instytut Turystyki, Warszawa 2001.
- Legienis H.: Powiaty i gminy zagrożone strukturalnym bezrobociem, Instytut Turystyki, Warszawa 2000.
- Rocznik statystyczny województwa zachodniopomorskiego, Urząd Statystyczny, Szczecin 2006, t.1.
- Strategia rozwoju turystyki w województwie zachodniopomorskim do roku 2015, Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Warszawa – Szczecin – Koszalin 2005/20006.
- Strategia rozwoju województwa zachodniopomorskiego do roku 2015, Sejmik Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin 2000.
- Strzębicki L.: Uwarunkowania rozwoju agroturystyki Polsce. Materiały z ogólnopolskiej konferencji naukowo – metodycznej pt. Agroturystyka w społeczno – ekonomicznym rozwoju środowiska wiejskiego, Biała Podlaska 1997.
- [www.agroturystyka.jaroslawiec.pl](http://www.agroturystyka.jaroslawiec.pl)
- [www.agrourop.pl](http://www.agrourop.pl)
- [www.powiat.szczecinek.pl](http://www.powiat.szczecinek.pl)
- [www.wakacje.agro.pl/strzecha](http://www.wakacje.agro.pl/strzecha)

### **Streszczenie**

Województwo zachodniopomorskie to jeden z najczystszych i najpiękniejszych regionów Polski: 185km czystych plaż, duże kompleksy leśne, liczne jeziora, Zalew Szczeciński z portami i przystaniami żeglarskimi, uzdrowiska i dogodne połączenia komunikacyjne stwarzają dobre warunki do uprawiania żeglarstwa, wioślarstwa, turystyki jeździeckiej, krajoznawczej i agroturystyki. Wraz ze wzrostem zainteresowania wypoczynkiem na wsi rosną wymagania potencjalnych klientów w stosunku do jakości oferowanych im usług. Dużą rolę mogą spełnić stowarzyszenia agroturystyczne. Ich działalność ma charakter społeczny, ale odgrywają one istotną rolę we

wspieraniu idei turystyki wiejskiej i agroturystyki wśród mieszkańców wsi i miast. Stowarzyszenia współpracują również z lokalnymi władzami. Organizują różnego rodzaju szkolenia, które ułatwiają rolnikom rozpoczęcie i prowadzenie tego typu działalności. Obecnie na terenie województwa zachodniopomorskiego zarejestrowanych jest 10 stowarzyszeń agroturystycznych.

### **Summary**

The West Pomeranian province is the most beautiful and the cleanest region of Poland: 185km length of clear and sandy beaches, forests, numerous lakes, Zalew Szczeciński with the ports, marinas, spas. Here can also go sailing, canoe, tour and agro-tourism. Alongside with development of interest rest in the country grows in requirements of potential customers in relation to quality offered them of services. The large part can fulfill rural tourism associations. Theirs activity have social character, but they fulfill essential part in support of idea of rural and agro-tourism among tenants of villages and cities. Associations co-operate also with the local faculty. Associations organize different kind trainings, which facilitate farmers beginning and leadership of this type of activity. At present into the West Pomeranian province registered is 10 rural tourism associations.

**Anna J. Parzonko**

**Anna Sieczko**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Doradztwo turystyczne w Polsce**

### **Wstęp**

Wiek XX w historii ludzkości zapoczątkował czas niespotykanych i intensywnych zmian. Objęły one wszystkie dziedziny życia społecznego i gospodarczego, w tym także turystykę.

Pomimo, że turystyka towarzyszyła człowiekowi od początku jego dziejów to współcześnie zatraciła swój elitarny charakter, stając się zjawiskiem masowym i dynamicznym. Obecnie uważana jest za prorozwojową dziedzinę gospodarki zarówno w skali globalnej, jak i regionalnej. Z roku na rok rosną wpływy z turystyki międzynarodowej. Na świecie wyniosły one w 2005 r. 680 miliardów USD. Według prognoz UNWTO szacuje się, iż 2020 roku, wpływy z turystyki będą wynosiły 2 biliony dolarów<sup>1</sup>. Wpływy z gospodarki turystycznej w światowym PKB wynosiły w 2005 r. 10%.

Również w Polsce turystyka począwszy od lat 90. XX wieku uczestniczy we wzroście makroekonomicznym Polski. W 2006 roku łączne przychody dewizowe z turystyki wyniosły około 7 187 mln USD, z czego 3 447 mln (tj. 48%) to wpływy od turystów, pozostała zaś część – od odwiedzających jednodniowych<sup>2</sup>. Szacuje się, że do roku 2013, wpływy te wynosić będą 11,2 mln USD, z czego 6,3 mln to wpływy od turystów, a reszta od odwiedzających jednodniowych<sup>3</sup>. Wpływy z gospodarki turystycznej w polskim PKB wynoszą 5,6%<sup>4</sup>.

W strukturze podmiotowej przemysłu turystycznego w Polsce dominują mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. Takie przedsiębiorstwa charakteryzują się szczególną i wiodącą rolą właściciela, która umieszcza go na szczególnej pozycji w przedsiębiorstwie, zarówno jako właściciela, jak i menedżera. Wyróżniają się one specyficznym sposobem finansowania, wykorzystującym głównie kapitał własny lub rodzinny, w mniejszym zaś stopniu kredyty czy pożyczki. Przedsiębiorstwa te są bardzo blisko rynku, a pomimo tego właściciele nie prowadzą szczegółowych badań otoczenia rynkowego, ze względu na brak czasu, środków finansowych czy

---

<sup>1</sup> [www.intur.com.pl/trendy.htm](http://www.intur.com.pl/trendy.htm)

<sup>2</sup> [www.intur.com.pl/wydatki.htm#przychody](http://www.intur.com.pl/wydatki.htm#przychody)

<sup>3</sup> [/www.intur.com.pl/prognozy.htm#prog2](http://www.intur.com.pl/prognozy.htm#prog2)

<sup>4</sup> według szacunków Instytutu Turystyki

umiejętności. Mimo że czynniki ograniczające oraz stymulujące rozwój mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce są monitorowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorstw to jednak ze względu na specyfikę sektora turystycznego potrzebna jest szeroka i różnorodna wiedza specjalistyczna, bez której rentowność przedsiębiorstwa jest utrudniona. Dlatego wydaje się zasadne, aby właściciele przedsiębiorstw turystycznych w pełni zaczęli korzystać z usług podmiotów będących na rynku, specjalizujących się w turystyce a prowadzących działalność doradczą.

### **Cele i zadania doradztwa turystycznego**

W problematyce doradztwa, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i praktycznym podejmowane zagadnienia wydają się być czymś naturalnym i powszechnym. Podobnie jest z doradztwem w zakresie turystyki. Tak jak turystyka, czyli czasowa zmiana miejsca pobytu człowieka wynikająca z motywów poznawczych, rekreacyjnych lub wypoczynkowych w czasie wolnym od pracy i nauki, jest czymś odwiecznym, znanym od zawsze tak samo doradztwo, jest czymś nierozdzielnie związanym z historią cywilizacji. Człowiek od zarania dziejów, jako istota rozumna i społeczna odczuwał potrzebę zdobywania (w różny, co prawda sposób – poprzez doświadczenie czy pozyskiwanie informacji od innych) nowej wiedzy ułatwiającej jego funkcjonowanie w środowisku, podejmowanie skutecznych działań.

Historia rozwoju ludzkości i różnych cywilizacji dowodzi, że czynność radzenia, udzielania porad istniała od zawsze. Różne były tylko jej formy. Pierwowzoru doradcy możemy upatrywać w starożytnych filozofach greckich czy rzymskich kapłanach, wodzach plemiennych, szamanach, myślicielach, czyli w tych postaciach, które obserwując życie codzienne ludzi ich przeżycia, oceniając ich doświadczenia potrafili wyciągać wnioski i przekazywać kolejnym osobom i kolejnym pokoleniom.

Współcześnie człowiek również często znajduje się w sytuacji niepewności zmuszającej go do dokonywania wyborów, podejmowania działań trudnych do oceny pod względem ich właściwości, skuteczności i bezpieczeństwa. W takich sytuacjach niezbędna okazuje się pomoc fachowa wyposażająca decydenta w:

- wiedzę niezbędną do podejmowania nowych wyzwań,
- informacje, które wpływają w dużym stopniu na skuteczność podejmowanych działań i
- umiejętności konieczne do tego, aby tę wiedzę i posiadane informacje móc wykorzystać w praktyce.

Poziom specjalizacji w każdej sferze życia wymaga ciągłego uzupełniania własnych kompetencji, nawet przez osoby najbardziej wykwalifikowane i będące specjalistami w swojej dziedzinie. Sytuacja taka doprowadziła do ukształtowania

się kategorii doradców wyspecjalizowanych w uzupełnianiu wiedzy i umiejętności osób zajmujących się zawodowo określonymi zagadnieniami<sup>5</sup>. Również w rozwijającej się i ciągle zmieniającej turystyce doradztwo staje się niezbędnym jej elementem.

Doradztwo turystyczne rozumiane jest jako świadoma, zorganizowana pomoc w zakresie realizowania różnorodnych przedsięwzięć turystycznych, takich jak: przygotowanie zagospodarowania turystycznego, tworzenie i funkcjonowanie biur podróży, gospodarstw agroturystycznych, turystycznej bazy noclegowej, organizacji ruchu turystycznego, kreowaniu produktu turystycznego itp., realizowana przez niezależnych ekspertów lub specjalistów zatrudnionych w firmach czy organizacjach funkcjonujących w branży turystycznej lub w jej otoczeniu.

Celem nadrzędnym doradztwa turystycznego powinno być wyposażenie osób podejmujących się działalności w zakresie organizacji usług turystycznych bądź już je realizujących w niezbędną wiedzę i umiejętności tak, aby mogły one podejmować i praktycznie realizować samodzielne, racjonalne decyzje w zakresie swej działalności. Warto przy tym zwrócić uwagę, że na kwalifikacje tych osób składać powinno się to wszystko, co decyduje o umiejętnościach i wiedzy oraz o sferze motywacyjnej do pracy. W obszarze usług turystycznych powinny nabierać znaczenia umiejętności umożliwiające współdziałanie na arenie międzykulturowej. Jednocześnie, co wynika z istoty działalności doradczej, doradztwo turystyczne powinno mieć na celu również:

1/ pomoc w diagnozie, ocenie zaistniałej sytuacji problemowej i zaproponowanie możliwych wariantów jej rozwiązania przy wykorzystaniu wiedzy i doświadczeń zarówno doradcy jak i osoby radzącej się. Istotnym zagadnieniem jest sama sytuacja doradcza, która przez większość osób odbierana jest jako trudna, stresująca, a niekiedy nawet wstydliva;

2/ przekazywanie osobom, które znajdują się w sytuacji problemowej, bądź mogą się w niej znaleźć niezbędnej wiedzy i umiejętności, dzięki którym będą mogli sami napotykać ich trudności pokonywać.

Formułując w ten sposób cele doradztwa turystycznego, zakłada się, że jest to działalność realizowana nie tylko przez indywidualnych ekspertów, ale że jest to działalność o charakterze instytucjonalnym o znacznie szerszym zasięgu. Wtedy dopiero możliwa będzie realizacja wszystkich nakładanych na poradnictwo funkcji, to jest:

1/ *funkcji edukacyjnej* rozumianej jako przekazywanie wiedzy niezbędnej do prawidłowego funkcjonowania podmiotów turystycznych w otoczeniu gospodarczym oraz kształtowanie umiejętności wykorzystywanie tej wiedzy w działalności praktycznej. Funkcja ta realizowana jest zarówno samorząd

---

<sup>5</sup> S. Zawisza: Procesy komunikowania w doradztwie. Teoria i badania empiryczne, Wydaw. Uczelniane ATR w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2003, s. 5.



terytorialny, jak i inne instytucje i organizacje, takie jak ośrodki doradztwa rolniczego, wyspecjalizowane organizacje turystyczne, instytucje naukowe itp. Wykorzystywane są tu różnorodne pozaszkolne formy edukacji zawodowej, spośród których najpowszechniejsze są szkolenia i kursy. Szczególną formą oświaty dorosłych są studia podyplomowe organizowane przez uczelnie i instytuty naukowe, które umożliwiają zdobywanie nowych lub podwyższanie posiadanych kwalifikacji i uprawnień;

2/ *funkcji upowszechnieniowej* polegającej na przedstawianiu nowości w danej dziedzinie i pomocy w ich wdrażaniu. Takim przykładem w turystyce może być podjęta na początku lat 90. przez ośrodki doradztwa rolniczego inicjatywa rozpowszechnienia idei gospodarstw agroturystycznych i aktywna pomoc przy ich powstawaniu czy też upowszechnianie podstaw zarządzania jakością w turystyce;

3/ *funkcji informacyjnej*, której realizacja zapewnia osobom podejmującym działalność gospodarczą w obszarze turystyki dostęp do informacji np. prawnych, organizacyjnych itp.

Poprzez realizację tych funkcji doradztwo nabiera charakteru działalności systemowej.

Skuteczność działań doradczych w dużej mierze zależy od kompetencji i stopnia wyspecjalizowania osób zajmujących się udzielaniem porad. Oczywiście jest, że wiedza dzięki której możliwa jest skuteczna działalność doradcza jest przedmiotem refleksji różnych dyscyplin naukowych. Podstawowym źródłem jest wiedza teoretyczna wypracowana przez myślicieli i badaczy będących przedstawicielami starszych i dojrzałych dyscyplin naukowych, takich jak: 1/socjologia dostarczająca wiedzy na temat społecznych uwarunkowań poradnictwa, 2/psychologia wprowadzająca w tajniki osobowości człowieka, jego procesów motywacyjnych, sposobów podejmowania decyzji, 3/pedagogika i andragogika wyposażająca doradztwo w system podstawowych form, metod i środków oddziaływania na drugiego człowieka czy prakseologia starająca się wyjaśnić tajniki racjonalności i skuteczności ludzkich zachowań i działań. Doradztwo, aby móc w sposób jak najbardziej wszechstronny wspierać radami swoich klientów musi także uwzględniać wyniki badań przeprowadzanych w dyscyplinach pokrewnych, ale niezbędnych dla prawidłowego funkcjonowania w warunkach konkurencyjnej gospodarki. Dlatego więc osoby świadczące usługi z zakresu doradztwa turystycznego powinny posiadać też wiedzę, m.in. z zakresu ekonomiki turystyki, organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, marketingu usług turystycznych, uregulowań prawnych w turystyce, finansowania inwestycji turystycznych czy szeroko pojmowanej organizacji ruchu turystycznego. Jednym z zadań doradztwa turystycznego powinno być opracowywanie analiz, prognoz zmian na rynku usług turystycznych oraz wskazywanie optymalnych wariantów ułatwiających wybór kierunków podejmowanych działalności w zakresie usług turystycznych.

Zadania, jakie stawiane są przed doradztwem turystycznym wskazują na potrzebę realizowania działań doradczych, oczywiście w różnym zakresie, przez różne instytucje i organizacje. W Polsce problematyką wspierania inicjatyw w zakresie rozwoju turystyki zajmują się zarówno instytucje na szczeblu państwowym, samorządowym, jak i lokalnym.

### **Instytucjonalne formy doradztwa turystycznego**

W Polsce, chcąc korzystać z usług doradczych konieczne jest zorientowanie się, które instytucje takie usługi świadczą. Niestety nie ma jednej instytucji w której możliwa by była pomoc w tak szerokim zakresie w jakim potrzebna jest ona podmiotom turystycznym. Poniżej przedstawiono instytucje świadczące taką pomoc.

#### *Administracja rządowa*

Od 23 lipca 2007 roku w strukturach Ministerstwa Sportu i Turystyki znalazł się Departament Turystyki. Zajmuje się sprawami zagospodarowania turystycznego kraju, mechanizmami regulacji rynku turystycznego. W zakresie działalności doradczej zlecane są szkolenia dla osób prowadzących działalność turystyczną, w tym również działalność w zakresie turystyki wiejskiej.

Organem administracji rządowej w województwach jest wojewoda. Realizuje on powierzone mu zadania przy pomocy urzędów wojewódzkich. W strukturach urzędów wojewódzkich wydziałami odpowiedzialnymi za kierowanie działem administracji rządowej w zakresie turystyki są wydziały rozwoju regionalnego<sup>6</sup>.

#### *Samorząd terytorialny*

Władze samorządowe są rzeczywistymi gospodarzami terenu. To od ich sprawności działania w dużej mierze zależy rozwój gminy i w konsekwencji rozwój turystyki na jej terenie. Mają wpływ na obszar bezpośrednio związany z turystyką np. na zagospodarowanie turystyczne, jak również na sferę pośrednio z nią związaną jednak mającą duże znaczenie dla jej rozwoju np. na stan infrastruktury zarówno technicznej, jak i społecznej. Samorząd kształtuje rozwój przedsiębiorczości na swoim terenie. Wspiera rozwój mikro, małych i średnich przedsiębiorstw nie tylko przez odpowiedni plan zagospodarowania przestrzennego, ale również poprzez działalność doradczą, która może przybierać bardzo różne formy, takie jak „okienka przedsiębiorczości”, inkubatory przedsiębiorczości, ośrodki szkoleniowo- doradcze, fundusze pożyczkowe i kredytowe. Samorząd odpowiada za działalność informacyjną i promocyjną.

---

<sup>6</sup> Butowski L.: Organizacja turystyki w Polsce. Wyd. Wyższej Szkoły Społecznej w Lublinie, Lublin 2004, s. 33-34.

Formy działalności doradczej w zakresie turystyki a będące w gestii samorządów lokalnych mogą przejawiać się przez:

- biura działalności turystycznej przy urzędzie gminy lub miasta i gminy,
- jednostki prawne o charakterze publicznym zarządzające i odpowiadające za turystykę (np. gminny lub międzygminny związek turystyczny, stowarzyszenia agroturystyczne),
- konsorcja turystyczne obejmujące kilka sąsiednich gmin,
- spółki z udziałem skarbu gminy preferujące rozwój turystyki,
- lokale i pomieszczenia wynajmowane na kursy i szkolenia branży turystycznej<sup>7</sup>.

#### *Ośrodki doradztwa rolniczego*

Centrum Doradztwa Rolniczego ma swoją siedzibę w Brwinowie wraz z trzema Oddziałami w Krakowie, Poznaniu i Radomiu. Jednostkami doradztwa rolniczego (oprócz Centrum Doradztwa Rolniczego) jest szesnaście Wojewódzkich Ośrodków Doradztwa Rolniczego (WODR). Ich zasięg terytorialny obejmuje obszar województwa właściwego ze względu na siedzibę tego ośrodka. Każdy WODR ma swoje oddziały w poszczególnych regionach województwa.

Szczególnie ważną rolę w działalności szkoleniowo-doradczej z zakresu turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki odgrywa Centrum Doradztwa Rolniczego Oddział w Krakowie. Praca doradców terenowych na rzecz rozwoju tego rodzaju turystyki od samego początku wspomagana była edukacyjnie przez pracowników Centrum. Od 1992 roku Centrum rozpoczęło cykl szkoleń dla doradców ośrodków doradztwa rolniczego z całego kraju na temat uruchamiania i rozwijania działalności agroturystycznej na wsi. Przygotowało również strategię szkoleniową przewidzianą na cztery poziomy kształcenia. Pierwszy wprowadzający, adresowany do osób zamierzających rozpocząć działalność turystyczną; drugi – kurs podstawowy dla początkujących kwaterodawców; trzeci kurs dla zawansowanych, którzy ukończyli kurs podstawowy, czwarty to ustawiczne doskonalenie zawodowe, składające się z niezależnych modułów dotyczących problemów pojawiających się wraz z rozwojem działalności turystycznej na wsi. Dodatkowo został opracowany projekt (obecnie wdrażany w całej Polsce przez PFTW “G.G.”) systemu kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej. Ważną formą działalności doradczej Centrum jest organizowanie ogólnopolskich sympozjów agroturystycznych stanowiących forum prezentacji wyników badań prowadzonych w różnych ośrodkach naukowych. Tematyka sympozjum koncentruje się na najważniejszych problemach istotnych dla rozwoju agroturystyki w Polsce<sup>8</sup>.

Obecnie w Polsce doradztwem w zakresie agroturystyki zajmują się właściwie wszystkie ośrodki doradcze, z tym, że osobne stanowiska specjalistów

<sup>7</sup> J. Sikora: Organizacja ruchu turystycznego na wsi. WSiP, Warszawa 1999, s. 238.

<sup>8</sup> I. Sikorska – Wołak: Doradztwo rolnicze w stymulowaniu rozwoju agroturystyki.[w:] Kwestia agrarna w Polsce i na świecie. Wyd. SGGW, Warszawa, 2005, s. 796-798.

i doradców terenowych ds. agroturystyki i aktywizacji obszarów wiejskich zostały utworzone w niektórych ośrodkach doradztwa rolniczego. Prowadzą one działalność szkoleniowo- doradczą taką jak:

- organizacja kursów, szkoleń, pokazów dla rolników i bezrobotnych podejmujących działalność agroturystyczną oraz udoskonalających swoją bazę wypoczynkowo-rekreacyjną,
- udzielanie konsultacji w zakresie przygotowania i wyposażenia gospodarstwa, jego estetyki, warunków sanitarnych, żywienia, kalkulacji kosztów oraz przepisów obowiązujących w agroturystyce,
- promocja usług agroturystycznych prowadzonych przez rolników,
- nawiązanie współpracy z lokalnymi zrzeszeniami agroturystycznymi<sup>9</sup>.

Doradztwo udzielane kwaterodawcom przez ośrodki doradztwa rolniczego często wykracza poza tematykę ekonomiczno-technologiczną. Istotne stają się elementy, wśród których znajduje się konieczność zachowania i przekazywania młodszemu pokoleniu dziedzictwa kulturowego polskiej wsi. Próba ukazania własnej odrębności kulturowej, na którą składają się przede wszystkim takie wartości, jak: wiejskie tradycje, rękodzielnictwo, budownictwo i folklor, służą integracji społeczności lokalnych, ich aktywizacji i przeobrażeniom, które zachodzą na polskiej wsi.

#### *Wyspecjalizowane organizacje turystyczne*

*Polska Organizacja Turystyczna* (POT) prowadzi wszechstronne działania na rzecz promocji i rozwoju turystyki polskiej w kraju i zagranicą. Głównym jej zadaniem jest wzmacnianie wizerunku Polski. Współpracuje z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi. Efektem tej współpracy są licznie organizowane imprezy promujące wśród krajowych i zagranicznych turystów regiony, miasta i poszczególne lokalne produkty turystyczne. Wspólnie organizowane są także stoiska na targach, konkursy, seminaria i konferencje. W ramach działalności doradczej POT prowadzi badania i analizy z zakresu turystyki, jak również działalność szkoleniową m.in. z zakresu prawodawstwa, zorganizowania punktu informacji turystycznej, znakowania dróg znakami turystycznymi<sup>10</sup>.

Odpowiednikami POT na poziomie województw są Regionalne Organizacje Turystyczne (ROT-y), a na poziomie miast i gmin Lokalne Organizacje Turystyczne (LOT-y). Są partnerami dla Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie koordynowania krajowego systemu informacji turystycznej oraz promocji regionalnej za granicą. Jednak są to autonomiczne organizacje prowadzące współpracę pomiędzy samorządem lokalnym a branżą turystyczną.

---

<sup>9</sup> Tamże, s. 241

<sup>10</sup> [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl)

*Polska Agencja Rozwoju Turystyki (PART)* jest największą i najstarszą w Polsce grupą świadcząca usługi doradcze i finansowe w zakresie inwestycji turystycznych. Zgodnie ze swoim statutem jej celem działania jest uczestniczenie w tworzeniu i realizacji projektów i programów wspierających rozwój infrastruktury przemysłu turystycznego oraz wspomaganie rozwoju już istniejących i nowopowstających przedsiębiorstw turystycznych w Polsce. W tym zakresie współdziała ona z organami władzy i administracji państwowej oraz samorządem gospodarczym przy realizacji polityki rządu.

Działalność PART obejmuje:

- działalność konsultingową w zakresie kreowania polskich marek turystycznych, opracowywania strategii rozwoju produktów turystycznych, biznesplanów i studiów wykonalności;
- działalność wydawniczą;
- działalność inwestycyjną;
- pośrednictwo inwestycyjne i finansowe - wyszukiwanie źródeł finansowania projektów, kojarzenie partnerów w celu realizacji inwestycji;
- doradztwo w zakresie organizacji, budowy strategii; kompleksową obsługę inwestorów polegającą na doradztwie prawnym, finansowym oraz poszukiwaniu lokalizacji pod inwestycje turystyczne<sup>11</sup>.

#### *Stowarzyszenia turystyczne*

Ważnym ogniwem świadczącym usługi doradcze są stowarzyszenia turystyczne. W niniejszym opracowaniu uwaga skupiona będzie tylko na najważniejszych dla agroturystyki i turystyki wiejskiej. Jednym z nich jest *Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”* (PFTW “G.G.”). Jest ona organizacją o zasięgu krajowym, skupiającą 53 lokalne i regionalne stowarzyszenia, których celem jest rozwój turystyki i agroturystyki na terenach ich działania. PFTW “G.G.” jest właścicielem systemu kategoryzacji Wiejskiej Bazy Noclegowej. Jej celem jest podnoszenie jakości świadczonych usług, ujednoczenie oznakowania obiektów (Federacja posiada własne logo) oraz udzielenie rekomendacji uprawniającej do zamieszczania oferty w materiałach reklamowych Federacji. Co roku Federacja w ramach realizowanych projektów przeprowadza szereg szkoleń dla właścicieli kwater agroturystycznych<sup>12</sup>. W ramach działalności doradczej prowadzone są analizy rynku turystyki wiejskiej, wykłady, szkolenia, odczyty, seminaria, wystawy, spotkania dyskusyjne, itp.

Stowarzyszenia agroturystyczne są lokalnymi lub regionalnymi organizacjami grupującymi rolników świadczących usługi turystyczne w swoich gospodarstwach. Reprezentują one interesy swoich członków oraz prowadzą działalność szkoleniową i doradczą w organizowaniu agroturystyki i turystyki

---

<sup>11</sup> <http://part.com.pl>

<sup>12</sup> [www.agroturystyka.pl](http://www.agroturystyka.pl)

wiejskiej, poprawy jej efektywności, promocji wypoczynku na wsi, aktywizacji społeczności wiejskich, działań na rzecz ochrony środowiska, walorów kulturowych terenów wiejskich itp.

#### *Samorząd gospodarczy*

*Polska Izba Turystyki* (PIT) jest największą ogólnopolską organizacją samorządu gospodarczego przemysłu turystycznego. Jej celem jest silny lobbing na rzecz rozwoju przemysłu turystycznego w Polsce, ale przede wszystkim ochrona interesów branży turystycznej. Działalność Polskiej Izby Turystyki jest wielokierunkowa. Najważniejszym zadaniem Izby jest reprezentowanie interesów gospodarczych firm zrzeszonych w PIT. Dbanie o rozwój polskiego przemysłu turystycznego, jego konkurencyjność na rynkach zagranicznych, upowszechnianie nowoczesnych technologii znajdujących zastosowanie w turystyce oraz zasad etyki w działalności biznesowej, Działania Izby skierowane są na ochronę interesów polskich biur podróży przed nadmierną konkurencją zagranicznych firm turystycznych mających swoje przedstawicielstwa na rynku polskim. Od 1995 roku wszystkim firmom zrzeszonym w Izbie PIT przyznaje na jeden rok certyfikat ze znakiem logo objętym ochroną Urzędu Patentowego. Certyfikat uznany został przez klientów za synonim solidności handlowej, profesjonalnie przygotowanej oferty i realizacji usług na wysokim poziomie. Logo PIT stanowiące dużą wartość handlową, chronione jest przez wszystkich członków Izby solidnością, rzetelnością, dobrym i konkurencyjnym produktem turystycznym, aby używany przez biura na ich papierach firmowych, w ogłoszeniach i reklamach był wskazówką trafnego wyboru dla klientów<sup>13</sup>.

Regionalne izby turystyczne podobnie jak PIT, są organizacjami samorządu gospodarczego, reprezentującymi interesy zrzeszonych w nich poszczególnych członków. Ograniczają one jednak terytorialny zakres swojej działalności do poszczególnych regionów, w granicach których funkcjonują. Prowadzą podobną działalność doradczą jak PIT.

#### *Instytucje naukowe*

*Instytut Turystyki* jest jedyną w Polsce jednostką badawczo-rozwojową prowadzącą interdyscyplinarne, kompleksowe badania w zakresie turystyki. Instytut świadczy pomoc doradczą w zakresie planowania rozwoju turystyki oraz infrastruktury turystycznej na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym. Instytut przygotowuje programy i projekty rozwojowe gospodarki turystycznej w województwach i gminach, wykonuje analizy i studia w zakresie marketingu i promocji oraz infrastruktury turystycznej i inwestycji turystycznych. Bada ruch turystyczny na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym oraz wykonuje jego

---

<sup>13</sup> [www.pit.org.pl](http://www.pit.org.pl)

prognozy. Instytut Turystyki monitoruje i wykonuje zadania badawcze dotyczące rozwoju kadr na potrzeby gospodarki turystycznej. Zajmuje się upowszechnianiem wyników prac naukowo-badawczych między innymi poprzez kwartalnik naukowy „*Problemy Turystyki*” i rocznik „*Turystyka Polska*”, w którym zawarte są podstawowe dane dotyczące sektora turystyki w Polsce na tle międzynarodowym. Publikuje również pozycje książkowe z różnych dziedzin wiedzy związanych z turystyką<sup>14</sup>.

Akademickie jednostki badawcze, prowadzą badania naukowe z zakresu turystyki z różnych dyscyplin naukowych związanych z turystyką: z geografii, rozwoju regionalnego, ekonomii, zarządzania, marketingu, prawa, kultury fizycznej, psychologii i socjologii. W Polsce funkcjonuje 325 niepaństwowych uczelni i wyższych szkół zawodowych oraz 118 szkół państwowych kształcących na kierunkach turystycznych<sup>15</sup>. Uczelnie, które prowadzą badania z zakresu turystyki prowadzą działalność doradczą i upowszechnieniową.

#### *Projekty szkoleniowe finansowane z Unii Europejskiej*

Największym projektem szkoleniowo - doradczym finansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego jest projekt „Turystyka - wspólna sprawa” Jego pomysłodawcą jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Jest to projekt ogólnopolski, powstały po to, aby wyrównywać szanse rozwoju turystyki we wszystkich 16 regionach. Skala projektu jest duża, jego budżet wynosi 62 mln złotych, skierowany został do 10 tys. uczestników, obejmuje 30 tys. godzin szkoleń i doradztwa. Skorzystać z niego mogą zarówno przedsiębiorcy, jak i przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pracodawców i przedsiębiorców. Głównym celem projektu jest poprawa konkurencyjności branży oraz podniesienie kwalifikacji osób zatrudnionych w turystyce. Służy temu innowacyjny program szkoleń, realizowany w ramach trzech komponentów:

Komponent 1 „Współpraca sieciowa” – obejmuje cykl nowatorskich szkoleń na temat tworzenia, rozwijania i promowania markowych produktów turystycznych w formule sieciowej, tj. w ścisłej współpracy partnerów działających na danym terenie;

Komponent 2 „Zarządzanie turystyką” – obejmuje cykl pionierskich na polskim rynku szkoleń na temat zarządzania produktem i przedsiębiorstwem turystycznym, których celem jest dostarczenie wiedzy i kształtowania umiejętności menedżerów oraz podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników (szkolenia zawodowe);

Komponent 3 „Języki obce” – obejmuje naukę czterech języków: angielskiego, niemieckiego,

---

<sup>14</sup> <http://www.intur.com.pl>

<sup>15</sup> M. Okoniewska: Wybieraj z głową. [w:] Rynek Turystyczny nr 4(260). Wyd. ProMedia, Warszawa 2007, s.42.

francuskiego oraz rosyjskiego (szkolenia są przeznaczone wyłącznie dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą).

Szkoleniom towarzyszy profesjonalne doradztwo, prowadzone przez najlepszych ekspertów. Uczestnicy szkoleń mogą skorzystać z konsultacji indywidualnych lub grupowych w zakresie tematów omawianych na szkoleniach. Celem doradztwa jest wsparcie uczestników szkoleń m.in. w ubieganiu się o uzyskanie dofinansowania ze środków publicznych i komercyjnych na tworzenie i promocję sieciowych produktów turystycznych. Konsultacje są udzielane przez doświadczonych ekspertów od chwili rozpoczęcia szkolenia, aż do zakończenia projektu, prowadzone zarówno dla grup, jak i poszczególnych osób (co najmniej 20 godzin konsultacji dla grup partnerskich oraz co najmniej 2 godziny dla jednego uczestnika).

Szkolenia i doradztwo są dofinansowywane ze środków unijnych. Dla małych i średnich przedsiębiorstw poziom dofinansowania wynosi do 80%, dla dużych przedsiębiorstw do 60%. Dla przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pracodawców i przedsiębiorców szkolenia i doradztwo są bezpłatne<sup>16</sup>.

## **Podsumowanie**

Intensywny rozwój turystyki i wzrastające wpływy z gospodarki turystycznej w światowym PKB (również w Polsce) powoduje powstawanie coraz większej liczby podmiotów gospodarczych świadczących usługi w zakresie obsługi ruchu turystycznego. Wymusza to konieczność opracowywania analiz i prognoz zmian na rynku usług turystycznych oraz udostępnianie tych informacji osobom zainteresowanym. Równocześnie pojawia się potrzeba wspierania fachowymi poradami osób podejmujących się działalności gospodarczej w zakresie turystyki. Na polskim rynku funkcjonuje wiele instytucji i organizacji, które mają na celu m.in. działalność w zakresie doradztwa turystycznego. Są to instytucje zarówno o charakterze administracji rządowej i samorządowej, jak też o charakterze stowarzyszeń, fundacji itp.

## **Literatura**

Butowski L.: Organizacja turystyki w Polsce. Wyd. Wyższej Szkoły Społecznej w Lublinie, Lublin 2004.

Kargulowa A.: O teorii i praktyce poradnictwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.

Okoniewska M.: Wybieraj z głową. [w:] Rynek Turystyczny nr 4(260). Wyd. ProMedia, Warszawa 2007.

---

<sup>16</sup> <http://www.tws.org.pl>



- Sikora J.: Organizacja ruchu turystycznego na wsi. WSiP, Warszawa 1999.
- Sikorska – Wolak I.: Doradztwo rolnicze w stymulowaniu rozwoju agroturystyki.[w:] Kwestia agrarna w Polsce i na świecie. Wyd. SGGW, Warszawa, 2005.
- Wujek T. (red.): Wprowadzenie do andragogiki, Wydaw. Instytutu Technologii Eksploatacji, Warszawa 1996.
- Zawisza S.: Procesy komunikowania w doradztwie. Teoria i badania empiryczne, Wydaw. Uczelniane ATR w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2003.

### **Streszczenie**

W referacie przedstawiono podstawy teoretyczne doradztwa turystycznego. Jest to działalność która w chwili obecnej, w dobie intensywnego rozwoju turystyki w Polsce i świecie nabiera dużego znaczenia. Określono cele, funkcje doradztwa turystycznego oraz poddano analizie instytucje i organizacje, które poprzez swoją działalność wspierają szeroko pojmowany rozwój turystyki w Polsce. Przedstawione zostały również te działania, które kierowane są bezpośrednio do osób prowadzących działalność gospodarczą w zakresie usług turystycznych.

### **Summary**

Theoretical foundations of tourist consultancy are presented in the paper. It is the kind of activity which is becoming more and more important, given that tourism, both in Poland and abroad, is growing so rapidly. Objectives and functions of tourist consultancy are specified and institutions and organizations are analyzed which, through their activities, support the growth, broadly understood, of tourism in Poland. Also, activities are described that are directly aimed at persons who run businesses in the area of tourism.

**Agnieszka Werenowska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Możliwości wykorzystania narzędzi public relations (PR) w promowaniu oferty turystycznej**

### **Wstęp**

Zmiany społeczno – gospodarcze w Polsce doprowadziły do powstania nowych relacji we współczesnych demokracjach lokalnych. Sprawne funkcjonowanie i rozwój obszarów wiejskich wymaga ciągłej i niezakłóconej dwukierunkowej informacji na linii urząd – obywatel. Przejrzystość polityki informacyjnej wspomaga zarządzanie informacją o charakterze public relations. Do niedawna o PR mówiło się wyłącznie przy okazji kreacji wizerunków firm czy polityków. Przemysł turystyczny stanie się niedługo dominującym na rynkach światowej gospodarki należy się mu więc właściwa oprawa związana z przepływem informacji od usługodawcy do klienta.

Public Relations w branży turystycznej może uchodzić za modę lub snobizm. Tymczasem powinien być też swego rodzaju wygodą dla regionów, miast czy firm, która przynosi mniej lub bardziej wymierne korzyści<sup>1</sup>.

Społeczeństwo informacyjne dotarło wszędzie i dziś można mówić o potrzebie stosowania zróżnicowanych narzędzi public relations w pozytywnym kreowaniu wizerunku np. gminy lub regionu. Nie mniej ważna staje się promocja i szerokie komunikowanie związane z prezentacją ofert turystycznych.

Wykorzystanie narzędzi public relations daje wiele szans na wykreowanie wizerunku i wypromowanie zarówno jednostki organizacyjnej jak i pojedynczej osoby. Do szeregu narzędzi PR zewnętrznego najczęściej stosowanych przez firmy zalicza się między innymi: informacje promocyjne, sprawozdania, SIW(System Identyfikacji Wizualnej), plakaty, ulotki, foldery, gazetki, konferencje, witryny internetowe, imprezy firmowe, drzwi otwarte, sponsoring, prezentacje i wiele innych.

Wiele z nich z powodzeniem można i jak wykazują obserwacje są stosowane przez organy samorządowe do upowszechnień np. informacji o działalności i aktywności danej jednostki.

---

<sup>1</sup> M. Błasikiewicz-Tormanowska: Po co nam ten "piar"?  
[http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po\\_co\\_nam\\_ten\\_piar.html](http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po_co_nam_ten_piar.html)

## Pojęcie public relations (PR)

W literaturze obserwuje się niezliczoną wręcz liczbę definicji (PR). Z roku na rok ich liczba się pomnaża.

Najstarszą definicję public relations odnaleziono w Biblii w liście św. Pawła do hebrajczyków 13:16, w którym napisano: "O dobrych uczynkach i ich rozgłaszaniu nie zapominaj". Definicja stworzona przez Brytyjski Instytut Public Relations mówi, iż PR jest to przemyślane, planowe i systematyczne dążenie do wytworzenia, a następnie podtrzymania wzajemnego zrozumienia między organizacją a jej publicznością<sup>2</sup>. Ważnym jest aby pamiętać, że PR to przede wszystkim długofalowe i świadome działanie, mające na celu wykreowanie, utrzymanie lub odbudowanie wizerunku. Nie należy pomijać niezwykle ważnego elementu wręcz nieodzownego w sprawnej działalności PR a mianowicie efektywnej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

Public relations to komunikacja społeczna z otoczeniem instytucji. To nie tylko przekazywanie komunikatów, ale także tworzenie wspólnoty w trakcie i na skutek komunikowania. PR ma pomagać poszukującym. Studia nad rozwojem public relations mogą prowadzić do wniosku, iż całe zainteresowanie i popularność PR jest rezultatem ewolucyjnego charakteru społecznej komunikacji, dowodem ciągłego sondowania przez ludzi użytecznych informacji<sup>3</sup>.

Na potrzeby artykułu przyjęto definicję za W. Budzyńskim: public relations jest to planowa, ciągła i prowadzona z uwzględnieniem wyników systematycznych badań działalność, polegająca na przekazywaniu przez przedsiębiorstwo specjalnie przygotowanych w różnej formie informacji, w celu stworzenia w podmiotowym otoczeniu tego przedsiębiorstwa jego pożądanego obrazu, pozwalającego na lepsze zintegrowanie się z tym otoczeniem oraz ułatwiającego realizację podstawowych celów przedsiębiorstwa. Działalność ta może być prowadzona także przez inne organizacje, w tym nie nastawione na osiągnięcie zysku<sup>4</sup>.

## Wyznaczenie celów i określenie grup docelowych

Każde działanie promocyjne i nie tylko musi rozpocząć się od wyznaczenia celów działania. Również w przypadku promocji ofert turystycznych należy to uczynić.

Zazwyczaj wyznacza się trzy podstawowe cele komunikacyjne, a mianowicie stworzenie pozytywnego skojarzenia z usługą, poszerzenie świadomości oferty oraz samo wspieranie procesu sprzedażowego.

<sup>2</sup> D. Tworzydło: Public relations. Teoria i Studia przypadków. Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2005, s. 16.

<sup>3</sup> J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 26.

<sup>4</sup> W. Budzyński: Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy Wyd. poltext, Warszawa 2003, s.11.

Niezbędnym podczas działań PR jest ustalenie grup otoczenia, do których kieruje się komunikaty. W przypadku oferty turystycznej również jest to nieodzowna operacja. Analiza grup otoczenia często określana jest mianem audytu komunikacyjnego. Przy określonym celu komunikacyjnym wybierane są najistotniejsze grupy.

Najczęściej dokonuje się podziału na<sup>5</sup> :

- grupy bezpośrednie (czyli końcowy adresat przekazu komunikacyjnego): klienci indywidualni i hurtowi, poddostawcy, pracownicy, lokalna społeczność, władze samorządowe i centralne;

- grupy pośrednie (grupy, poprzez które przekaz ma trafić do końcowych grup odbiorców): media, organizacje branżowe, eksperci branżowi, instytucje badawcze specjalizujące się w danej branży, znane osoby (celebrities), liderzy opinii. Określenie grup docelowych jest niezbędnym elementem w procesie formułowania strategii public relations. Grupy otoczenia są wyznacznikiem wyboru odpowiednich narzędzi PR. Ponieważ w dzisiejszych czasach sama reklama już nie wystarcza dla skutecznego wypromowania i wykreowania potrzebne są zintegrowane instrumenty i podejście do komunikacji łącząc marketing, reklamę, promocję sprzedaży i właśnie public relations. Określenie grup docelowych umożliwia sformułowanie strategii. Usługodawcy muszą zastanowić się nad charakterem przeprowadzanych działań.

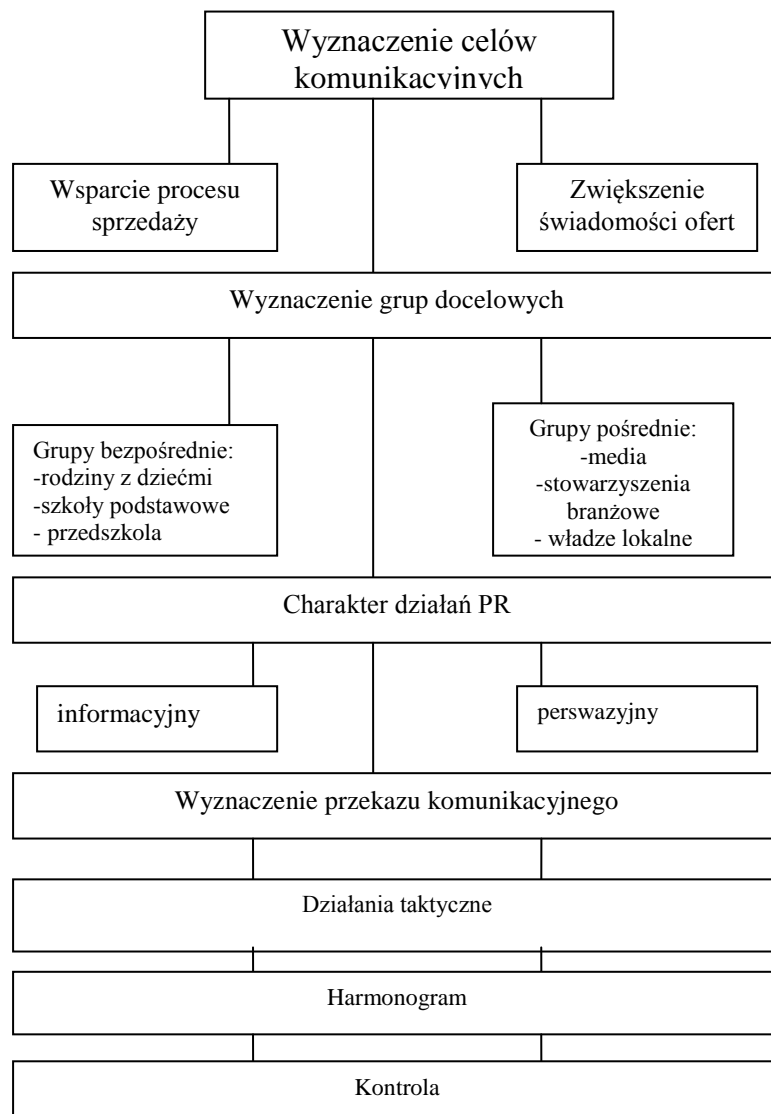
Czy będziemy informować, edukować, czy prowadzić działania o charakterze wizerunkowym, które polegają na tworzeniu emocjonalnych skojarzeń? Działania public relations mają charakter informacyjny praktycznie zawsze, perswazyjny również, ponieważ zawsze staramy się pokazać, jakie korzyści odniesie nasza grupa docelowa, jeśli da się nakłonić do określonego działania. Edukacja będzie konieczna, jeśli mamy do rozwiązania problem niskiej świadomości określonego zjawiska w grupach docelowych, ale też wtedy, gdy prowadzimy działania komunikacyjne dla zaawansowanych technologicznie produktów lub usług. Działania wizerunkowe mają miejsce wtedy, kiedy celem strategii jest wprowadzenie na rynek, umocnienie lub zmiana charakteru marki<sup>6</sup>.

### **Formułowanie strategii**

Stworzenie strategii nierozzerwalnie wiąże się z określeniem celu, grup docelowych i działań do zrealizowania [rys.1]. Istotnym z punktu widzenia wyznaczonych działań czyli np. informacyjnych i perswazyjnych jest wskazanie nośnych i bardzo łatwych w odbiorze komunikatów, które zapadałyby w pamięć ale również przekazywały istotną z punktu widzenia odbiorcy treść. Komunikat musi mieć ścisły związek z potrzebami odbiorcy usług turystycznych.

<sup>5</sup> A. Miotok: Przygotowywanie strategii PR: analiza grup otoczenia, cz. 1[w:] [www.proto.pl/artykuly](http://www.proto.pl/artykuly).

<sup>6</sup> Anna Miotok: Przygotowanie strategii PR: formułowanie strategii. [www.proto.pl](http://www.proto.pl)



Rysunek 1. Etapy tworzenia strategii dla usługodawcy oferty turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Miotok: Przygotowywanie strategii PR: analiza grup otoczenia, cz. 1 [w:] [www.proto.pl/artykuly](http://www.proto.pl/artykuly).

Anna Miotok: Przygotowanie strategii PR: formułowanie strategii. WWW. Proto.pl.

D. Tworzydło: Public relations. Teoria i Studia przypadków. Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2005.

J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Wyznaczając przykładowo jako jedną z grup docelowych rodzinę z dziećmi, należy sformułować przekaz trafiający do ich potrzeb np.: *Idealny wypoczynek dla*

*rodziny; Komfort i relaks, Edukacja i wypoczynki* itp. Wiele badań dotyczących turystyki wiejskiej, czy też agroturystyki podkreśla rolę i znaczenie z punktu widzenia edukacji dzieci, co można wykorzystać w rozwijaniu przekazu. W obliczu wyników badań uzyskanych przez Organizację Młodych Europejskich Rolników, z których wynika, iż wiele europejskich dzieci sądzi, że mleko pochodzi z fabryki, a kura ma cztery nogi, obranie tego kierunku w poszukiwaniach niszy rynkowej wydaje się bardzo trafne<sup>7</sup>.

Formułowanie przekazów wydaje się być rzeczą prostą. W rzeczywistości wymaga dużej wyobraźni i umiejętnego rozwijania tego przekazu. Niejednokrotnie po opracowaniu strategii okazuje się, że niektóre z jej elementów wymagają korekty, nie należy więc zbytnio przywiązywać się do wcześniej obranych strategii i poszczególnych rozwiązań.

Wytyczenie strategii wiąże się z określeniem taktyki, czyli konkretnych działań i wykorzystanie narzędzi public relations. Wskazanie grup docelowych w trakcie formułowania strategii wyznacza również określenie taktyki dla każdej grupy z osobna. Tworzenie taktyki wymaga od twórców spisania różnych narzędzi tzw. brainstorming<sup>8</sup>, a w późniejszym etapie ich konstruktywna krytyka. Spisanie wszystkich pomysłów kończy się ich wstępną wyceną. Usługodawca musi mieć świadomość kosztów, które poniesie w trakcie realizacji strategii.

Wśród narzędzi można wymienić całą gamę i wybrać te które będą po pierwsze najlepiej pasowały do potrzeb danej strategii, po drugie będą realne do zastosowania. Ponieważ oferta usługodawcy związanego z turystyką wiejską lub agroturystyką nierozzerwalnie wiąże się również z promocją i przynależnością do określonej gminy można ten związek wykorzystać. Współpraca pomiędzy gminą i usługodawcami wydaje się być nieoceniona i nieodzowna, jeśli obie strony pragną zostać zauważone w otoczeniu zewnętrznym. Pamiętać należy, że część grup docelowych w obydwu przypadkach będzie się pokrywać.

Główne funkcje public relations w promocji gminy i jej wizerunku to:

- kreowanie i upowszechnianie wizerunku;
- emitowanie informacji i środowisku społecznym i ekonomicznym gminy i jej zasobach;
- kształtowanie więzi między władze i mieszkańcami;
- wspomaganie sprzedaży produktów regionalnych;
- identyfikowanie cech i walorów gminy służących jej wyróżnieniu;

---

<sup>7</sup> S. Graja, A. Spychała: Gospodarstwa agroturystyczne jako miejsce edukacji dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym[w:] Turystyka wiejska a edukacja. Różne poziomy, różne wymiaru. Wyd. Akademii Rolniczej im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań 2007, s. 173.

<sup>8</sup>Brainstorming (burza mózgów): metoda grupowego atakowania problemów, opracowana przez A. Osborna; ma charakter sesji, podczas której uczestniczące w niej osoby zgłaszają wszystkie nasuwające się im pomysły rozwiązania problemu, powstrzymując się od ich wartościowania (zasada odroczonej oceny); pobudza i ułatwia proces twórczego myślenia. Encyklopedia PWN. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 133.

- zdobywanie poparcia społecznego dla polityki władz i kierunków rozwoju gminy;
- kreowanie świadomości wśród mieszkańców terenu i tożsamości z miejscem zamieszkania i pracy (patriotyzm lokalny); budowanie atmosfery zaufania do władzy przez emisję wiarygodnych informacji o podejmowanych działaniach i ich skutkach;
- upowszechnianie informacji o warunkach inwestowania w gminie, planach zagospodarowania i podejmowanych inicjatywach społecznych oraz gospodarczych.

Wśród narzędzi public relations, które wykazują dużą efektywność w promocji gminy można wskazać:

- system identyfikacji wizualnej (herb, symbol, oznakowanie papierów urzędowych, wizytówki, materiały promocyjne it.);
- gminne wydawnictwa pozaprasowe (informatory, broszury, biuletyny, raporty);
- materiały audiowizualne (kasety, płyty CD);
- strona internetowa;
- imprezy wystawiennicze i targowe;
- imprezy plenerowe, festyny integrujące mieszkańców we wspólnym spędzaniu czasu wolnego;
- imprezy charytatywne i sponsorowane;
- konferencje prasowe i kontakty z dziennikarzami<sup>9</sup>.

Ciągła współpraca z gminą nie tylko zwiększa efektywność podejmowanych działań ale również pomniejsza koszty przewidziane na realizację strategii. W public relations wyodrębnia się kilka sposobów budżetowania.

Najczęściej stosowane w przedsiębiorstwach metody budżetowania to metoda zadaniowa, ustalania budżetu na podstawie wyników sprzedaży, metoda obserwacji rynku, metoda obserwacji konkurencji.

Metoda zadaniowa polega na szczegółowym zaplanowaniu wszelkich niezbędnych elementów służących kampanii, oszacowaniu najlepszych (najefektywniejszych) kanałów informacyjnych, które mają być wykorzystywane, określeniu czasowego harmonogramu poszczególnych etapów kampanii, a na końcu tych rozważań powinien pojawić się budżet. Niestety, taka metoda ustalania wydatków jest często – mimo zaangażowania czasowego – dość niepewna ze względu na stosunkowo częste rozmijanie się założonej przez nas teorii z praktyką. W praktyce stosowane są dużo łatwiejsze metody. Najbardziej popularną wśród wielu przedsiębiorców jest metoda ustalania budżetu na podstawie wyników sprzedaży. Polega ona na określeniu wartości procentowej od zysku lub obrotu,

---

<sup>9</sup> B. Wankiewicz-Rak, L.Rak: Public relations w gminach jako podmiotach non profit – obszary adaptacji instrumentów[w:] D. Tworzydło, T. Soliński (red.): Public relations w teorii i praktyce. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2006, s. 284.

które ma stanowić nasz budżet. W wielu przedsiębiorstwach przyjęła się ona jako stała wartość w przedziale 0,5 do 7% obrotów zależnie od rynku, branży oraz cyklu życia produktu<sup>10</sup>.

Kolejną metodą ustalania budżetu jest metoda obserwacji rynku. Polega ona na kompilacji stosowanego wskaźnika procentowego budżet/obrót z obserwacją danego rynku i wyciąganiu z tych obserwacji wniosków<sup>11</sup>.

Metoda obserwacji konkurencji skłania do długotrwałych badań polegających na analizie danych za minione lata. Wymaga ona dosyć dużego doświadczenia i wieloletnich obserwacji nie tylko konkurencji ale trendów na rynku.

Analizując wady i zalety każdej z nakreślonych technik, oczywista jest konkluzja, że wszystkie te metody powinny się uzupełniać i najefektywniejszą metodą byłaby metoda posiadająca elementy wszystkich wymienionych. Niestety, w praktyce najczęściej stosuje się je w takiej kolejności, jak wymieniono, głównie ze względu na trudność, czasochłonność w pozyskiwaniu danych i informacji niezbędnych do ich stosowania<sup>12</sup>.

W przypadku usług agroturystycznych najprostszą do zastosowania jest metoda zadaniowa. Gdy budżetowanie dotyczy dużych przedsiębiorstw turystycznych można wykorzystać metodę obserwacji rynku i konkurencji. Również odmienne będą elementy budżetu. W przypadku dużych firm koszty dzieli się na zewnętrzne i wewnętrzne i dotyczą one między innymi wynajęcia osób trzecich, czy profesjonalnej agencji public relations.

Harmonogram PR polega na dokładnym rozpisaniu kolejnych działań w czasie oraz ich częstotliwości wraz z osobą odpowiedzialną za realizację zadania. Ostatnim elementem strategii jest kontrola przeprowadzonych działań. Ponieważ strategię PR tworzy się na dłuższy odcinek czasowy, efekty widoczne są dopiero najwcześniej po roku. Być może ten wydłużony czas oczekiwania zniechęca tak wielu do stosowania strategii PR. Należy jednak pamiętać, że efekty dostrzegalne są znacznie dłużej niż działania reklamowe.

Mierzenie efektów PR jest dla wielu PR-owców tematem drażliwym w kontaktach zarówno z klientami, jak i przełożonymi. Szczególnie, gdy zadają pytanie o konkretne efekty takich działań. Może to dziwić, zważywszy na jedną z bardziej rozpowszechnionych definicji PR, czyli „planowych, i systematycznych wysiłków na rzecz efektywnej komunikacji (wzajemnego zrozumienia) z otoczeniem”. Public relations często opisuje się jako komunikacje

---

<sup>10</sup> P. Trochimiuk: Praktyka public relations. Budżetowanie kampanii public relations [w:]J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 366.

<sup>11</sup> Ibidem, s. 337.

<sup>12</sup> Ibidem, s.337.



dwukierunkową, co oznacza, że PR zajmuje się nie tylko mówieniem ale i słuchaniem<sup>13</sup>

Badanie efektywności i skuteczności działań PR jest traktowane jako wyraz sukcesu lub porażki podmiotu, który stosował daną strategię. W zależności od przyjętych celów pomiar będzie odmienny.

Jednym z kluczowych zadań, jakie stają przed projektującym kampanię lub odpowiedzialnym za działania PR w organizacji, jest ocena skuteczności i efektywności. Często obydwie pojęcia są ze sobą mylone, docelowo zaś zdecydowanie się różnią. Skuteczność działań public relations należy rozumieć jako stopień, w jakim zaplanowane projekty, kampanie czy kompleksowa strategia zostały zrealizowane, wyniki zaś, które zaplanowano, osiągnięte. Efektywność natomiast możemy zdefiniować jako relację między zasobami, jakie zostaną wykorzystane do realizacji działań PR, a osiągniętymi wynikami. Relacja pieniężna między wynikami finansowymi przeprowadzonej kampanii lub realizowanej strategii PR a wielkością poniesionych nakładów określana jako efektywność finansowa. W przypadku działań wizerunkowych niezwykle trudne jest ostateczne zidentyfikowanie efektów, które bardzo często są niewymierne, wręcz ulotne. Dlatego łatwiej mówić o efektywności operacyjnej, która dotyczy zmian w postrzeganiu organizacji, zmian w relacjach wewnętrznych i z zewnętrznymi grupami otoczenia, liczbą i jakością materiałów medialnych, które ukazały się w związku z podejmowanymi działaniami PR, niż o efektywności finansowej, na którą ma wpływ wiele czynników nie tylko zaliczonych do prowizerunkowych<sup>14</sup>.

W przypadku wykorzystania niewielu narzędzi można w bardzo prosty sposób określić np. ilość wejść na stronę internetową, albo ilość zapytań o ofertę. Podczas realizacji strategii należy wykazać się elastycznością pamiętając, że nie zawsze sztywne trzymanie się pierwszego „scenariusza” jest na danym etapie realizacji najkorzystniejsze. Ocena realizacji programu dotyczy nie tylko efektywności ale również pozwala dostrzec słabe i mocne strony przyjętej kampanii. Głęboka analiza wszystkich podjętych działań i sposobu ich realizacji pozwoli na przyszłość uniknąć błędów i rozwiązań, które nie w pełni przyniosły zakładane efekty.

## **Podsumowanie**

Public relations staje się nieodłącznym elementem funkcjonowania jednostek organizacyjnych. Działania związane z PR przynoszą w dłuższym okresie czasu

---

<sup>13</sup> R. Szymczak: Mierzenie efektywności w PR [w:] Sztuka public relations. Z doświadczeń polskich praktyków. Wyd. Związek Firm Public Relations, Warszawa 2006, s. 267.

<sup>14</sup> D. Tworzydło: Pomiar efektywności public relations [w:] J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 125.

wymierne korzyści dla obiektu, który je stosuje. Coraz częściej po rozwiązaniu problemów związanych z wizerunkiem czy nawet promocją regionu i działalności lokalnych aktywności sięgają instytucje typu non – profit.

### Literatura

- M. Błasikiewicz-Tormanowska: Po co nam ten "piar"?  
[http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po\\_co\\_nam\\_ten\\_piar.html](http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po_co_nam_ten_piar.html)
- D. Tworzydło: Pomiar efektywności public relations [w:] J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 125.
- B. Wankiewicz-Rak, L. Rak: Public relations w gminach jako podmiotach non profit – obszary adaptacji instrumentów[w:] D. Tworzydło, T. Soliński (red.): Public relations w teorii i praktyce. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2006.
- P. Trochimiuk: Praktyka public relations. Budżetowanie kampanii public relations [w:] J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- M. Błasikiewicz-Tormanowska: Po co nam ten "piar"?  
[http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po\\_co\\_nam\\_ten\\_piar.html](http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po_co_nam_ten_piar.html)
- D. Tworzydło: Public relations. Teoria i Studia przypadków. Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2005.
- S. Graja, A. Spychała: Gospodarstwa agroturystyczne jako miejsce edukacji dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym[w:] Turystyka wiejska a edukacja. Różne poziomy, różne wymiaru. Wyd. Akademii Rolniczej im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań 2007.
- B. Wankiewicz-Rak, L. Rak: Public relations w gminach jako podmiotach non profit – obszary adaptacji instrumentów[w:] D. Tworzydło, T. Soliński (red.): Public relations w teorii i praktyce. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2006.
- D. Tworzydło: Pomiar efektywności public relations [w:] J. Olędzki, D. Tworzydło: Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- R. Szymczak: Mierzenie efektywności w PR [w:] Sztuka public relations. Z doświadczeń polskich praktyków. Wyd. Związek Firm Public Relations, Warszawa 2006.

### Streszczenie

Do niedawna o PR mówiło się wyłącznie przy okazji kreacji wizerunków firm czy polityków. Przemysł turystyczny stanie się niedługo dominującym na rynkach światowej gospodarki należy się mu więc właściwa oprawa związana z przepływem informacji od usługodawcy do klienta.

Public Relations w branży turystycznej może uchodzić za modę lub snobizm. Tymczasem powinien być też swego rodzaju wygodą dla regionów, miast czy firm, która przynosi wymierne korzyści<sup>15</sup>.

Ponieważ w dzisiejszych czasach sama reklama już nie wystarcza dla skutecznego wypromowania i wykreowania potrzebne są zintegrowane instrumenty i podejście do komunikacji łącząc marketing, reklamę, promocję sprzedaży i właśnie public relations.

Public relations staje się nieodłącznym elementem funkcjonowania jednostek organizacyjnych. Działania związane z PR przynoszą w dłuższym okresie czasu wymierne korzyści

---

<sup>15</sup> M. Błasikiewicz-Tormanowska: Po co nam ten "piar"?  
[http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po\\_co\\_nam\\_ten\\_piar.html](http://www.rynekturystyczny.pl/arttykul/15768/Po_co_nam_ten_piar.html)

dla obiektu, który je stosuje. Coraz częściej po rozwiązaniu problemów związanych z wizerunkiem czy nawet promocja regionu i działalności lokalnych aktywności sięgają instytucje typu non – profit.

Wykorzystanie narzędzi public relations daje wiele szans na wykreowanie wizerunku i wypromowanie zarówno jednostki organizacyjnej jak i pojedynczej osoby. Do szeregu narzędzi PR zewnętrznego najczęściej stosowanych przez firmy zalicza się między innymi: - informacje promocyjne, sprawozdania, SIW(System Identyfikacji Wizualnej), plakaty, ulotki, foldery, gazetki, konferencje, witryny internetowe, imprezy firmowe, drzwi otwarte, sponsoring, prezentacje i wiele innych.

Wiele z nich z powodzeniem można i jak wykazują obserwacje są stosowane przez organy samorządowe do upowszechnień np. informacji o działalności i aktywności danej jednostki.

### **Summary**

Not long ago, PR was considered only according to the image creations of business entities and politicians. Tourist business will soon become dominating in the world economical market and that is why it should be treated in the proper way connected with the transfer of information between service provider and the customer.

PR in tourist business may be sometimes considered as fashion or snobbery. However it should be in a way convenience for the regions, towns or firms, that may result in notable benefits.

Today, when the sole advertisement is not sufficient for the effective promotion and creation, integrated instruments and approach of communication are indispensable combining marketing, advertisement, sale promotion and exactly PR.

PR is getting inseparable element of economic units functioning. Actions connected with PR result for the longer run in notable profits for the complex practising it.

More and more often, also non-profit units tend to solve problems connected with the image or even with region promotion and actions of local collective.

Using PR devices gives many opportunities to create an image and to promote of economic unit as well as physical persons. The scope of external PR devices used by firms includes among other: promotion information, reports, SIW (so called Visual Identification System), advertising posters, leaflets, folders, papers, conferences, Internet sites, events, day open, sponsoring, presentations and others. Many of the above-mentioned devices may and, as it arises from observations, are used by self-government authorities to popularize e.g. the information of their activity.

**Maria Parlińska**

Katedra Ekonometrii i Statystyki

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Informacja i jej znaczenie w rozwoju agroturystyki**

### **Wstęp**

Przedmiotem prezentowanego opracowania jest zwrócenie uwagi na istotną rolę, jaką pełni agroturystyka w rozwoju obszarów wiejskich a także ukazanie znaczenia informacji w rozwoju usług agroturystycznych. Rola ta szczególnie ważna jest w dobie tak wielu zmian, jakie towarzyszą nam w pierwszych latach wejścia Polski w struktury Unii Europejskiej. Zmiany wydają się być najtrudniejsze dla obszarów wiejskich, gdzie dostęp do informacji jest jednak nadal ograniczony, a wchodzące w życie nowe regulacje dalece odbiegają od dotychczasowego sposobu gospodarowania. Akcesja Polski do Unii Europejskiej stała się więc wyzwaniem dla instytucji informacyjnych wszelkich przedsiębiorstw, w tym działających w obszarze turystyki

### **Znaczenie agroturystyki dla obszarów wiejskich**

Zagadnienie znaczenia agroturystyki rozpatrywać można w kilku aspektach. Jest to przede wszystkim znaczący element w aktywizacji zawodowej na wsi, bowiem podjęcie działalności agroturystycznej stwarza dodatkowe zajęcie dla rodzin rolników. Działalność taka prowadzi do rozwoju handlu, gastronomii, różnego typu usług związanych z rekreacją (jazda konna, boiska sportowe, siłownie), a także z innymi formami spędzenia wolnego czasu (kluby, dyskoteki, salony gier).

Agroturystyka jest motorem kreowania dodatkowych miejsc pracy na wsi, jest szansą dla gospodarstw o małym obszarze, charakteryzujących się tzw. przeludnieniem agrarnym, które nie produkują na rynek lub sprzedają jedynie uzyskiwane nadwyżki. Rozwój agroturystyki i związany z tym wzrost dochodów ludności wiejskiej wpływać może pozytywnie za pośrednictwem podatków na budżet gminy. Kontakty z gośćmi gospodarstw agroturystycznych, wymiana poglądów, poznanie nowych zwyczajów przynoszą czasem trudne do kwantyfikowania, ale istotne korzyści. Dzięki turystom rodzina gospodarzy zdobywa nowe umiejętności i uczy się przedsiębiorczości. Oferowanie turystom podstawowych składników produktu turystycznego jak zakwaterowanie i wyżywienie jest alternatywnym sposobem wykorzystania potencjału rodzinnego

gospodarstwa rolnego i źródłem dodatkowych dochodów. Usługi w zakresie przewodnictwa wycieczek pieszych, rowerowych czy konnych, organizowanie kuligów i wspólnej zabawy przy ognisku, prezentacja lokalnego folkloru, występy artystyczne, prowadzenie pokazów i nauczanie przyrządzania regionalnych potraw, tradycyjnych sposobów przetwórstwa żywności, lokalnego rzemiosła, to tylko wybrane przykłady nieograniczonych wręcz możliwości aktywizacji mieszkańców wsi poprzez agroturystykę. Poza możliwościami świadczenia przez mieszkańców różnorodnych usług wzbogacających ofertę turystyczną, przebywanie turystów na terenach wiejskich zwiększa istotnie popyt na różnego typu dobra i usługi o charakterze nieturystycznym. Obiekty handlowe i gastronomiczne, komunikacja, usługi bankowe i pocztowe, apteki i ośrodki zdrowia, stacje benzynowe i obsługi samochodów służą nie tylko turystom, lecz także stałym mieszkańcom przyczyniając się do poprawy ich obsługi i zapewniając równocześnie większą rentowność całej sieci usługowej<sup>1</sup>.

W rzeczywistości agroturystyka jest najbardziej realną formą działalności pozarolniczej, jaka dziś jest realizowana na obszarach wiejskich. Aktywizacja zawodowa wsi poprzez agroturystykę prowadzi do zmniejszenia odpływu do miast osób młodych i lepiej wykształconych; ogranicza, więc proces wyludniania się wsi. W ostatnich czasach agroturystyka stała się niezwykle popularnym pojęciem, używanym często w dyskusjach nad problemami strukturalnymi rolnictwa, koncepcjami rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich i ich wielofunkcyjnego rozwoju. Agroturystyka to hasło – działanie, bardzo popularne w Unii Europejskiej, a także w przypadku działań dostosowawczych do integracji z Unią Europejską (np. w Turcji).

### **Rola informacji i promocji**

Główną przyczyną, która skłania instytucje rządowe i samorządy do zainteresowania rozwojem agroturystyki, jest poszukiwanie dla rodzin rolników innych źródeł dochodu poza źródłem, jakim jest gospodarstwo rolne. Niezbędna jest więc fachowa organizacja promocji i sprzedaży, dofinansowana przez odpowiednie instytucje i organizacje. W Polsce są to: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (poprzez Ośrodki Doradztwa Rolniczego), a także Ministerstwo Sportu i Turystyki RP za pośrednictwem Instytutu Turystyki oraz samorządowe władze wojewódzkie i gminne.

Do najważniejszych form reklamy możemy zaliczyć:

- *Katalogi* wydawane przez stowarzyszenia, biura podróży, władze centralne i lokalne. Prezentują one najczęściej ofertę w obrębie poszczególnych województw lub gmin. Posiadają bardzo zróżnicowaną formę graficzną,

---

<sup>1</sup> <http://rcd.wroc.pl/ROW/agroturystyka.htm>

posługują się odmiennymi systemami prezentacji ofert, często nie zawierają wielu niezbędnych dla potencjalnych nabywców informacji, niestety generalnie wydawane są w zbyt niskim nakładzie.

- *Foldery i ulotki*, wydawane najczęściej indywidualnie lub przez lokalne stowarzyszenia. Mają one charakter podobny do katalogów, ale zawierają ofertę od jednego do kilkunastu gospodarstw.
- *Widokówki i wizytówki* ze zdjęciem lub rysunkiem gospodarstwa, adresem i krótkim opisem reklamowym jego walorów wypoczynkowych.
- *Mapy i przewodniki* regionalne, wydawane przez gminy lub stowarzyszenia gmin, w których umieszczone są również oferty urlopu na wsi.
- *Ogłoszenia prasowe* indywidualne lub wspólne dla kilku gospodarstw.
- *Zgłoszenia do biur podróży*, które samo decyduje o najsukuczniejszej formie reklamy.
- *Uczestnictwo w targach* z przygotowanymi wcześniej materiałami reklamowymi i opracowaną koncepcją promocji.
- *Tablice przy drodze*, specjalnie oznakowana brama wjazdowa.
- *Strona informacyjna w sieci internetowej*.<sup>2</sup>

Przy tej ostatniej formie reklamy, związanej z najnowocześniejszą technologią informatyczną warto zatrzymać się dłużej. To właśnie strony WWW przyciągają turystów z dużych ośrodków miejskich, chętnych do spędzenia urlopu na wsi w ciszy i spokoju, blisko natury.

Świetny przykład<sup>3</sup> stanowi witryna pod adresem: <http://turystyka.onet.pl/agroturystyka.htm> będąca jedną z najlepiej zorganizowanych baz danych w polskim Internecie. Informacje podawane są w podziale na regiony, w związku z tym turysta zainteresowany wypoczynkiem w wybranym regionie kraju nie ma problemu z wyszukaniem stosownej dla siebie kwatery.

Coraz więcej gospodarstw oraz stowarzyszeń agroturystycznych posiada własne bogato ilustrowane strony internetowe. W związku z tym droga elektroniczna wydaje się obecnie najsukuczniejszym przekazywaczem bieżącej informacji. Rozwiązanie takie daje bowiem możliwość jednoczesnego oraz szybkiego docierania do oferty, skonfrontowania jej z indywidualnymi potrzebami konkretnych turystów oraz porównania z alternatywnymi formami wypoczynku.

Warto przypomnieć podstawowe pojęcia związane z agroturystyką.

*Agroturystykę* - zdefiniować można jako działalność turystyczną realizowaną w gospodarstwie rolnym, potocznie "urlop na wsi" lub tzw. „urlop pod gruszą”. Jest to forma wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową, usługową i rekreacyjną, która związana jest

<sup>2</sup> J. Majewski, „Agroturystyka to też biznes”, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa 1999, s.53.

<sup>3</sup> M. Parlińska „Polska wieś na wakacje”, Rola doradztwa rolniczego w rozwoju przedsiębiorczości zespołowej rolników, SGGW, Warszawa 2000, s. 109.

z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem przyrodniczym i produkcyjnym. Agroturystyka oferuje aktywny wypoczynek na terenach wiejskich, zorganizowany przez rodziny rolników.

*Kwaterna agroturystyczna* – to rodzaj obiektu noclegowego indywidualnego zakwaterowania, który stanowią pokoje mieszkalne i budynki gospodarcze (po adaptacji) w gospodarstwach rolnych, będące własnością rolników, wynajmowane turystom w celu noclegu za opłatą.

*Pokoje gościnne* – to rodzaj obiektu noclegowego indywidualnego zakwaterowania, którym są umeblowane pomieszczenia i lokale (inaczej kwatery turystyczne) w mieszkaniach, domach i innych budynkach mieszkalnych należących do osób fizycznych lub prawnych (z wyjątkiem rolników), wynajmowane turystom na noclegi za opłatą (*pokojami gościnnymi* nie są hotele, motele, pensjonaty, schroniska, domy wycieczkowe, ośrodki wczasowe i szkoleniowo-wypoczynkowe, ośrodki kolonijne, zespoły domków turystycznych, kempingi, pola biwakowe, ośrodki wypoczynku świątecznego i inne obiekty zbiorowego zakwaterowania składające sprawozdania KT-1 do urzędów statystycznych)

### **Turyści zagraniczni jako potencjalni klienci usług agroturystycznych**

Niestety urzędy statystyczne zrezygnowały ze sprawozdawczości w zakresie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych, stanowiących dwa odrębne rodzaje obiektów noclegowych indywidualnego zakwaterowania turystycznego, co spowodowało lukę informacyjną o bazie noclegowej w Polsce. Stałe źródło informacji na ten temat stanowią dane w posiadaniu gmin, w tym zwłaszcza ewidencja tzw. innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie (wyłącznie w zakresie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych). W związku z tym Ministerstwo Sportu i Turystyki RP za pośrednictwem Instytutu Turystyki przygotowało na swej stronie ankietę dotyczącą kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych celem uzyskania informacji o zasobach tego rodzaju obiektów w całym kraju. Aby informacja była rzetelna konieczne są dane ze wszystkich gmin.

Problem porównywalności danych z różnych źródeł jest ciągle aktualny chociażby ze względu na istotnie różną metodologię zbierania danych

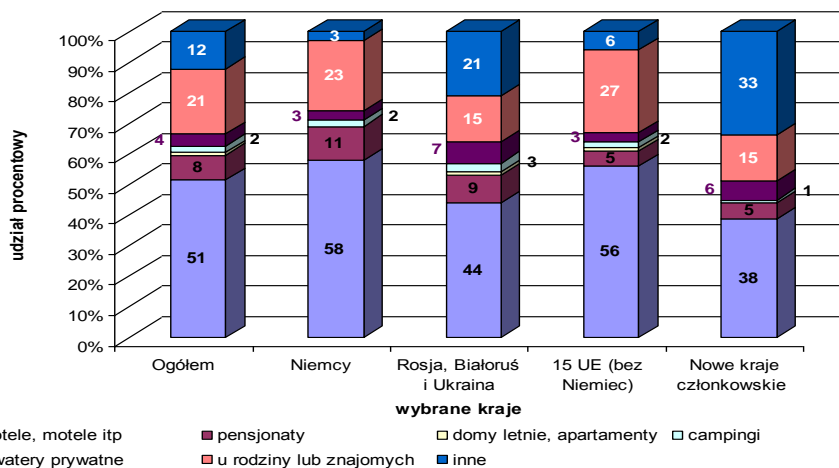
Aktualna ankietę przesłana do wszystkich gmin w Polsce ma charakteryzować stan na dzień 31 lipca 2007.

Wykorzystując dotychczasowe dane Instytutu Turystyki, można próbować przedstawić pewnego rodzaju prognozę na kolejne lata.

Warto zauważyć, że nowe kraje członkowskie UE, a także obywatele Rosji Ukrainy i Białorusi w istotnie mniejszym stopniu korzystają z hoteli i moteli niż

zdecydowanie bogatsi obywatele wcześniejszej 15-tki UE, co przedstawiono na wykresie 1.

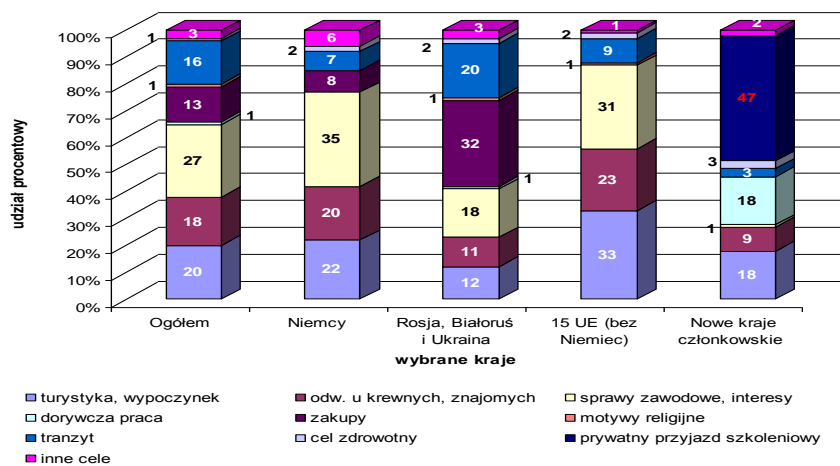
Właśnie ta grupa to potencjalni klienci gospodarstw agroturystycznych, w których wypoczynek przy zachowaniu dobrych standardów jest tańszy niż w hotelach.



Wykres 1. Charakterystyka przyjazdów do Polski z wybranych krajów według głównego miejsca pobytu w 2006 roku (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych Instytutu Turystyki

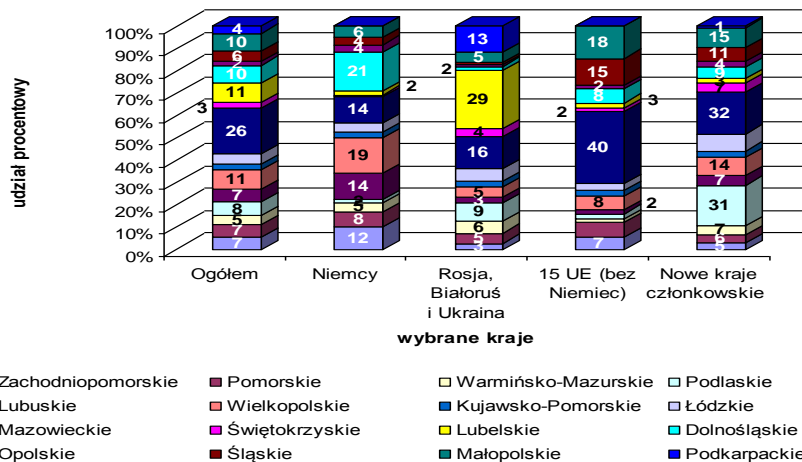
Struktura przyjazdów wg celu podstawowego podróży też jest zróżnicowana w charakteryzowanych grupach, co pokazano na wykresie 2.



Wykres 2. Charakterystyka przyjazdów do Polski z wybranych krajów według podstawowego celu podróży w 2006 roku (%)

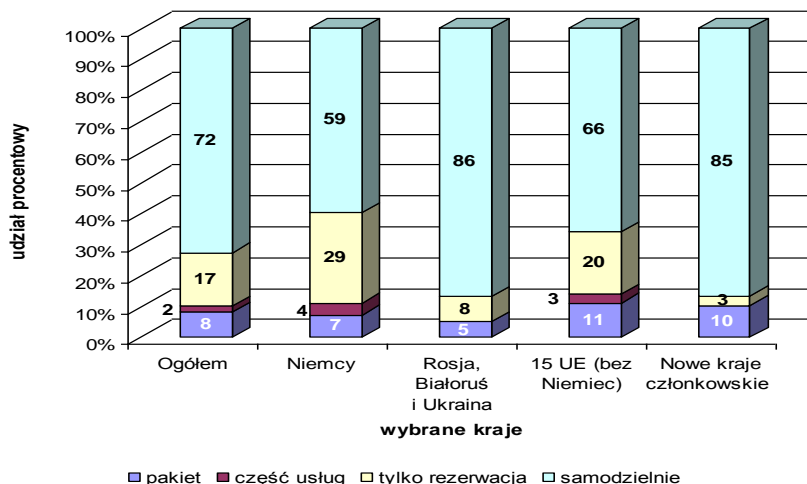
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki





Wykres 3. Charakterystyka przyjazdów do Polski (wg województw) z wybranych krajów w 2006 roku (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki



Wykres 4. Charakterystyka przyjazdów do Polski z wybranych krajów według organizacji podróży i pobytu w 2006 roku (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki

Chcąc scharakteryzować przyjazdy turystyczne do Polski z uwzględnieniem podziału administracyjnego, można na podstawie wykresu 3 łatwo zauważyć, że zdecydowanie większy jest ruch przygraniczny, i tak turyści niemieccy wybierają woj. dolnośląskie lub zachodniopomorskie jako cel podróży, podczas gdy turyści z Ukrainy, Białorusi czy Rosji przede wszystkim woj. lubelskie.

Ostatni wykres 4 jest prezentacją przyjazdów do Polski z wybranych krajów według organizacji podróży i pobytu w 2006 roku. Zdecydowana większość

turystów podejmuje podróż i organizuje swój pobyt samodzielnie. Jest to również potencjalna grupa, która może skierować swe kroki na obszary wiejskie, korzystając z oferty agroturystyki

### **Podsumowanie**

Podjęte w prezentowanym opracowaniu zagadnienie znaczenia informacji w rozwoju agroturystyki jest istotne z uwagi na rosnącą rolę agroturystyki w aktywizacji zawodowej na wsi, bowiem podjęcie działalności agroturystycznej stwarza dodatkowe miejsca pracy, rozwija możliwość budowy lub odbudowy małej infrastruktury turystycznej, w szczególności punktów widokowych, miejsc wypoczynkowych i biwakowych, tras narciarstwa biegowego i zjazdowego, tras rowerowych, ścieżek spacerowych i , dydaktycznych;

W podsumowaniu warto podkreślić fakt, że Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013 w swoich podstawowych założeniach, jak również zakresie ma określone cele oraz działania, które zostały wybrane na podstawie przepisów rozporządzenia UE w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich ze środków Europejskiego Funduszu Rolniczego Rozwoju Obszarów Wiejskich

Zakres pomocy w ramach „małych projektów” obejmuje między innymi:

- 1) rozwój agroturystyki i turystyki na obszarach wiejskich, w tym poprzez:
  - utworzenie lub zmodernizowanie bazy informacji turystycznej oraz stron WWW, przygotowanie i wydanie folderów i innych publikacji informacyjnych dla obszaru objętego lokalną strategią rozwoju;
- 2) zachowanie dziedzictwa kulturowego i historycznego, w tym poprzez:
  - prowadzenie badań, gromadzenie danych, odbudowa lub renowacja, zabezpieczanie, uporządkowanie i oznakowanie niewielkich obiektów kulturowych i historycznych ważnych lub charakterystycznych dla danej miejscowości;
  - odnawianie, uporządkowanie i oznakowanie prywatnych budynków i obiektów charakterystycznych dla budownictwa i krajobrazu danego regionu;

Należy mieć nadzieję, że działania powyższe w istotnym stopniu zwiększą atrakcyjność obszarów wiejskich zarówno dla ich mieszkańców jak również dla turystów.

### **Literatura**

- Dziurbejko T., „Pozyskiwanie unijnych funduszy pomocowych” [w:] „Integracja Europejska. Wprowadzenie” pod redakcją naukową Macieja Perkowskiego, Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa 2002.
- Majewski J., „Agroturystyka to też biznes”, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa 1999.

Parlińska M., „Polska wieś na wakacje” [w:] „Rola doradztwa rolniczego w rozwoju przedsiębiorczości zespołowej rolników”, SGGW, Warszawa 2000.  
<http://rcd.wroc.pl/ROW/agroturystyka.htm>  
<http://www.intur.com.pl/>

### **Streszczenie**

Przedmiotem prezentowanego artykułu jest zwrócenie uwagi na istotną rolę, jaką pełni agroturystyka w rozwoju obszarów wiejskich. W artykule scharakteryzowano krótko znaczenie agroturystyki dla rolnictwa i rozwoju obszarów wiejskich, rolę informacji i promocji oraz dokonano analizy wybranych danych liczbowych.

### **Summary**

The main topic of the presented article is to underline the significant role of the agrotourism and information in the rural development. The short characteristics of the importance of the agrotourism for agriculture and rural development, the role of information and promotion was shown in the article as well the analysis of chosen data was made.

**Tadeusz Skoczek**

Katedra Gospodarki i Administracji Publicznej  
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

## **Rola mediów w kształtowaniu oferty turystycznej związanej z mniejszościami narodowymi i etnicznymi**

### **Wstęp**

Media masowe mają podstawowe znaczenie w rozwoju gospodarczym, społecznym i kulturowym współczesnych społeczeństw. Pojawiające się terminy społeczeństwo informacyjne<sup>1</sup>, demokracja medialna czy nawet cywilizacja medialna<sup>2</sup>, edukacja medialna<sup>3</sup> społeczeństw, dyktatura mediów, manipulacja informacyjna, socjotechnika przekazu<sup>4</sup>, ekonomika mediów<sup>5</sup>, promocja i marketing

---

<sup>1</sup>Goban – Klas. T. Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999; Haber L.H., Społeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość, T I i II, Wydawnictwo AGH, Kraków 2004; Haber L.H., Niezgoda M. (red.), Społeczeństwo Informacyjne. Aspekty funkcjonalne i dysfunkcyjne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006; Kluszczyński R.W. Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2002; Mattelart A. Społeczeństwo informacji, wstęp i tłumaczenie Jerzy Mikułowski – Pomorski, Universitas, Kraków 2004; Mischke J. Akademia on-line, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno - Ekonomicznej, Łódź 2005; Tadeusiewicz R. Społeczność Internetu, Oficyna Wydawnicza EXIT, Warszawa 2002; Zacher L.W. Rewolucja informacyjna i społeczeństwo, Fundacja Edukacyjna Transformacje, Warszawa 1997; Lubocz J. W drodze do społeczeństwa informacyjnego, Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji, Warszawa 1990; Zasepa T. Media. Człowiek. Społeczeństwo, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa 2000; Zasepa T., Chmura R. (red), Internet i nowe technologie – ku społeczeństwu przyszłości, Edycja Świętego Pawła, Częstochowa 2003;

<sup>2</sup> Goban - Klas T. Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, ekspansja, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005; Mikułowski Pomorski J. Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym, Universitas, Kraków 2007; Kurzynowski A. (red) Polityka społeczna, globalna i lokalna, Instytut Gospodarstwa Społecznego SGH, Warszawa 1999; Skubisz R. (red), Internet. Problemy prawne. Materiały z konferencji, Wydawnictwo Polihymni, Lublin 1999

<sup>3</sup> Gajda J., Media w edukacji, Wyższa Szkoła Pedagogiczna ZNP, Wydawnictwo „Impuls”, Kraków – Warszawa 2002; Gajda J., Juszczyk S., Siemieniecki B, Wentka K., Edukacja medialna, Multimedialna Biblioteka Pedagogiczna Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003; Sokołowski M. (red), Teoria i praktyka edukacji medialnej. Modele – konteksty – interpretacje, Oficyna Wydawnicza „Kastalia”, Olsztyn 2002; Strykowski W.(red), Media a edukacja. Materiały z konferencji Wydawnictwo eMPI2, [wydawane odpowiednio], Poznań 1997, 1998, 2000, 2004 [tu opatrzone dodatkowo podtytułem Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy]; Strykowski W., Od nowych technik nauczania do edukacji wirtualnej Polskie Towarzystwo Technologii i Mediów Edukacyjnych, Poznań – Wrocław 2006.; Strykowski W., Skrzydlewski W. (red), Media i edukacja w dobie integracji, Wydawnictwo eMPI2, Poznań 2002; Tarasin M., Pedagogika @ środki informatyczne i media, Wyższa Szkoła Pedagogiczna ZNP, Wydawnictwo „Impuls”, Kraków – Warszawa 2005

<sup>4</sup> Czapów Cz., Kształtowanie motywacji i postaw. Socjotechniczne problemy działalności ideowo-wychowawczej, Książka i Wiedza, Warszawa 1976, Czapów Cz., Socjotechnika w zakładzie pracy, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1977; Karwińska A. Mikułowski Pomorski J., Typu działań socjotechnicznych a funkcjonowanie

medialny<sup>6</sup>, sponsoring<sup>7</sup>, czy nawet „fakt medialny” (w odróżnieniu od wymuszonej interpretacji faktu rzeczywistego)<sup>8</sup> zaczynają dominować w dyskursie naukowym. Znane są też z języka potocznego, używanego przez polityków, organizatorów życia gospodarczego czy społecznego, dziennikarzy. Trudno się dziwić, że również organizatorzy turystyki traktują media jako swój podstawowy środek komunikacji, organizacji i zarządzania, marketingu i promocji oraz narzędzie pomocne przy planowanych zyskach ekonomicznych.

Wąska dziedzina turystyki związanej z obszarami wiejskimi ma naturalnego i niewymuszonego sojusznika w upowszechnianiu oferty na masową skalę. Media, a szczególnie telewizja i radio publiczne, mają swoje ustawowe czy zwyczajowe obowiązki. Jednym z nich jest misja w ułatwianiu dostępu do mediów środowiskom mniejszości narodowych i etnicznych<sup>9</sup>. Wynika ona z zapisów „Ustawy o radiofonii i telewizji”<sup>10</sup>. W sprawozdaniach Zarządów TVP SA i Polskiego Radia SA realizacja zadań misyjnych zajmowała sporo miejsca, wiele wysiłku wkładano też w realizację dyspozycji Parlamentu, aby „uwzględnić potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługujących się językiem regionalnym w tym emitowanie programów informacyjnych w języku mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym”<sup>11</sup>.

---

organizacji, Wydawnictwo Naukowe Akademii Ekonomicznej, Kraków 2002; Kozłowska A., Reklama. Socjotechnika oddziaływania, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2001; Mlicki M.K., Socjotechnika. Zagadnienia etyczne i prakseologiczne, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1986; Pawełczyk P. Socjotechniczne aspekty gry politycznej, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2000; Pawełczyk P. Problemy współczesnej demokracji w ujęciu socjotechnicznym, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2005;

<sup>5</sup> Dziuba D. Gospodarki nasycone informacją i wiedzą. Podstawy ekonomiki sektora informacyjnego, Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2000; Kowalski T., Jung B., Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, Bogusław Nierenberg, Publiczne przedsiębiorstwo medialne. Determinanty, systemy, modele, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Kraków 2007; Skubisz R.(red.), Internet 2000. Prawo – ekonomika – kultura, Wydawnictwo „Verba”, Lublin 2000.

<sup>6</sup> Czarnecki A., Product placement. Niekonwencjonalny sposób promocji, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003; Ołędzki J., Media, reklama i public relations, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2005

<sup>7</sup> Grzegorzczak A., Sponsoring kultury, Oficyna Wydawnicza ASPRA - JR, Warszawa 2003; Grzegorzczak A. (red.), Reklama w środowisku komunikacji rynkowej, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2003; Grzegorzczak A.(red), Sponsoring kultury. Materiały z konferencji, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2004; Nierenberg B., Reklama jako element procesu komunikacji rynkowej, Wyższa Szkoła Zarządzania w Opolu, Opole 2004; Nowińska E., Zwalczanie nieuczciwej reklamy, Universitas, Kraków 2002; Skubisz R. Prawo reklamy, Lubelskie Towarzystwo Naukowe, Lublin 1998.

<sup>8</sup> Braun J. Potęga czwartej władzy, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005; Bartłomiej Golka, System medialny Stanów Zjednoczonych, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2004; Krzysztof Mroziewicz, Dziennikarz w globalnej wiosce, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2004

<sup>9</sup> Szerzej zob. Skoczek T., Narodowa czy narodowościowa [w:] Telewizja Regionalna. Szkic do opisu, Małopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli, Kraków 2002, s. 41 - 73 oraz Skoczek T., Rola mediów w procesie kształtowania tożsamości etniczno – kulturowej mieszkańców pogranicza, [w:] Pogranicza i multikulturalizm w warunkach Unii Europejskiej, Tom I, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004, s. 353 – 365. Zob. też Klimkiewicz B. Mniejszości narodowe w sferze publicznej: reprezentacje, praktyki, regulacje medialne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003

<sup>10</sup> Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 roku, wielokrotnie nowelizowana. Ostatnio dnia 25 czerwca 2006 (Dziennik Ustaw 06.133.935).

<sup>11</sup> Op. cit. art. 21, pkt 8a.

Niestety, po zmianach na polskiej scenie politycznej w 2005 roku kwestiom realizacji zadań ustawowych wynikających z realizacji misji w stosunku do środowisk mniejszościowych zaczęto w sposób diametralny poświęcać mniej wysiłku. Mimo obowiązujących przepisów zmieniono praktykę programowania i sprawozdawczości<sup>12</sup>. Dlatego zajmujemy się działaniami medialnymi do roku 2005 mając na względzie prawidłowy model realizacji misji, pluralistyczny i obiektywny, wyrażając nadzieję, że analizy powstałe na tym materiale badawczym będą miały zastosowanie w przyszłości. Zobowiązują nas do tego nie tylko obligacje ustawowe Parlamentu Rzeczypospolitej Polskiej, ale też dyrektywy Unii Europejskiej oraz powszechna praktyka w krajach wysoko rozwiniętych.

### **Doświadczenia telewizji publicznej. Teoria socjologiczna, praktyka**

Warto na początku omówić trzy podstawowe zagadnienia:

- jak dziennikarz, reporter może pojmować kategorię tożsamości etniczno-kulturowej pogranicza i jak może się przyczynić do kształtowania owej tożsamości,
- jaka jest rola telewizji w kształtowaniu tej tożsamości,
- jak badania odbioru naszych programów empirycznie potwierdzają rolę i wagę tych działań.

Jeśli przyjąć, że tożsamość jakiejś grupy społecznej czy etnicznej<sup>13</sup> to zbiór sądów i przekonań owej grupy o niej samej lub prościej rzecz ujmując, zbiór najbardziej oczywistych dla tej grupy odpowiedzi na pytania – kim jesteśmy i co różni nas od innych grup i zbiorowości, z którymi się spotykamy – to kształtowanie się tak pojmowanej tożsamości należy ujmować w dwóch wymiarach:

- historycznym, pokazującym korzenie tych wyobrażeń i dzieje ich kształtowania się, oraz
- współczesnym, pokazującym, jak te wyobrażenia przekształcają się w procesie adaptacji społecznej, tzn. w procesie dostosowywania się do wciąż zmieniających się warunków życia (społecznych, ekonomicznych i kulturowych).

Kiedy do tego dodamy jeszcze wymiar pogranicza (bo tam najczęściej żyją i tworzą mniejszości narodowe i etniczne), czyli obszar bezpośredniego ścierania się różnych grup i zbiorowości – czyli z punktu widzenia socjologii – bardzo intensywnych interakcji społecznych – to uzyskujemy niezwykle gęsty, dynamiczny i potencjalnie konfliktogenny obszar wielorakich stosunków

---

<sup>12</sup> Zob. np. sprawozdania Zarządu TVP SA w latach 1998 – 2004 i w latach 2005, 2006. Informacje można znaleźć w Skoczek T., *Telewizja publiczna. Szkic do opisu*, Wydawnictwo Plus, Kraków 2004. Tu w aneksie skrótowne sprawozdanie za lata 1998- 2004. Sprawozdania 2005 i 2006 zob. <http://ww6.tvp.pl/3383,20041215141915.strona>

<sup>13</sup> Mucha J. *Stosunki etniczne jako typ stosunków społecznych we współczesnej „makrosocjologii indywidualnej”*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 2005; Mucha J., *Stosunki etniczne we współczesnej myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

komunikacyjnych. Media masowe działające w tym obszarze nie tylko nie mogą zachować neutralnej postawy wobec tak żywo pulsujących interakcji, ale czy tego chcą czy nie chcą, zawsze odgrywają aktywną rolę, są czynnikiem podstawowym w tym polu relacji i zależności.

Każde z mediów w sposób swoisty odgrywa tu jakąś rolę zależnie od swej natury (tzn. prasa, radio, telewizja), skali działania (tzn. czy są środowiskowe, lokalne, regionalne, ogólnokrajowe) i zasady działania (religijne, komercyjne, publiczne).

Andrzej Sadowski napisał: „Dokonujące się w Polsce procesy transformacji systemowej znalazły swoje odzwierciedlenie także w strukturze i treści programów realizowanych przez różne rodzaje mediów. Media w Polsce w coraz większym zakresie uwzględniały czy też odzwierciedlały nie tylko różnorodność polityczną, ale także rzeczywistą różnorodność społeczno-kulturową społeczeństwa polskiego. Od początku lat dziewięćdziesiątych w mediach w sposób systematyczny przedstawiana jest tematyka dotycząca kultury, szeroko rozumianego miejsca oraz funkcjonowania mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce. Uwzględniając założenie, że społeczeństwo polskie przez wiele lat powojennych było wychowywane w perspektywie jedności narodowo-państwowej w zasadzie nieuwzględniającej zamieszkiwanie w Polsce tychże mniejszości narodowych, a media w przeszłości odzwierciedlały mieszkańcom kraju w znacznym stopniu jednowymiarowy etnicznie obraz społeczeństwa polskiego, niezmiernie ważne jest pytanie o to, jaki jest obecnie wizerunek odzwierciedlanych w mediach mniejszości narodowych i etnicznych w świadomości społeczeństwa polskiego”<sup>14</sup>.

Autor zbadał odbiór społeczny treści przekazywanych przez telewizję. Wiele miejsca poświęcił też omówieniu badania zrealizowanego przez Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku w 2000 roku pn. „Dziennik regionalny w społecznej świadomości”. Na podstawie analizy ankiet dowiódł, że 70 % społeczeństwa Polski północno-wschodniej (tak określono sztuczny zlepek historycznych ziem: Suwalszczyzny, Łomżyńskiego i Białegostoku z okolicami, nazwany po ostatniej reformie administracyjnej Podlasiem) reprezentuje postawę akomodacyjną tzn. twierdzącą, że „dziennik regionalny powinien służyć niezależnie od kulturowej specyfiki”; 21 % postawę asymilacyjną – „dziennik powinien służyć kulturze polskiej, ponieważ łączy ona wszystkich mieszkańców”; 17 % postawę integracyjną – „dziennik regionalny powinien służyć wszystkim mieszkańcom ze szczególnym uwzględnieniem ich specyfiki kulturowej”, a 11 % – postawę tolerancyjną – „każda z wspólnie wyodrębnionych grup kulturowych powinna

---

<sup>14</sup> Sadowski A., Mniejszości narodowe i etniczne w mediach w społecznej świadomości [w:] Mniejszości narodowe i etniczne w mediach elektronicznych. Modele, wizerunek, oczekiwania, pod redakcją Andrzeja Sadowskiego i Tadeusza Skoczka, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2002 s. 53.

dysponować własnym dziennikiem regionalnym”<sup>15</sup>. Cytaty z pytań ankietowych są uzupełnione wnioskami badawczymi. Przekonują nas one, że w sytuacji odbioru programu telewizyjnego opinie mogą być podobne, choć – przynajmniej – w pewnym uproszczeniu. „Wartościami wspólnymi w zasadzie są wartości polskie (...) zdaniem respondentów nie istnieje na tyle ważna specyfika kulturowa regionu, aby należało je uwzględnić w strukturze treści dziennika regionalnego”<sup>16</sup>. Gdyby termin „dziennik regionalny” zastąpić innym, np. „media” czy węższym określeniem „telewizja” – moglibyśmy dojść w skrajnej części takiej interpretacji do wniosku będącego zaprzeczeniem dotychczasowych starań osób programujących ramówki telewizyjne, szczególnie te dotyczące audycji dla i o mniejszościach narodowych, etnicznych, kulturowych. Tak postawionego problemu nie rozwiązał raport TNS-OBOB pt. „Programy telewizyjne dla mniejszości narodowych”<sup>17</sup> opublikowany w styczniu 2003 roku, bowiem celem badania zrealizowanego na przełomie listopada i grudnia 2002 roku była ocena programów emitowanych przez oddziały terenowe telewizji publicznej i TVP-3 Regionalną dokonane wyłącznie przez przedstawicieli wybranych grup etnicznych i narodowościowych.

Andrzej Sadowski sądzi, że dominującymi kierunkami zmian będzie proces tworzenia społeczeństwa pluralistycznego. Z pragmatycznego punktu widzenia „specyfika kulturowa nie jest dzisiaj dobrą receptą na poszerzenie rynku lokalnych i regionalnych mediów”<sup>18</sup>. Nie jest możliwe oczywiście pominięcie problematyki mniejszości narodowych, kulturowych i etnicznych. Choćby z powodu rozbudzonych potrzeb, istniejącej mapy programów, obowiązującego prawa, umów i ustaleń. „Z czysto marketingowego punktu widzenia korzystna na dzisiaj, ale zgnębna w perspektywie, byłaby taka strategia działania mediów (...) która w niewielkim zakresie odwoływać się będzie do specyfiki kulturowej regionu. Tak historycznej, jak współczesnej. Natomiast zarówno publiczne jak i komercyjne media regionalne obok troski o wielkość sprzedaży, (...) oglądalność w społeczeństwie demokratycznym, mają do spełnienia między innymi ważne funkcje informacyjne, edukacyjne, kulturowe, dzięki którym takie wartości jak:

<sup>15</sup> Omówienie badań zrealizowanych przez Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku, na reprezentatywnej grupie 1200 mieszkańców północno – wschodniej Polski, znajduje się na stronach 62 – 71 wyżej wymienionego artykułu.

<sup>16</sup> Op. cit. s. 68.

<sup>17</sup> Programy telewizyjne dla mniejszości narodowych, TNS OBOP, Warszawa, styczeń 2003.

Zob. też. Mniejszości narodowe i etniczne w programach Regionalnej Trójki [raport], Biuro Programów Regionalnych TVP S.A., Warszawa, 16-17 listopada 2000 oraz [Mniejszości narodowe] Badanie widowni, Dział Badań Medialnych Biura Programowego i Koordynacji Programowej TVP S.A., Warszawa, styczeń 2001.

Wiele interesujących informacji i zestawień zawiera analiza przygotowana dla Rady Nadzorczej TVP S.A Misja telewizji publicznej i sposób jej realizacji, Zespół Badań i Analiz Medialnych – Biuro Programowe TVP S.A., Warszawa, sierpień 2003.

<sup>18</sup> Sadowski A., op. cit. s. 71.



tolerancja, wolność, inne prawa człowieka, prawa mniejszości kulturowych stają się własnością ogólnospołeczną.

Można jedynie wyrazić przekonanie, że szerokie wykorzystanie w mediach regionalnych treści z zakresu specyfiki kulturowej regionu może być bardzo korzystne perspektywicznie dla umocnienia ich pozycji na rynku oraz dla społeczeństwa w warunkach integracji europejskiej<sup>19</sup>.

Jak autentyczne przesłanie brzmi ostatni akapit artykułu: „Społeczeństwo pluralistyczne (kulturowo) jest to takie społeczeństwo, w którym dominująca grupa kulturowa wyraża przyzwolenie na rozwój kultur mniejszościowych, stwarza warunki do ich partnerskiego rozwoju według zasady wolności i równości kultur mniejszościowych, w połączeniu z wysiłkiem grup i kategorii mniejszościowych w kierunku utrzymania i rozwijania ich własnych kultur. W procesie przeobrażeń polskiego zróżnicowanego kulturowo społeczeństwa w kierunku społeczeństwa pluralistycznego najbardziej funkcjonalnym jest zasygnalizowany uprzednio pluralistyczny model siły mediów oraz pluralistyczno - integracyjny scenariusz ich relacji ze społeczeństwem”<sup>20</sup>.

### **Tożsamość grup etnicznych i możliwości promowania własnego produktu**

Misja nadawcy publicznego zakłada służenie całemu społeczeństwu – czyli różnym grupom tworzącym to społeczeństwo – w sposób równomierny i zrównoważony. Programy ogólnokrajowe Telewizji Polskiej czy programy emitowane we wspólnej sieci programów telewizji regionalnej nie mogą się kierować jakąś z góry założoną polityką kształtowania tożsamości etnicznych, opartą na ściśle określonej wizji. Powinno być raczej tak, że media publiczne w ogóle, a telewizja regionalna w szczególności, powinny sprzyjać maksymalnie naturalnemu kształtowaniu się tożsamości różnych grup etnicznych. Termin „naturalny” w tym przypadku należy rozumieć jako, z jednej strony swobodny, wynikający z potrzeb i aspiracji danej grupy, a z drugiej strony na tyle powściągliwy, żeby nie ograniczało to możliwości, potrzeb i aspiracji innych grup. Praktyka w tym względzie ogranicza się wyłącznie do respektowania podstawowych standardów tolerancji i poszanowania inności i odrębności wszystkich grup w ogóle, oczywiście także w obrębie szeroko rozumianego

---

<sup>19</sup> op. cit.

<sup>20</sup> Sadowski A., op. cit. s. 74.

pogranicza. Nie powinno to naruszyć integralności i uszczuplać możliwości rozwoju kultur dominujących<sup>21</sup>.

„Dziś, w gospodarce rynkowej, obserwujemy bezprecedensowy rozkwit kultur regionalnych i lokalnych. Każde miasteczko, gmina mają coś swoistego do zaoferowania i wiele czynią, aby ową swoistość podkreślić. Nikt nie chce epatować świata nużącą wtórnością. Często motywacją jest chęć przyciągnięcia turystów, promocją. Ale motywacja bywa też głębsza: chodzi o samoportretowanie się przez własną kulturę, aby nie być skazanym na to, że się będzie sportretowanym przez kogoś innego. I to jest dziś na świecie powszechne. Stąd bezprecedensowa oferta płynąca ze świata, zróżnicowany chór głosów, z których każdy pobrzmiwa na swojską nutę”<sup>22</sup>.

W przełożeniu na politykę programową mediów oraz na planowanie działań marketingowych w turystyce oznacza to zapewnienie każdej mniejszości, grupie etnicznej żyjącej w Polsce, także w warunkach pogranicza, możliwości dwojakiego rodzaju „zaistnienia” w prasie, radio i telewizji:

Po pierwsze możliwości tworzenia i uczestniczenia w programach pokazujących historię, przeszłość grup, ich kulturę, mity, osiągnięcia itp., czyli pomoc w poznaniu korzeni, dorobku i jego wartości, uświadomienie sobie dziedzictwa kulturowego.

Po drugie pokazanie, w jaki sposób owa tożsamość może służyć budowaniu kontaktów z innymi ludźmi i ewentualnie ujawnianie, które elementy tej tożsamości mogą to utrudniać.

W sumarycznym efekcie zadaniem mediów publicznych byłoby konfrontowanie wyobrażeń danej grupy o sobie z wyobrażeniami innych grup o tej grupie oraz z wyobrażeniem grupy kultury dominującej. Jeśli taki proces odbywać się będzie w atmosferze wzajemnego poszanowania i dialogu, musi on nieuchronnie prowadzić do pełniejszego zrozumienia i porozumienia się, i na tym może polegać zadanie, misja telewizji publicznej w zakresie budowania więzi społecznych pogranicza tak, aby granica nie dzieliła, ale ożywiała kontakty i wyzwaliała chęci budowania mostów ponad granicami i podziałami. Na tym też

---

<sup>21</sup> Mucha J. (red), *Kultura dominująca jako kultura obca. Mniejszości kulturowe a kultura dominująca*, Oficyna Naukowa, Warszawa 1999; Zob. też Babiński G., Mucha J., Sadowski A. (red), *Polskie badania nad mniejszościami kulturowymi*, Wydawnictwo Filii Uniwersytetu Warszawskiego, Białystok 1997; Mucha J., *Polskie pogranicze zachodnie a tworzenie się „nowej kultury”*, Lubuskie Towarzystwo Naukowe, Zielona Góra 2001; Mucha J. *Oblicza etniczności. Studia teoretyczne i empiryczne*, Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków 2005.

<sup>22</sup> Krzysztofek K., *Autoprezentacja mniejszości etnicznych w mediach elektronicznych* [w:] Sadowski A., Skoczek T. (red), *Mniejszości narodowe i etniczne w mediach elektronicznych. Modele, wizerunek, oczekiwania*, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2002, s. 107.

polegać może realizacja strategii marketingowej atrakcyjności turystycznej terenów zamieszkałych przez mniejszości narodowe i etniczne.

Kazimierz Krzysztofek dostrzega potrzebę rozwoju następującego postulat: „integrować obywatelsko, lecz nie kwalifikować kulturowo”. Możemy w jego artykule zapoznać się z terminami „maksymalizacja różnorodności”, „multikulturalizm”, „etnodemokracja”, „etnokunsumpcja”. Autor stawia też bardzo odważne pytania: „czy nadal mamy poprawnie politycznie utrzymywać, że wszystkie kultury są (...) równe”, oraz „jaka jest w XXI wieku szansa na dialog między kulturami” i konstatuje: „Procesy te [fanatyzm, barbarzyńskie obyczaje, ksenofobie i nietolerancje] pogarszają klimat dla prezentacji mniejszości, ich obecności, także medialnej w większościowym otoczeniu w krajach zachodnioeuropejskich, utrudniają edukację międzykulturową, a także zarządzanie obszarami wieloetnicznymi. Jest to poważne wyzwanie dla Unii Europejskiej, której jednym z priorytetów jest zachowanie i rozwój na jej obszarze różnorodności w przekonaniu, że wymaga tego zasada sprawiedliwości kulturalnej i językowej oraz realizacja prawa do komunikowania się z innymi. Jest to niezbędne dla wzbogacenia życia kulturalnego. Poznawanie obcej kultury jest pytaniem o sens własnej. Istotny jest także ten wzgląd, że tylko w danym języku i w danej kulturze można zrozumieć pewien fragment rzeczywistości, która ona wyraża po swojemu.

Okazuje się jednak, że promocja tożsamości kulturalnej i różnorodności społeczeństwa jest jedynie w części zależna od rozwiązań prawnych, w dużym stopniu zależy zaś od ogólnej kultury społecznej, politycznej, mentalności, tolerancji, relacji „swój-obcy”. Procesy demokratyzacji ujawniły w naturalny sposób istniejące różnice między grupami społecznymi: mniejszości narodowościowe, religijne, seksualne i inne uzyskały możliwość artykułowania swego prawa do różnicy. Wiele zmieniło się tu na lepsze; istniejące problemy wynikają głównie z faktu, że demokracja i pluralizm są ciągle w trakcie konsolidacji.

Pożądany poziom różnorodności etnokulturowej w społeczeństwie demokratycznym, która wymaga obecności mniejszości w mediach, jest trudny do osiągnięcia za pośrednictwem jedynie odpowiedniej polityki kulturalnej, edukacyjnej czy programowej. Po pierwsze dlatego, że media publiczne tylko w małej części stanowią sferę publiczną; w większej części są elementem sektora prywatnego, który rządzi się innymi prawami, przede wszystkim ekonomicznymi. Dotyczy to także pozostałych sfer przemysłu kultury. To są potężne przemysły. Elity intelektualne w mediach, kulturze, edukacji, które chcą mieć jakiś wpływ na procesy kulturowe w swych społeczeństwach, mają ograniczone możliwości działania. Oferta, jakiej może patronować dzięki swemu mecenatowi państwo, czy grupy obywatelskie (stowarzyszenia, fundacje) to tylko wierzchołek góry lodowej.

„Pod wodą” znajduje się 9/10 obrotu kulturalnego i informacyjnego, którym rządzą się reguły komercyjne. Tyle też dóbr symbolicznych nabywa się u prywatnych wytwórców w krajach rynkowych. (...) Sam dostęp mniejszości do mediów wynikający z prawa do równych szans w życiu publicznym społeczeństwa otwartego, pluralistycznego nie wystarczy do ich efektywnej obecności. Telewizje nadają setki programów etnicznych, które nie wywołują szerszego rezonansu społecznego. Po części wynika to z mało atrakcyjnej formuły programów, tworzonych często przez samych przedstawicieli mniejszości, ale także przyczyn bardziej obiektywnych.

Nieadekwatność dotychczasowego modelu polityki kulturalnej wynika także, a może przede wszystkim, ze zmiany socjokulturowej. Ludzie w społeczeństwach bogatych są coraz lepiej wykształceni, żyją w społeczeństwie informacyjnym, tysiące podmiotów działających na rynku walczy o pozyskanie ich uwagi zarzucając ich atrakcyjnymi ofertami rozrywki, spędzania wolnego czasu. Ludzie mają coraz bardziej zindywidualizowane potrzeby, których nie jest w stanie zaspokoić jeden publiczny podmiot oferujący jedną »narrację«<sup>23</sup>.

Odnosząc te idee, koncepcje do dotychczasowej praktyki telewizji publicznej, szczególnie regionalnej, można przyjąć opinię, że nie jest ona idealna (podobnie wiele zarzutów postawić można nadawcom komercyjnym), ale mamy w Polsce niemałe doświadczenia i osiągnięcia. Emituje się wiele cykli programowych, filmów dokumentalnych, reportaży i pojedynczych audycji poświęconych grupom etnicznym, mniejszościom narodowym i współpracy przygranicznej. Organizuje się, patronuje medialnie i pokazuje w programach relacje i transmisje z festiwali etnicznych i regionalnych wydarzeń kulturalnych, prezentuje się bogaty dorobek tych grup odrębnych kulturowo (folklor nie jest tu jedynym znakiem). Możemy pochwalić się programami, filmami dokumentalnymi i reportażami poświęconymi współistnieniu kultur i kształtowaniu się ich tożsamości.

### **Mniejszości narodowe i etniczne na ekranie. Studium przypadku**

Analizie poddano programy emitowane przez Telewizję Polską w latach 2000 – 2005. Programy i cykle programowe można podzielić na trzy kategorie:

#### *Audycje, w których oddaje się głos danej grupie*

Może ona mówić sama o sobie własnym głosem, także w swoim języku (niemieckim, ukraińskim, kaszubskim, białoruskim itp.) Mówienie o swoich

---

<sup>23</sup> op. cit. s. 96-97

sprawach w programach telewizyjnych pozwala się tym grupom określić, kim są, byli i mają być współcześnie, w warunkach demokracji, kontaktów narodowych, przyłączenia do Unii Europejskiej, itp. Oferta w językach inne niż dominujący może trafiać do szerokiego audytorium, powinna być wykorzystana w kreowaniu oferty turystycznej.

Są to np. takie programy jak:

- „Telenowyny” – ogólnopolski cykliczny program informacyjno-publicystyczny emitowany dwa razy w miesiącu na antenie TVP 3 Regionalnej, tworzony w języku ukraińskim (z polskimi napisami), adresowany do mniejszości ukraińskiej mieszkającej w Polsce<sup>24</sup>.
- „Sami o sobie” – lokalny cykliczny magazyn mniejszości narodowych: białoruskiej, tatarskiej, karaimejskiej, ukraińskiej i romskiej (w większości w ich językach), emitowany w paśmie własnym Oddziału Telewizji Polskiej w Białymstoku. Po 2004 roku zastąpiono go cyklami realizowanymi w porozumieniu z podlaskimi organizacjami mniejszości narodowych<sup>25</sup>: „Panorama Litewska” – raz w tygodniu, „Tydzień białoruski” – w każdą niedzielę, „Przegląd ukraiński” – również w każdą niedzielę oraz emitowane raz w miesiącu magazyny „My Romowie”, „Rosyjski głos” i „Podlaski Orient”. Telewizja zrealizowała w ten sposób postulaty zgłaszane podczas konferencji mniejszości narodowych, jakie w 2001 i 2002 zorganizowano w Białymstoku<sup>26</sup>.
- „Rodno Ziemia” – lokalny cykliczny magazyn podejmujący szeroko rozumianą tematykę życia społeczności kaszubskiej: kulturę, język, gospodarkę czy obyczaj, emitowany w języku kaszubskim (z polskim tłumaczeniem), w każdą niedzielę, w paśmie własnym Oddziału TVP SA w Gdańsku.
- „Schlesische Wochenschau” i „Schlesien Journal” – lokalne cykliczne dwutygodniki (pojawiające się przemiennie). Pierwszy jest kroniką wydarzeń społecznych, kulturalnych oraz przedstawia relacje między społecznością polską i niemiecką na Opolszczyźnie. Drugi to program publicystyczny poświęcony problemom mniejszości niemieckiej na Górnym Śląsku i Opolszczyźnie. Emisja obu programów w języku niemieckim i polskim odbywa się w paśmie własnym Oddziału TVP SA w Katowicach.

*Audycje oparte na dialogu międzykulturowym*

---

<sup>24</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/View?Cat=6087&id=335550> oraz <http://ww6.tvp.pl/View?Cat=3570&id=435495>

<sup>25</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/6046.dzialy> <http://ww6.tvp.pl/View?Cat=3570&id=435495>

<sup>26</sup> Sadowski A., Skoczek T. (red), Mniejszości narodowe i etniczne a media elektroniczne. Białoruś, Estonia, Litwa, Łotwa, Polska, Ukraina, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2001; Sadowski A., Skoczek T. (red), Mniejszości narodowe i etniczne w mediach elektronicznych. Modele, wizerunek, oczekiwanie, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku i Telewizja Polska S.A., Białystok 2002.

Przedstawicielami grup o bardzo odrębnej tożsamości przygotowują wspólne audycje. Są one prezentowane przez dziennikarzy, reporterów, ekspertów lub przedstawicieli tych grup. Ukazują te audycje życie, dorobek i współczesne problemy różnych kulturowo grup społecznych .

Są to np. następujące programy:

- „U siebie” – ogólnopolski magazyn mniejszości narodowych, przedstawiający w formie reportaży ich historię, dorobek kulturalny, obecne problemy – stanowiący swoistą instytucję w publicznej telewizji, z którą utożsamiają się mniejszości narodowe. Niektóre audycje prowadzone są w języku romskim. Cykl emitowany był w Programie 1, później „zrzucano” go do telewizji regionalnej, ostatnio zniknął z anteny.
- „Etniczne Klimaty”<sup>27</sup> – ogólnopolski magazyn poświęcony mniejszościom narodowym i grupom etnicznym. W każdym wydaniu pokazywane są problemy współżycia mniejszości etnicznych z Polakami i sposoby zachowywania przez nie odrębności kulturowej. Emisja raz w miesiącu w TVP 3 Regionalnej.
- „Oczywiste, nieoczywiste” – ogólnopolski cykl ukazujący kulturę naszych mniejszości, np. w latach 1997 - 2002 roku pokazano filmy o Ślązakach, Kaszubach, Ormianach, Tatarach, Grekach. W sprzedaży znajduje się nadal pakiet wideofilmów<sup>28</sup> prezentujących kulturę mniejszości narodowych zamieszkujących na obszarze współczesnej Polski: Łemków, Słowaków, Białorusinów, Litwinów, Cyganów, Czechów oraz kulturę małych mniejszości religijno-etnicznych: polskich Tatarów i Karaimów. W kolejnych wideofilmach przedstawiono główne obszary zamieszkiwania, szacunkową liczebność omawianej mniejszości oraz pokrótce jej historię. Wideofilmy ukazują także praktyki religijne, obyczaje oraz działalność na rzecz zachowania własnej kultury. Cykl emitowano w programie pierwszym TVP SA, ostatnio – niestety coraz rzadziej.
- „Rok obrzędowy” – cykl wielu reportaży przedstawiających obyczajowość i wierzenia ludności z pogranicza północnego i wschodniego Polski. Emisja odbywała się w TVP 1.
- „Dzieci różnych bogów”<sup>29</sup> – serial edukacyjny o religiach dominujących i religiach mniejszości narodowych, widzianych oczyma młodych wyznawców, wyprodukowany dla TVP 1 w 2000 roku. Audycje ukazywały dorobek kulturowy i wkład w kulturę narodową bądź regionalną (tradycja, obrzędowość, język narodowy, zwyczaje, kultura materialna). Mottem filmów

<sup>27</sup> Zob. <http://www.etniczneklimity.com/> / Zob też omówienie programu oraz Festiwalu „U siebie” 1997 – 2001 w: Skoczek T, Telewizja regionalna., op. cit. s.54 – 52.

<sup>28</sup> Zob. [http://info.sklep.tvp.pl/product\\_info.php?cPath=46&products\\_id=406](http://info.sklep.tvp.pl/product_info.php?cPath=46&products_id=406) . Pobór 5.10.2007

<sup>29</sup> Zob. <http://www.filmpolski.pl/fp/index.php/4221629>

był współczesny ekumenizm jako nowy sposób potraktowania tej problematyki na różnych płaszczyznach. Wielokrotnie później powtarzany cykl poświęcony katolikom, prawosławnym, staroobrzędowcom, religiom buddyjskim, protestantom. Dostępny jest obecnie jedynie na kasetach VHS, również w sklepie internetowym TVP SA

- „Po-lan-yah” – „Tu mieszkał Bóg”, siedmiodcinkowy izraelski serial dokumentalny o koegzystencji dwóch narodów: polskiego i żydowskiego. Amnon Teitelbaum opowiadał o historii Żydów mieszkających na ziemiach polskich od średniowiecza do II wojny światowej. Emisja premierowa w TVP 1 w 2003 roku odbiła się głośnym echem.
- „Krajobraz Polski” – 12 odcinkowy cykl poświęcony kształtowaniu się krajobrazu Polski, jej architektury w zależności od wpływu mniejszości narodowych wyprodukowany dla TVP 2 przez firmę „Media Corporations” Józefa Węgrzyna, na podstawie scenariuszy Andrzeja Gutza<sup>30</sup>. Filmy te wielokrotnie były powtarzane na innych antenach, najczęściej w Telewizji Polonia.
- „Śląska Laba” (Ślązacy a... – ...Górale, Czesi). Cykl pojedynków kabaretowo-muzycznych Ślązaków z innymi mniejszościami<sup>31</sup> emitowany na różnych antenach centralnych TVP.
- „Magazyn Kociewski” (nie mylić z czasopismem „Kociewski Magazyn Regionalny”<sup>32</sup>) – cykliczny program opowiadający o życiu mieszkańców Kociewia, przybliżający problemy i szeroko rozumiany dorobek kociewskiej społeczności. Ten magazyn regionalny poświęcony jest wszelkim problemom kulturalnym i społecznym subregionu. Emitowany był w miesiącu w paśmie własnym OTV w Gdańsku. Od marca 2006 zmienił nazwę na „Na Kociewiu”. Nadal prezentuje „niesamowite walory krajobrazowe i turystyczne, żywą kulturę i przedsiębiorczość mieszkańców Kociewia”. Maria Kańska od lat przygotowująca ten magazyn twierdzi, że „z dala od wielkomiejskiego zgiełku żyje się intensywnie i pomysłowo, zgodnie z hasłem: bądź nowoczesny – szanuj tradycję”<sup>33</sup>.
- „Tolerancja” – miniprogramy emitowane wielokrotnie, na temat zawarty w tytule, szczególnie dotyczący dyskursu między grupami etnicznymi i narodowościowymi. Emisja Program 1. Po roku 2005 termin „tolerancja” realizowany był w telewizji publicznej zgodnie z kontrowersyjną filozofią Jana Pospieszalskiego autora audycji „Warto rozmawiać”<sup>34</sup>.

<sup>30</sup> Zob. [http://www.mediadesign.net.pl/andrzej-gutz\\_73.html](http://www.mediadesign.net.pl/andrzej-gutz_73.html)

<sup>31</sup> Zob. <http://www.polok.rybnik.pl/a.php?a=jpolok>

<sup>32</sup> Zob. [http://katalog.czasopism.pl/pismo\\_en.php?id\\_pisma=724](http://katalog.czasopism.pl/pismo_en.php?id_pisma=724)

<sup>33</sup> Maria Kańska, Na Kociewiu <http://ww6.tvp.pl/View?Cat=6481&id=272312>

<sup>34</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/4534,20060329321360.strona>

<http://www.neww.org.pl/pl.php/news/news/1.html?&nw=2270&re=3>

*Programy transgraniczne* – tworzone przez dziennikarzy sąsiadujących stacji regionalnych polskich i krajów ościennych, mówiących o wspólnych problemach, odrębnościach, możliwości współpracy i wymiany doświadczeń. Powstawały w wersjach dwu i wielojęzycznych, emitowane były jednocześnie w Polsce, jak i u sąsiadów. Wymienić warto:

- „Kowalski i Schmidt” – nadawany w latach 1999 - 2004 cykl programowy, przygotowywany przez oddział we Wrocławiu i ORB w Brandenburgii, o Polakach i Niemcach żyjących po obu stronach granicy. Prowadzony przez parę prezenterów (Polaka i Niemkę), nowoczesny, popularny i nagradzany<sup>35</sup>. Edyta Brzozowska w roku 2001 otrzymała wyróżnienie CIRCOM, międzynarodowej federacji skupiającej około 400 stacji regionalnych, a w roku następnym Grand Prix na tym prestiżowym dorocznym festiwalu.. Emisja dwa razy w miesiącu na antenie ogólnopolskiej TVP 3 przynosiła splendor nadawcy, choć nie była satysfakcjonująca ekonomicznie.
- „Kwartet” – magazyn regionów Czwórki Wyszehradzkiej przygotowywany był przez dziennikarzy z Koszyc, Bańskiej Bystrzycy, Ostrawy, Brna, Segedu, Miskolca, Krakowa i Rzeszowa dla programu wspólnego telewizji regionalnej. Program publicystyczny poruszał m.in. problemy mniejszości romskiej, słowackiej i ukraińskiej, produkowany wspólnie i emitowany w czterech wersjach językowych przez Polaków, Czechów, Słowaków i Węgrów. Po 2004 roku audycja emitowana jest tylko w programie lokalnym TVP 3 Rzeszów<sup>36</sup>. Założeniem audycji jest przybliżenie życia mieszkańców sąsiadujących regionów. Łączy je nie tylko historia ale i podobne problemy gospodarcze, społeczne czy ekonomiczne po wejściu do Unii Europejskiej. Jednocześnie cykl służy poznaniu kultury, ciekawych miejsc, osobliwości krajoznawczych i przyrodniczych. Porusza także problematykę mniejszości narodowych. Mówi też o sukcesach i problemach okresu transformacji. Przedstawiane na antenie sposoby ich rozwiązywania mogą być przykładem dla sąsiadów. Poszczególne stacje realizują do każdego odcinka po jednym felietonie. W każdym kraju przygotowywana jest wersja programu z tłumaczeniami i własną oprawą<sup>37</sup>.
- „Sąsiedzi”(Rzeszów)– audycja zainicjowana w grudniu 2002 r. na antenach Telewizji Rzeszów i Telewizji Lwów. Jest to polsko – ukraiński magazyn informacyjno – publicystyczny. Audycja ukazuje się cyklicznie, raz w miesiącu. Audycję przygotowują dziennikarze, ekipy filmowe oraz montażyści z Rzeszowa i Lwowa. Ich pracę koordynuje dwóch wydawców:

<sup>35</sup> Nagrody telewizji regionalnej w konkursie Prix Circom Regional [w:] Skoczek T. Telewizja regionalna. Szkic do opisu, Małopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli, Kraków 2002, s. 153 oraz <http://ww6.tvp.pl/3225,267856,3.view>

<sup>36</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/6439,372450,1.view#1>

<sup>37</sup> Zob. <http://www.rzeszow2.tvp.pl/kwartet/>



z Polski i Ukrainy zamawiających materiały i ustalających tematykę kolejnych odcinków. Oprawa graficzna jest taka sama dla polskiej i ukraińskiej wersji. Główny temat zawsze jest realizowany wspólnie – tak, aby ten sam problem pokazać z różnych perspektyw. Montowany jest w Rzeszowie. Współpraca pomiędzy TVP 3 Rzeszów i Telewizją Lwów nie ogranicza się tylko do produkcji magazynu „Sąsiedzi”. Rozwija się wymiana gotowych audycji. Rozwija się także współpraca informacyjna (dzięki temu np. ekipa z Rzeszowa nie musi jechać na Ukrainę, bo materiał nakręci Telewizja Lwów, a kasetę zostanie przekazana do Polski). Dziennikarze przekazują sobie również informacje o wydarzeniach i imprezach<sup>38</sup>

- „Po obu stronach Karpat” – audycja realizowana wspólnie z telewizją w Użgorodzie na Zakarpackiej Ukrainie. Region graniczący z Polską 30-kilometrową linią bieszczadzkich szczytów sąsiaduje także ze Słowacją, Węgrami i Rumunią: stanowi mieszaninę języków i narodowości. Zakarpacka Kompania Państwowa Radio-Telewizyjna jako jedyna na Ukrainie nadaje audycje w 5 językach. Przygotowuje bardzo różnorodny program od informacji i publicystyki po magazyny młodzieżowe i religijne. Umowa przewiduje nie tylko przygotowywanie wspólnych audycji i wymianę doświadczeń, ale również wzajemną pomoc techniczną i organizacyjną. Stacje zobowiązały się również do wymiany pracowników technicznych i twórczych. Telewizja Rzeszów bierze udział w Międzynarodowym Festiwalu Audycji Telewizyjnych i Radiowych dla mniejszości narodowych „Mój kraj ojczysty” organizowanym właśnie przez Teleradiokompanię Użgorod<sup>39</sup>.
- „Sąsiedzi” (Białystok) – był lokalnym magazynem będącym przeglądem najważniejszych wydarzeń społeczno-kulturalnych z Grodna i okolic, emitowany raz w miesiącu w paśmie własnym OTV Białystok. Po 2004 roku zaniechano jego produkcji.

Perspektywa integracji europejskiej sprawiła, że obszar pogranicza przeniósł się na naszą wschodnią granicę. Niestety nie rozszerzyła się perspektywa widzenia tego problemu przez Parlament, rząd, a więc w konsekwencji również przez telewizję publiczną. Telewizja regionalna zawsze wzmocniała, ale i łączyła kultury lokalne, sublokalne: niestety nie robi tego w chwili obecnej. Próba zastąpienia programu wspólnego wszystkich ośrodków telewizyjnych jednym centralnym programem informacyjnym (TVP-Info) na razie się nie powiodła. Zniweczono jednakże misterny plan konstruowania programu komplementarnego dla wszystkich anten i różniącego się wyraźnie od innych nadawców. Opisywanie przypadku z nieodległej przeszłości ma jednak sens, pokazuje bowiem jak realizowano misję i jak nadal można ją realizować. Rozwijanie medialnej

<sup>38</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/6439,372450,2.view#2>

<sup>39</sup> Zob. <http://ww6.tvp.pl/6439,372450,3.view#3>

współpracy przygranicznej i transgranicznej staje się coraz istotniejsze, gdyż tożsamość etniczno-kulturowa stanowi swoistą wartość integracyjną społeczności w szerokim kulturowym, narodowym czy wręcz międzynarodowym wymiarze. Taka jest tendencja europejska i nikt nie jest w stanie w dłuższej perspektywie jej się przeciwstawić.

Z badań wynika, że programy dla mniejszości narodowych nadawane przez Telewizję Polska i oddziały terenowe TVP 3 stanowiły istotne źródło informacji o sprawach poszczególnych mniejszości i grup etnicznych<sup>40</sup>. Co ważne, audycje dla mniejszości narodowych we wszystkich regionach postrzegane były jako programy wyjątkowe, realizowane o danej mniejszości i dla niej. Stanowiło to jeden z głównych powodów ich oglądania. Szkoda, że nie zbadano nigdy tych audycji pod kątem wyrobienia opinii o miejscach związanych z dziedzictwem kulturowym środowisk mniejszościowych, czy z kształtowaniem opinii o turystycznym programie regionalnym.

Widzowie – rekrutowani, jak wspomniano, spośród najbardziej zainteresowanych tą problematyką grup – oceniają, że programy dla mniejszości są w miarę wszechstronne, dostarczają informacji o bieżących sprawach małych narodowości i grup etnicznych, dają możliwość uczestnictwa w kulturze, także w odbywających się imprezach kulturalnych, pełnią funkcję edukacyjną, dostarczając różnorodnej i wszechstronnej wiedzy o kulturze i tradycjach. Budują i umacniają tożsamość narodową, zachęcają i motywują do angażowania się w działania na rzecz społeczności lokalnych. Dla wielu respondentów stanowią także rodzaj sentymentalnej podróży do miejsc i tradycji związanych z młodością (turystyka sentymentalna). Ponadto informują o działaniach poszczególnych skupisk mniejszości i innych grup. Bardzo istotną rolę, jaką odgrywają te audycje, jest prezentowanie zagadnienia mniejszości narodowych i etnicznych Polakom, co ma wpływ na kształtowanie tolerancji wobec innych nacji, kultur i religii. Wyrabia też zainteresowanie kulturą „innych”.

Jednak należy dodać, że oprócz tych istotnych i w gruncie rzeczy pochlebnych wypowiedzi pojawiają się też – zarówno podczas białostockich konferencji<sup>41</sup>, jak i wśród respondentów OBOP – zarzuty. Najczęściej dotyczą one skrótowej formy (niedosyt informacji), nieodpowiedniej pory emisji, czasem zbyt małej atrakcyjności programu.

Warto też zwrócić uwagę na pomysły i propozycje, jakie podają podczas spotkań Zespołu do Spraw Mniejszości Narodowych działającego przy Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji, szczególnie te opierające się o art. 21 obowiązującej ustawy o radiofonii i telewizji. Zarządzającym mediami

<sup>40</sup> Programy telewizyjne dla mniejszości narodowych, TNS OBOP, Warszawa, styczeń 2003.

<sup>41</sup> Zob. materiały konferencyjne Sadowski A. Skoczek T. (red), op. cit.

znane powinny być dokumenty Rady Europy: zalecenie w sprawie imigrantów, mniejszości etnicznych i mediów uchwalone 30 czerwca 1995 („mniejszości etniczne stanowią integralną część europejskiej tożsamości”<sup>42</sup>, czy ustalenia Dyrektywy 43 z 2000 roku Rady Unii Europejskiej wprowadzającej zasadę równego traktowania osób bez względu na rasę i pochodzenie, oraz Dyrektywa 78 z tego samego roku w sprawie ustanowienia ogólnych ram równego traktowania przy zatrudnianiu w pracy<sup>43</sup>.

Jedno z podstawowych podejść badawczych we współczesnej nauce o mediach masowych i komunikacji społecznej mówi, że ludzie potrzebują i wykorzystują media z czterech powodów i dla czterech podstawowych korzyści: informacji, rozrywki, tożsamości i interakcji społecznych. Wszystkie te atrybuty obecne być mogą w audycjach poświęconych mniejszościom narodowym i etnicznym, ich kulturze, obyczajom, dziedzictwu intelektualnemu

## Zakończenie

Media elektroniczne z różnym skutkiem zajmują się promocją regionalną, etniczną czy kulturową. Nadawcy publiczni mają taki obowiązek zapisany w swoich zadaniach. Jak wyżej udowodniono, jedna z podstawowych obligacji misyjnych – współpraca z mniejszościami narodowymi i etnicznymi nie jest zawsze realizowana prawidłowo. Opór polityczny, ideowy, przeważa - w ostatnich latach - nad oceną ekonomiczną czy potrzebami wynikającymi z badań lub ustaleń przedstawicieli grup mniejszościowych. Nauka nie zbadała też możliwości, jakie mają media w kształtowaniu zapotrzebowania społecznego, w realizacji przemyślanej polityki marketingowej. Medioznawcom w tym zakresie mogą pomocne być ustalenia teoretyków kultury, socjologów a także pedagogów. Na gruncie teorii turystyki opisane są modele turystyki etnicznej, kulturowej i przenikające te dziedziny turystyki wiejskiej oraz agroturystyki<sup>44</sup>. Istnieje gwałtowna potrzeba konwergencji tych teorii dla prowadzenia zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, dla rozwijania turystyki, gospodarki.

---

<sup>42</sup> Jaskiernia A. Rada Europy a problemy mediów masowych, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR, Warszawa 2002, s. 286

<sup>43</sup> Bąk A.S., Działania Unii Europejskiej na rzecz kultury i turystyki kulturowej, Difin, Warszawa 2007

<sup>44</sup> Gaworecki W. Turystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007

## Literatura

- Adamczyk L., Łodziński S., Mniejszości narodowe w Polsce w świetle Narodowego Spisu Powszechnego w 2002 roku, Wydawnictwo Naukowe Scholar Warszawa 2006
- Bąk A.S., Działania Unii Europejskiej na rzecz kultury i turystyki kulturowej, Difin, Warszawa 2007
- Budyta – Budzyńska M. „Mniejszości narodowe – bogactwo czy problem?“, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2003
- Czykwin E., Białoruska mniejszość narodowa jako grupa stygmatyzowana, Wydawnictwo Uniwersyteckie „Trans Humana”, Białystok 2000
- Edensor T. Tożsamość narodowa i życie codzienne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002
- Gaworecki W. Turystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007
- Goban – Klas. T. Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999
- Goban - Klas T. Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, ekspansja, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005
- Jaskiernia A. Rada Europy a problemy mediów masowych, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR, Warszawa 2002, s. 286
- Klimkiewicz B. Mniejszości narodowe w sferze publicznej: reprezentacje, praktyki, regulacje medialne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003
- Madajczyk P., (red.) Mniejszości narodowe w Polsce, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 1998
- Mucha J. (red), Kultura dominująca jako kultura obca. Mniejszości kulturowe a kultura dominująca, Oficyna Naukowa, Warszawa 1999
- Mucha J. Oblicza etniczności. Studia teoretyczne i empiryczne, Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków 2005
- Nijakowski L.M., Łodziński S. (red.), Mniejszości narodowe i etniczne w Polsce, Wydawnictwo Sejmowe 2003
- Programy telewizyjne dla mniejszości narodowych, TNS OBOP, Warszawa, styczeń 2003
- Sadowski A. Pogranicze polsko-białoruskie. Tożsamość mieszkańców, Wydawnictwo Uniwersyteckie Trans Humana”, Białystok 1995
- Sadowski A., Czerniawska M. Tożsamość Polaków na pograniczach, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 1999
- Sadowski A., Skoczek T. (red), Mniejszości narodowe i etniczne a media elektroniczne. Białoruś, Estonia, Litwa, Łotwa, Polska, Ukraina, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2001
- Sadowski A., Skoczek T. (red), Mniejszości narodowe i etniczne w mediach elektronicznych. Modele, wizerunek, oczekiwanie, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku i Telewizja Polska S.A., Białystok 2002
- Skoczek T. Telewizja Regionalna. Szkic do opisu, Małopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli, Kraków 2002,
- Skoczek T., Telewizja publiczna. Szkic do opisu, Wydawnictwo Plus, Kraków 2004
- Skoczek T., Rola mediów w procesie kształtowania tożsamości etniczno – kulturowej mieszkańców pogranicza, [w:] Pogranicza i multikulturalizm w warunkach Unii Europejskiej, Tom I, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004
- Skorowski H. Europa regionu. Regionalizm jako kategoria aksjologiczna, Krośnieńska Oficyna Wydawnicza, Krosno -Warszawea 2006

Synak B. Kaszubska tożsamość. Ciągłość i zmiana, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1998

### **Streszczenie**

Media elektroniczne odgrywają ogromną rolę w życiu współczesnych społeczeństw, również w kształtowaniu wizerunku obszarów wiejskich. Mogą wpływać na wyrobienie nawyku poznawczego w zakresie dziedzictwa kulturowego, kultury i sztuki regionalnej, lokalnych imprez. Popieranie mniejszości narodowych i etnicznych jest jednym z podstawowych zadań misji nadawców publicznych. Telewizja Polska, szczególnie w latach 2000 – 2004, miała wiele sukcesów w tym zakresie, stąd interesującym jest studium przypadku poświęcone tym zagadnieniom. Również literatura przedmiotu, prace powstałe w gabinetach socjologów, etnografów i politologów - jest bardzo interesująca. Podobnie jak badania terenowe, ankiety, zestawienia. Niestety ostatnimi czasy problematyka mniejszości narodowych i etnicznych znika z założeń badawczych, pomijana jest w ofercie mediów. Szkoda, bo realizacja misji publicznej nadawców wspomagać może bardzo aktywnie marketing potencjału turystyki wiejskiej

### **Summary**

The electronic media play a pivotal role in the life of contemporary society. This is also true in terms of how the image of rural areas is shaped by the electronic media. They can affect our cognitive and behavioral patterns, inspiring our interest in our cultural heritage, culture, regional art, and local events. Lending support to national and ethnic minorities is one of the basic tasks of the mission of the public media. Polish Television was very successful in this area, especially in the years 2000-2004. For this reason, a case study in this field is of vital interest. Furthermore, literature on the subject, studies conducted by sociologists, ethnographers and political scientists offer some intriguing insights into this subject, in addition to field work, questionnaires and comparisons. Regretfully, however, the subject of national and ethnical minorities is disappearing from research plans and is being overlooked by the media. It is a pity, indeed, since while realizing their mission, the public broadcasters could assist in the marketing of the potential of rural tourism.

**Anna Skwara**

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Wsparcie turystyki w ramach programów współfinansowanych z funduszy unijnych w Polsce**

### **Wstęp**

Turystyka stanowi sektor gospodarki, który w znaczący sposób wpływa na sytuację społeczną i ekonomiczną wielu polskich regionów. Akcesja do UE w szczególności, stała się stymulatorem rozwoju turystyki a zniesienie formalności granicznych przy podróżach do większości państw UE spowodowało wzrost liczby turystów w naszym kraju.

Wykorzystanie potencjału infrastruktury turystycznej, stopniowo wzrasta. Liczba hoteli wzrosła z 924 w 2000 r. do 1155 w 2003 r. i 1231 w 2005 roku. Rośnie liczba turystów zagranicznych, którzy odwiedzili Polskę (w 2006 r. - 15,7 mln osób

Korzystne położenie przestrzenno-geograficzne w korytarzach ważnych dróg europejskich oraz włączenie w struktury jednolitego rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, czynią z naszego kraju atrakcyjne miejsce do zwiedzania i wypoczynku, zarówno dla turystów zagranicznych jak i krajowych. Dla rozwoju turystyki istotna jest także możliwość wykorzystania zróżnicowanych, szczególnie cennych w skali europejskiej walorów środowiska przyrodniczego i kulturowego.

Szansą dla szybszego i bardziej dynamicznego rozwoju polskiej turystyki stało się od 2004 roku wsparcie w ramach programów operacyjnych finansowanych z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.

Podstawą realizacji projektów turystycznych finansowanych z tego instrumentu polityki regionalnej w poprzedniej perspektywie finansowej 2000-2006 były obszary interwencji określone w dokumentach Komisji Europejskiej w kategorii „turystyka”. Wyodrębnione zostały tam cztery następujące obszary rozwoju turystyki: inwestycje materialne (centra informacji, baza noclegowa, zaplecze gastronomiczne, punkty usługowe), inwestycje niematerialne (rozwój i świadczenie usług turystycznych, działalność sportowa, kulturalna, wypoczynek oraz dziedzictwo kulturowe), usługi dla sektora turystycznego, w tym MŚP (działalność promocyjna i informacyjna, konferencje i targi handlowe) oraz specjalistyczne szkolenia zawodowe.

W obowiązującym, od 2007 roku dokumencie strategicznym pt. *Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia*<sup>1</sup> znalazły się zapisy odwołujące się bezpośrednio do zagadnień związanych z turystyką jako do istotnego pola rozwoju gospodarczego, społecznego i terytorialnego Polski w latach 2007-2013. Celem nadrzędnym działań polskiej polityki w zakresie turystyki jest tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu oraz podniesieniu konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych. *Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013*<sup>2</sup> stanowi koncepcję modernizacji polskiej turystyki, z uwzględnieniem jej uwarunkowań, źródeł finansowania i systemu ewaluacji. Proponowane w niej cele i priorytety, realizowane w praktyce, powinny sprzyjać budowaniu silnych podstaw gospodarki turystycznej, której rola i znaczenie w gospodarce narodowej wzrasta. Główne działania są skoncentrowane wokół obszarów priorytetowych takich jak: rozwój produktów turystycznych, rozwój zasobów ludzkich, wsparcie marketingowe, kształtowanie przestrzeni turystycznej i wsparcie instytucjonalne.

### **Wsparcie przedsięwzięć turystycznych w latach 2004-2006**

Trudno jest oszacować rzeczywistą wysokość nakładów ze środków publicznych, które wspierały przedsięwzięcia turystyczne w latach 2004-2006, gdyż projekty z tego zakresu realizowane były w ramach działań w wielu różnych, innych dziedzinach (m.in. kultura, rozwój lokalny, odnowa miast i wsi).

Przedsięwzięcia turystyczne mogły uzyskać wsparcie w ramach *Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego*. Głównym działaniem, związanym bezpośrednio z turystyką w tym programie było działanie 1.4 *Rozwój turystyki i kultury*. Za główny cel tego działania przyjęto podniesienie znaczenia kultury i turystyki jako czynników stymulujących rozwój społeczno-gospodarczy regionów z uwzględnieniem potrzeby zapewnienia zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, ułatwienie dostępu do obiektów kultury i turystyki, między innymi poprzez rozbudowę infrastruktury oraz rozwijanie kompleksowego systemu informacji kulturalnej i turystycznej a także zwiększenie znaczenia zagranicznej turystyki przyjazdowej do Polski oraz turystyki krajowej poprzez podniesienie konkurencyjności regionalnych produktów turystycznych i kulturowych zarówno na rynkach zagranicznych, jak i na krajowym.<sup>3</sup> Do dofinansowania ze środków pomocowych głównie z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego kwalifikowały się dwa typy projektów: infrastrukturalne

<sup>1</sup> Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia to podstawowy dokument przygotowywany przez każdy kraj członkowski UE, określający krajowe priorytety, na które będą przeznaczone unijne fundusze w okresie programowania 2007 – 2013. Został on zatwierdzony Decyzją Komisji Europejskiej z dnia 7 maja 2007 roku.

<sup>2</sup> Dokument został przyjęty przez Radę Ministrów 21 czerwca 2005 r.

<sup>3</sup> Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego na lata 2004-2006.

oraz promocyjne. Ta pierwsza grupa obejmowała najczęściej projekty dotyczące: adaptacji zabytków techniki i architektury w celu zwiększenia atrakcyjności turystycznej regionu; rozwoju i modernizacji infrastruktury noclegowej, gastronomicznej i innej infrastruktury turystycznej, opracowania i utworzenia systemów i centrów informacji turystycznej, w tym nowoczesnej, interaktywnej sieci informacji internetowej, modernizacji infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki, projektów inwestycyjnych gmin uzdrowiskowych związanych z rozwojem ich funkcji leczniczo-wypoczynkowych. Druga grupa projektów promocyjnych dotyczyć mogła np. organizacji imprez i wydarzeń turystycznych oraz kulturalnych przyciągających turystów z innych regionów Polski i z zagranicy oraz udziału w specjalistycznych targach. Mogły to też być projekty związane z opracowaniem i wdrażaniem programów rozwoju i promocji lokalnych i regionalnych produktów turystycznych i kulturowych.

Większość projektów wybranych i zakwalifikowanych do realizacji w działaniu 1.4 dotyczyła dużych inwestycji infrastrukturalnych związanych z modernizacją, restauracją i rewaloryzacją zabytków w regionach: zamków i pałaców, historycznych centrów miast, kościołów itp., Kosztorysy takich projektów wartościowo mieściły się w przedziale od kilku do kilkudziesięciu milionów złotych.

Obok wymienionego wyżej działania należy wspomnieć o komplementarnych, trzech działaniach w ramach priorytetu *Rozwój lokalny*. Były to: działanie 3.1 *Obszary wiejskie* nakierowane na realizację projektów na terenie miejscowości liczących od 5 do 20 tys. mieszkańców lub w mniejszych ośrodkach pełniących funkcję lokalnych centrów rozwoju; działanie 3.2 *Obszary podlegające restrukturyzacji*, w ramach którego realizowane mogły być projekty na terenach borykających się z problemami społecznymi i gospodarczymi oraz w działaniu 3.3 *Zdegradowane obszary miejskie, przemysłowe i powojenne* obejmującym projekty skupiające się na terenach rewitalizowanych obszarów miejskich, przemysłowych i powojennych.

Priorytet 3 ZPORR został utworzony w odpowiedzi na potrzeby regionów znajdujących się w najgorszej sytuacji społeczno-ekonomicznej, zagrożonych zjawiskami trwałej marginalizacji ekonomicznej i społecznej, o wysokiej stopie bezrobocia, niskich dochodach, w których znaczną część stanowiła pomoc socjalna, niskim poziomie wykształcenia ludności, małej mobilności zawodowej społeczności lokalnych i niskiej kreatywności w zakresie poszukiwania dodatkowych źródeł utrzymania. W ramach wymienionych wcześniej działań 3.1, 3.2 i 3.3 realizowanych w tym priorytecie mogły być składane projekty dotyczące rozbudowy i poprawy stanu lokalnej infrastruktury kulturalnej (w tym poprawy stanu i rewaloryzacji obiektów zabytkowych), lokalnej infrastruktury turystycznej (baza noclegowa, gastronomiczna, rekreacyjna, punkty informacji turystycznej) i ułatwienia dostępu do atrakcji turystycznych i komunalnych. Wspierano także



projekty w zakresie rewitalizacji obszarów miejskich (poprzez remonty i rozbudowę obiektów, modernizację infrastruktury podstawowej, a także renowację zabudowy o dużej wartości architektonicznej i znaczeniu historycznym, znajdującej się na terenach poddanych procesom rewitalizacji) i obszarów przemysłowych i powojkowych (poprzez zmianę dotychczasowej funkcji tych obszarów oraz ich adaptację na nowe cele: gospodarcze, społeczne, edukacyjne, zdrowotne, rekreacyjne, kulturalne i turystyczne).

Wśród ogromnej różnorodności projektów typowanych w procedurach konkursowych do realizacji w priorytecie *Rozwój lokalny*, projekty turystyczne stanowiły niewielką część. Zostały umieszczone razem z projektami infrastrukturalnymi, np. dotyczącymi dróg czy ochrony środowiska. Oznaczało to konieczność konkurowania z projektami z innych dziedzin co zmuszało samorządy i władze lokalne do dokonywania czasami bardzo trudnych wyborów, którą dziedzinę w pierwszym rzędzie, przyjąć do dofinansowania. Jednymi z ciekawszych inwestycji turystycznych 3 priorytetu ZPORR były: rewitalizacja Zamku Golubskiego oraz odbudowa, rekonstrukcja i stylizacja obiektów Muzeum Archeologicznego w Biskupinie w woj. kujawsko-pomorskim, wytyczenie i zagospodarowanie trasy rowerowej „Szlakiem chojeńskich jezior” w woj. zachodniopomorskim, budowa infrastruktury turystyczno-kulturalnej nad jeziorem Miedwie czy odnowa 24 zabytkowych kamienic na łódzkiej ulicy z adaptacją jednego z budynków na Muzeum Kłahra w woj. dolnośląskim.<sup>4</sup>

We wszystkich, wymienionych działaniach o wsparcie mogły ubiegać się jednostki samorządu terytorialnego oraz fundacje i organizacje pozarządowe (w tym regionalne organizacje turystyczne). Wsparcie ukierunkowane było głównie na sektor publiczny.

Uruchomienie procesu naboru i oceny projektów zostało przesunięte o kilka miesięcy i rozpoczęło się dopiero w drugim półroczu 2005r. Opóźnienie to spowodowane było koniecznością przygotowania przez stronę polską programu pomocy publicznej oraz przeprowadzenia procesu jego notyfikacji przez Komisję Europejską, w związku ze zidentyfikowaniem elementów pomocy publicznej w obszarze turystyki.<sup>5</sup>

Działanie 3.4. *Mikroprzedsiębiorstwa* to kolejne działanie, gdzie możliwe było sfinansowanie w ramach ZPORR, małych i mikro- przedsiębiorstw zatrudniających średniorocznie poniżej 10 osób i działających na rynku nie dłużej niż trzy lata. Przeważającą część podmiotów gospodarczych w turystyce stanowią właśnie takie, niewielkie przedsiębiorstwa. Te podmioty miały dużą szansę na

---

<sup>4</sup> Dane pochodzą z Informacji na temat wykorzystania funduszy strukturalnych na wsparcie przedsięwzięć turystycznych w ramach Narodowego Planu Rozwoju na lata 2004-2006, Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki, marzec 2006.

<sup>5</sup> Zgodnie z wymogami wspólnotowymi, państwo członkowskie opracowuje program pomocowy, który następnie przedstawia do notyfikacji Komisji Europejskiej; po uzyskaniu zgody KE, program musi zostać wprowadzony do krajowego porządku prawnego.

pozyskanie środków, zwłaszcza że na wielu obszarach o dużej atrakcyjności turystycznej stanowią one znaczący element rozwoju gospodarki.

Działanie 3.4 nakierowane jest na rozwój przedsiębiorczości przez dotacje inwestycyjne oraz wsparcie doradcze i szkoleniowe dla przedsiębiorstw. Tutaj wsparcie udzielane było na dwa typy projektów związanych z turystyką: budowę, zakup, wyposażenie lub modernizację infrastruktury noclegowej i gastronomicznej.

Dodatkowo wspierane mogły być także zakupy wyposażenia rekreacyjnego, np. dla wypożyczalni kajaków, czy biura turystycznego. W działaniu tym wsparcie otrzymywał wyłącznie sektor prywatny.

W innych programach operacyjnych projekty z zakresu turystyki i kultury realizowane mogły być na terenie miejscowości do 5 tys. mieszkańców w ramach SPO *Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich*, w działaniu *Odnowa wsi oraz zachowanie i ochrona dziedzictwa kulturowego*. W ramach tego działania wspierano projekty związane z realizacją przedsięwzięć inwestycyjnych z zakresu modernizacji i wyposażenia obiektów pełniących funkcje kulturalne, rekreacyjne i sportowe, odnowienia zabytków charakterystycznych dla tradycji budownictwa wiejskiego regionu i ich adaptacji na cele publiczne, modernizacji przestrzeni publicznej we wsi. Dofinansowywano także projekty przyczyniające się do rozwoju publicznej infrastruktury związanej z rozwojem funkcji turystycznych wsi oraz działania związane z promocją regionu. Działanie jest przeznaczone dla samorządów.

Dla rolników prowadzących gospodarstwa agroturystyczne lub inne przedsięwzięcia turystyczne przeznaczone było działanie 2.4. *Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów*. Spośród 4 304 umów zawartych z beneficjentami (na kwotę 311 mln zł.) w ramach tego działania, agroturystyka i usługi turystyczne stanowiły łącznie przedmiot 16% przyjętych do realizacji projektów.<sup>6</sup> Były to głównie inwestycje służące podjęciu przez rolników i domowników dodatkowej działalności na bazie zasobów gospodarstwa rolnego w zakresie m.in. rzemiosła i rękodzielnictwa, sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzących z własnego gospodarstwa oraz agroturystyki i usług związanych z turystyką i wypoczynkiem (projekty z zakresu: rozbudowy i adaptacji istniejących budynków mieszkalnych i gospodarczych na cele agroturystyczne oraz ich wyposażenia, urządzania miejsc do wypoczynku tj. zakupu wyposażenia i sprzętu turystycznego lub rekreacyjnego dla działalności agroturystycznej, a także zwierząt służących do celów terapeutycznych, sportowych i rekreacyjnych). Najwięcej dotychczas zatwierdzonych w tym działaniu projektów dotyczyło agroturystyki, a także usług związanych z turystyką i wypoczynkiem.

---

<sup>6</sup> Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013

Uzyskanie wsparcia dla turystyki w latach 2004-2006 możliwe było także w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego *Rozwój zasobów ludzkich*. Przewiduje on prowadzenie różnego typu szkoleń, przede wszystkim językowych oraz mających na celu podnoszenie jakości i standardu usług. Turystyka została uwzględniona jako jeden z 6 tematów szkoleń horyzontalnych o ogólnopolskim zasięgu w ramach działania 2.3 „Rozwój kadr nowoczesnej gospodarki”. Działanie miało na celu dostosowanie systemu edukacji i szkoleń do wymagań społeczeństwa opartego na wiedzy i poprawy jakości zatrudnienia przez wzrost inwestycji w rozwój zasobów ludzkich, a w szczególności zwiększenia nakładów na wykorzystanie technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Ponadto cele działań to również promocja edukacji w zakresie przedsiębiorczości, samozatrudnienia i wykorzystania nowoczesnych rozwiązań technologicznych.

W ramach wsparcia m.in. szkoleń dla branży turystycznej, rozpoczęto w 2004 r. przygotowanie do szeroko zakrojonego „Programu szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych”, którego realizację podjęto pod koniec 2005 r.

„Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych” jest pierwszym w Polsce dużym projektem w zakresie szkoleń i doradztwa dla branży turystycznej, którego celem jest podniesienie konkurencyjności branży turystycznej poprzez doskonalenie umiejętności i kwalifikacji kadr. Projekt ten zlokalizowany został w województwach: dolnośląskim, podlaskim, pomorskim, kujawsko-pomorskim oraz świętokrzyskim.

Projekt jest adresowany do przedstawicieli kadry zarządzającej i pracowników, przedsiębiorstw turystycznych, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji, które wspierają rozwój turystyki. Szkolenia dla przedsiębiorstw w większej części finansowano z Europejskiego Funduszu Społecznego. Dla beneficjentów takich jak jednostki samorządu terytorialnego i inne organizacje, szkolenia są nieodpłatne.

Oferta szkoleń i konsultacji rozłożona została na trzy komponenty:

I Współpraca Sieciowa (tworzenie, rozwijanie i promowanie markowych produktów turystycznych w formule sieciowej),

II Zarządzanie Turystyką (różne zagadnienia branżowe związane z zarządzaniem produktem i podmiotem działającym w branży turystycznej),

III Szkolenia Językowe (nauczanie angielskiego, niemieckiego, francuskiego oraz rosyjskiego).

Planowane na przyszłość kolejne 2 edycje programu, umożliwią objęcie nim terenu całego kraju.

Przedsiębiorstwa prywatne (poza mikroprzedsiębiorstwami) działające w sektorze turystyki i kultury korzystają ze wsparcia w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego *Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw na lata 2004-2006*. Program ten określa cele, priorytety i działania dotyczące realizacji polityki

w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności. Szczególne miejsce zajmują w nim małe i średnie przedsiębiorstwa, tak liczne wśród hoteli i restauracji.

Działanie 2.1 *Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo*, skierowane jest na zwiększenie konkurencyjności polskich małych i średnich przedsiębiorstw poprzez ułatwienie im dostępu do specjalistycznej pomocy doradczej. W ramach tego działania wspierane są m.in. projekty doradcze w zakresie projektowania, wdrażania i doskonalenia systemów zarządzania jakością, wdrażania strategii rozwoju przedsiębiorstwa w oparciu o nowe technologie czy zastosowania i wykorzystania technologii informatycznych w przedsiębiorstwie. Kolejne działanie 2.2 *Wsparcie konkurencyjności produktowej i technologicznej przedsiębiorstw* skupia się na poprawie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez dofinansowanie nowych inwestycji, prowadzących do zasadniczych zmian produkcji, produktu lub procesu produkcyjnego (np. utworzenie, rozbudowa lub nabycie przedsiębiorstwa, zarówno ze sfery produkcyjnej jak i usługowej, jak również rozpoczęcie w przedsiębiorstwie działalności obejmującej dokonywanie zasadniczych zmian produkcji, produktu lub procesu produkcyjnego) oraz wzrost skali umiędzynarodowienia przedsiębiorstw poprzez promocję (np. poprzez pokrycie kosztów udziału przedsiębiorców w wyjazdowych misjach gospodarczych z udziałem w imprezach targowo-wystawienniczych za granicą). Działanie 2.3 *Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje* służy zwiększeniu konkurencyjności polskich małych i średnich przedsiębiorstw przez unowocześnienie ich oferty produktowej i technologicznej. W ramach działania realizuje się projekty w zakresie m.in.: dostosowania technologii i produktów do wymagań unijnych, modernizacji w małych i średnich przedsiębiorstwach, wdrażania i komercjalizacji technologii innowacyjnych, wykorzystania technologii gospodarki elektronicznej w przedsiębiorstwach, zastosowania i wykorzystania technologii informatycznych w procesach zarządzania przedsiębiorstwem.

Skierowany do przedsiębiorców program *Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw* ma charakter horyzontalny, dlatego nie mogły być w jego ramach wspierane projekty wyróżnione ze względu na przynależność do jakiegoś sektora produkcyjnego czy usługowego. Przedsiębiorstwa turystyczne prowadzące działalność gospodarczą w sektorze turystyki mogą się ubiegać o wsparcie na zasadach ogólnych, pod warunkiem wpisania się w któreś z działań zaprojektowanych w tym programie. SPO WKP nie przewidywał jednak żadnych specjalnych instrumentów wspierania sektora turystyki w Polsce, takie preferencje sektorowe zostały bowiem zakwestionowane przez Komisję Europejską.

W praktyce dofinansowywane były głównie: udział w wyselekcjonowanych imprezach targowych, budowa infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form wypoczynku, budowa i modernizacja infrastruktury noclegowej w tym adaptacja

obiektów zabytkowych, budowa i modernizacja infrastruktury gastronomicznej wykorzystująca specyfikę regionalną.

### **Ocena realizacji i wdrażania projektów z zakresu turystyki w latach 2004-2006 w Polsce**

W pierwszym okresie naszego członkostwa w UE rozwój turystyki w Polsce zasiliło prawie 900 mln zł. z funduszy europejskich przeznaczonych na współfinansowanie wszystkich programów.<sup>7</sup>

Struktura wydatków w realizowanych projektach według kierunków przeznaczenia środków różni się w zależności od rodzaju i charakteru gminy. Gminy wiejsko-miejskie i wiejskie przeznaczają na rozwój turystyki oraz rozbudowę i modernizację infrastruktury społecznej, znacznie więcej środków niż gminy miejskie.

Analiza projektów z branży turystycznej realizowanych z funduszy strukturalnych UE wykazała, iż najwięcej środków na rozwój turystyki trafiło do województwa śląskiego, gdzie realizowanych jest 180 projektów o wartości dofinansowania na kwotę 100,9 mln zł.

Równie wysokie jest wsparcie do inwestycji realizowanych w województwach: mazowieckim (281 projektów o wartości dofinansowania 85,5 mln zł) i warmińsko-mazurskim (171 projektów na kwotę 76,1 mln zł dofinansowania z funduszy strukturalnych).

Liczbowo najwięcej projektów realizowanych jest w województwach: lubelskim (305), mazowieckim (281) oraz zachodniopomorskim (281).

Większość projektów pochodziło z jednostek samorządu terytorialnego (86%), będących jak dotychczas, największym beneficjentem funduszy strukturalnych. W następnej kolejności były: instytucje kultury (5%), rolnicy (4%), organizacje pozarządowe (3%) oraz kościoły i związki wyznaniowe (2%). W niewielkim stopniu projekty turystyczne przedkładali także przedsiębiorcy. Znacznie większe możliwości pozyskania środków na przedsięwzięcia z zakresu turystyki przedsiębiorcy mają w latach 2007-2013, ponieważ będą uprawnieni do uczestniczenia w konkursach w ramach wszystkich programów operacyjnych.

### **Wsparcie dla turystyki w latach 2007-2013**

Wsparcie przedsięwzięć turystycznych jest kontynuowane w kolejnym okresie programowania 2007-2013, w ramach przygotowywanych obecnie

---

<sup>7</sup> Dane pochodzą z monitoringu realizacji projektów współfinansowanych z funduszy strukturalnych w latach 2004-2006, prowadzonego przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Baza projektów, MRR.

programów operacyjnych. Na ten cel w nowej perspektywie finansowej polski rząd i samorządy przeznaczą ok. 5,2 mld zł (1,3 mld euro).

Umiejscowienie oraz zakres wsparcia turystyki będzie różniło się w porównaniu z okresem poprzednim, przede wszystkim ze względu na fakt, iż powstało 16 regionalnych programów operacyjnych, w których układ priorytetów i działań bardziej odpowiada lokalnym uwarunkowaniom i potrzebom. Takie podejście będzie korzystniejsze niż poprzednio, gdzie ogólnie formułowano zakres wsparcia dla turystyki w działaniach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego.

Poza regionalnymi programami operacyjnymi, projekty na rozwój turystyki realizowane będą w latach 2007-2013 w ramach innych programów współfinansowanych ze środków funduszy strukturalnych takich jak: Program Operacyjny *Innowacyjna Gospodarka*, PO *Rozwój Polski Wschodniej* oraz PO *Kapitał Ludzki*. Na poziomie centralnym wsparciem objęte zostaną ponadregionalne projekty o charakterze sieciowym, mające na celu tworzenie i rozwijanie produktów turystycznych o znacznej skali. Wsparcie skierowane będzie do jednostek samorządu terytorialnego oraz ich związków i zrzeszeń, a także przedsiębiorców i instytucji biznesu tworzących lub realizujących wspólne przedsięwzięcia. Tak pojęta kooperacja będzie mieć za zadanie wykreowanie ponadregionalnych i ogólnopolskich produktów turystycznych.

Zakłada się również wsparcie dla promocji turystycznej Polski mające przyczynić się do wzmocnienia jej atrakcyjności turystycznej i zachęcenia jak największej liczby turystów zagranicznych do przyjazdu do naszego kraju.

Kontynuowane będzie także wsparcie projektów związanych z rozwojem turystyki na obszarach wiejskich. W nowym *Programie Rozwój Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013* w ramach osi *Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej* przewidziano działanie *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej*. Celem jest pomoc w podejmowaniu lub rozwijaniu przez rolników działalności nierolniczej lub związanej z rolnictwem, co wpłynie na tworzenie pozarolniczych źródeł dochodów, promocję zatrudnienia poza rolnictwem. Udzielana będzie wsparcie z tytułu podjęcia lub rozwoju działalności w zakresie m.in. usług turystycznych oraz tych związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem.

Inne działanie *Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw*, mające na celu dywersyfikację działalności gospodarczej i poprawę możliwości zatrudnienia, przyczynić się powinno do zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich. Pomoc otrzymają podmioty podejmujące inwestycje związane z tworzeniem lub rozwojem mikroprzedsiębiorstw, w tym działających w branży usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem.

## **Podsumowanie**

Na realizację przedsięwzięć turystycznych, można było uzyskać wsparcie ze środków funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, w latach 2004-2006, w ramach kilku programów i kilkunastu działań. W ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego były to działania takie jak: Działanie 1.4. Rozwój turystyki i kultury; Działanie 3.1. Obszary wiejskie; Działanie 3.2. Obszary podlegające restrukturyzacji; Działanie 3.3. Zdegradowane obszary miejskie, przemysłowe i powojenne; Działanie 3.4. Mikroprzedsiębiorstwa. W ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich były dwa działania tj.: Działanie 2.3 Rozwój kadr nowoczesnej gospodarki – schemat B (Promocja rozwiązań systemowych) „Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych” oraz Działanie 2.3 Doskonalenie umiejętności i kwalifikacji kadr - Schemat A. Kolejny program operacyjny to: SPO Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw i w jego ramach następujące działania: Działanie 2.1. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo; Działanie 2.2. Wsparcie konkurencyjności produktowej i technologicznej przedsiębiorstw (Poddziałanie 2.2.1. Wsparcie dla przedsiębiorstw dokonujących nowych inwestycji, Poddziałanie 2.2.2. Wsparcie w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstw) oraz Działanie 2.3. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje. Ostatni program sektorowy gdzie udostępnione zostały środki wspierające rozwój turystyki to SPO Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich a w jego ramach dwa działania: Działanie 2.3. Odnowa wsi i zachowanie dziedzictwa kulturowego oraz Działanie 2.4. Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów.

## **Literatura**

Informacje na temat wykorzystania funduszy strukturalnych na wsparcie przedsięwzięć turystycznych w ramach Narodowego Planu Rozwoju na lata 2004-2006, Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki, marzec 2006

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013.

Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego na lata 2004-2006.

## **Streszczenie**

W artykule zawarto analizę i ocenę programów wspierających rozwój turystyki w Polsce, współfinansowanych ze środków wspólnotowych polityki regionalnej oraz Wspólnej Polityki Rolnej od momentu akcesji, w latach 2004 – 2006. W tym to okresie na rozwój turystyki przeznaczono prawie 900 mil. zł z funduszy europejskich na realizację 2,8 tys projektów. Projekty tego rodzaju częściej były realizowane w gminach wiejskich i wiejsko-miejskich, w gminach miejskich natomiast

„przegrywały” z projektami z dziedziny inwestycji komunalnych. Analiza projektów z branży turystycznej współfinansowanych ze środków pomocowych UE wykazała, iż najwięcej środków na rozwój turystyki trafiło do województwa śląskiego, gdzie realizowanych jest 180 projektów o wartości dofinansowania z funduszy strukturalnych na kwotę 100,9 mln zł. a także mazowieckie (281 projektów o wartości dofinansowania 85,5 mln zł) i warmińsko-mazurskie (171 projektów na kwotę 76,1 mln zł dofinansowania z funduszy strukturalnych). Liczbowo najwięcej projektów realizowanych jest w województwach: lubelskim (305), mazowieckim (281) oraz zachodniopomorskim (281). Większość projektów przedłożyły jednostki samorządu terytorialnego (86%), największy jak dotychczas beneficjent funduszy strukturalnych..

### **Summary**

The article contains analysis and evaluation of programs which supports Polish tourism development, co-financed from EU budget within Regional Policy and Common Agricultural Policy in 2004-2006 years. At this period was designed almost 900 ml. PLN from European Funds for realization of the 2,8 thou. projects. This kind of projects were realized more often in rural communes or rural-urban communes than in urban one. The analyze of tourism sector projects co-financed from EU founds shows that the biggest public support for tourism development got Śląskie District (180 projects, total value of support from EU structural founds - 100,9 ml PLN), Mazowieckie District 281 projects, total support value - 85,5 ml PLN) and Warmińsko-Mazurskie District (171 projects, total support - 76,1 ml. PLN). The biggest number of projects were realized in districts: Lubelskie (305), Mazowieckie and Zachodnio-Pomorskie (281). In most cases the projects were submitted by units of local governments (86%). Until now they are the the biggest beneficiary of EU structural founds.



**Wioletta Bieńkowska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa  
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Sposoby spędzania czasu wolnego po pracy i w czasie wyjazdów urlopowych**

### **Wstęp**

Czas jest zagadnieniem, którym od dawien dawna zajmują się filozofowie. Podejmują oni próbę wyjaśnienia refleksji dotyczącej życia, trwania, przemijania. W dzisiejszym świecie wielu naukowców podejmuje badania nad czasem wolnym. Są to m. in. psychologowie, socjologowie, ekonomiści oraz pedagogowie. Przyczyną tak dużego zainteresowania czasem wolnym wśród naukowców z różnych dziedzin jest postęp techniczny, automatyzacja stanowisk pracy oraz rozwój urbanizacji. Czynniki te powodują zwiększanie się czasu wolnego wielu osób. Posiadanie przez ludzi coraz większej ilości czasu wolnego wyznacza nowe wyzwania pedagogom, którzy starają się wychowywać społeczeństwo do racjonalnego wykorzystania czasu wolnego. Wiele osób uważa, iż ma mało bądź wcale nie posiada czasu wolnego. Można sądzić, że dość dużo ludzi nie potrafi racjonalnie organizować swoich zajęć. Z czasem wolnym wiążą się również zagadnienia turystyki i rekreacji. W artykule przybliżono istotę czasu wolnego, sposoby spędzania go po pracy i w czasie wyjazdów turystyczno-rekreacyjnych.

### **Metody badawcze i charakterystyka badanej populacji**

Aby poznać sposoby spędzania czasu wolnego mieszkańców Mazowsza, materiał empiryczny został zebrany za pomocą metody sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki wywiadu według standaryzowanego kwestionariusza. Badania zostały przeprowadzone w 2005 r. wśród 208 respondentów zamieszkujących teren Mazowsza. Kwestionariusz wywiadu składał się z 21 pytań, wśród których były pytania zamknięte, półotwarte i otwarte. W badaniach uczestniczyło 49,0% mężczyzn i 51,0% kobiet. Badani byli zróżnicowani pod względem wieku. Najlicniejszą grupę stanowiły osoby w wieku powyżej 45 roku życia (38,0%), a najmniej liczną - badani do 25 roku życia (18,0%). Respondenci byli również zróżnicowani pod względem wykształcenia. Wykształceniem wyższym legitymowało się 39,0% badanych. Drugą grupę stanowili respondenci z wykształceniem średnim (49,0%), trzecią z zasadniczym zawodowym (8,0%), a najmniej liczną osoby z wykształceniem podstawowym (4%).

## Sposoby spędzania czasu wolnego

W dzisiejszym świecie czas wolny stał się zagadnieniem, które cieszy się zainteresowaniem specjalistów z wielu dziedzin naukowych. Pojęcie czasu wolnego jest różnie interpretowane, dlatego też, w artykule podano definicje tego pojęcia według różnych autorów.

Według K. Czajkowskiego<sup>1</sup> czas wolny jest *dobrem społecznym, wypracowanym przez jednostkę i społeczeństwo dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych po pracy zawodowej, nauce – dla rozwijania indywidualnych zamiłowań i zainteresowań, zapewnienia kulturalnego wypoczynku i kształtowania bogatszej osobowości jednostki.*

H. Otto<sup>2</sup> interpretuje czas wolny jako *czas, który pozostaje po odliczeniu czasu obowiązku, jest to czas dyspozycyjny, rzeczywiście wolny.*

W. Danecki<sup>3</sup> definiuje czas wolny jako *regeneracja zużywanych na pracę sił, poszerzenia wiedzy ogólnej i zawodowej, życie rodzinne, wychowanie dzieci, osobiste zainteresowania, potrzeby kulturalne i udział w życiu publicznym.*

L. Kozioł<sup>4</sup> określa czas wolny w potocznym rozumieniu jako *czas wypoczynku, rozrywki, znakomitej aktywności jednostki ludzkiej.*

J. Żukowski<sup>5</sup> definiuje czas wolny w odróżnieniu od pozostałego czasu poza pracą jako *sumę czasu przeznaczanego przez ludzi pracy na naukę, samokształcenie, udział w życiu społeczno-politycznym, wychowanie, rozrywki, działalność twórczą i zajęcia amatorskie, kulturę fizyczną i sport, tzn. na tego rodzaju aktywny wypoczynek, który zabezpiecza wzrost kultury ogólnej, wiedzy ogólnej i specjalnej oraz podniesienie wydajności pracy.*

Natomiast R. Wroczyński<sup>6</sup> definiuje czas wolny jako *czas pozostały po wykonaniu obowiązków rodzinnych, zawodowych, społecznych i przeznaczony na odpoczynek, rozrywkę oraz rozwój własnych zainteresowań zgodnie z zamiłowaniem i upodobaniami.*

Według B. Gruszyna<sup>7</sup> czas wolny to *ta część czasu nie związanego z pracą, która pozostaje po odejściu wszystkich wymienionych nakładów czasu, czyli czas wolny od wszelkich obowiązków.*

T. Michalczyk<sup>8</sup> podkreśla, że definicja czasu wolnego bardzo się komplikuje, gdy próbujemy ją wszechstronnie rozpatrzyć. Definicji czasu wolnego nie da się

<sup>1</sup>K. Czajkowski: Wychowanie do rekreacji. WSiP, Warszawa 1979, s.10.

<sup>2</sup>H. Otto: Czas wolny w rozwoju społeczno-ekonomicznym. Wyższa Szkoła Inżynierska., Radom 1979, s. 21.

<sup>3</sup>W. Danecki: Czas wolny – mity i potrzeby. Książka i Wiedza, Warszawa 1967, s. 29.

<sup>4</sup>L. Kozioł : Jak racjonalnie gospodarować czasem. Wydawnictwo i Drukarnia „SECESJA”, Kraków 1992, s. 191.

<sup>5</sup>T. Wujek: Praca domowa i czynny wypoczynek ucznia. PZWS, Warszawa 1969, s.10.

<sup>6</sup>R. Wroczyński: Pedagogika społeczna. PWN, Warszawa 1974, s. 212.

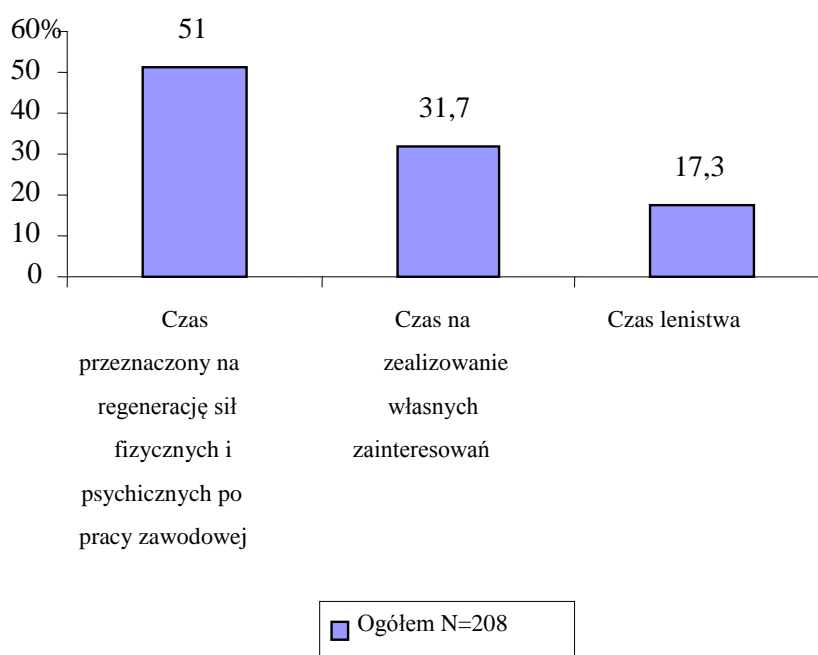
<sup>7</sup>B. Gruszyn: Czas wolny. Aktualna problematyka. PWN, Warszawa 1970, s. 22.

<sup>8</sup>T. Michalczyk: Potrzeba redefinicji czasu wolnego. W: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Red naukowa Z. J. Przychodzeń. Wydaw. SGW, Warszawa – Sztabin – Biała Waka – Soleczniki Wielkie 2003, s. 28 – 29.

dziś odnieść aktualnie tylko do czasu pracy i obowiązku. Staje się on dziś sposobem na życie, pewną filozofią życia i coraz częściej filozofią życia bez pracy i bez obowiązku.

Podsumowując można podkreślić, iż w literaturze przedmiotu nie ma jednej spójnej definicji czasu wolnego, która byłaby zaakceptowana przez wszystkich badaczy tego zagadnienia.

W niniejszym opracowaniu wykorzystano definicję według K. Czajkowskiego. Według respondentów czas wolny to: czas przeznaczony na regenerację sił fizycznych i psychicznych po pracy zawodowej, czas na zrealizowanie własnych zainteresowań oraz czas lenistwa, co przedstawia wykres 1.



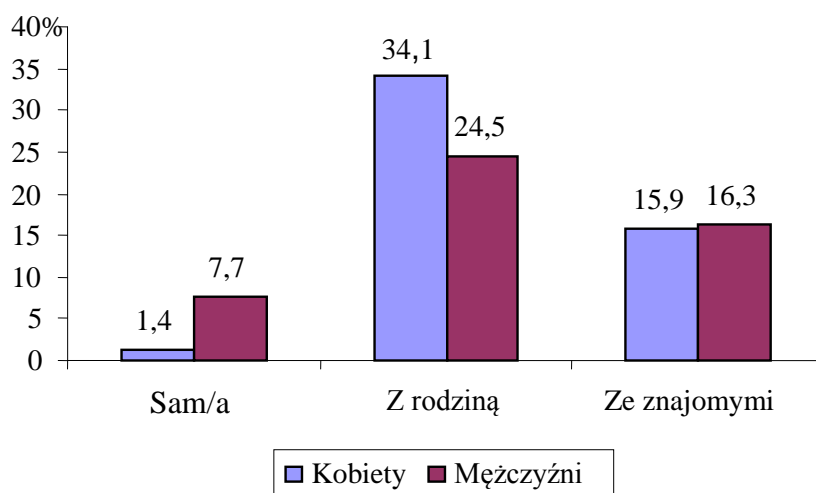
Wykres 1. Pojęcie czasu wolnego według mieszkańców Mazowsza (w %)

Źródło: badania własne.

Z danych zawartych na wykresie 1 wynika, że dla 51,0% badanych czas wolny jest to czas przeznaczony na regenerację sił fizycznych i psychicznych po

pracy zawodowej. Natomiast 31,7% respondentów wykorzystywało swój czas wolny na realizację własnych zainteresowań, tylko 17,3% czas wolny traktowało jako czas lenistwa.

Większość z nas w swoim czasie wolnym stara się spotykać z osobami, z którymi czuje się dobrze. Na przykład, jedni spędzają go z najbliższą rodziną, inni ze znajomymi, a jeszcze inni preferują samotność w zaciszu swojego domu. W badaniach zapytano respondentów, komu poświęcają najwięcej swojego czasu wolnego. Szczegółowe dane zawiera wykres 2.



Wykres 2. Osoby, z którymi najczęściej spędzano czas wolny według płci (w%)

Źródło: badania własne

Mężczyźni częściej niż kobiety woleli spędzać czas wolny samotnie (7,7%). Natomiast z rodziną częściej spędzały czas wolny kobiety (34,1%). Zarówno kobiety jak i mężczyźni spotykali się ze znajomymi z tą samą częstotliwością.

Tabela1. Osoby, z którymi najczęściej spędzano czas wolny według wieku i miejsca zamieszkania (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem N=208	Wiek				Miejsce zamieszkania	
		18-25 lat N=38	25-35 lat N=45	36-45 lat N=46	Powyżej 46 lat N=79	Warszawa N=107	Skierniewice N=101
Z rodziną	58,7	7,2	12,0	13,9	25,5	31,3	27,4
Ze znajomymi	32,2	10,1	8,7	7,2	6,3	18,3	13,9
Sam/a	9,1	1,0	1,0	1,0	6,3	1,9	7,2

Źródło: badania własne

Z tabeli 1 wynika, że im starsze osoby, tym chętniej poświęcały czas wolny rodzinie. Natomiast ze znajomymi chętniej spędzały czas wolny osoby młodsze. Najbardziej respondenci preferowali spędzanie czasu wolnego samotnie.

Każdy z nas preferuje inny sposób spędzania czasu wolnego, jedni chętnie poświęcają go na wyjazdy, inni na hobby, a jeszcze inni na oglądanie telewizji. Szczegółowe dane na ten temat zawiera tabela 2.

Tabela 2. Sposoby spędzania czasu wolnego według płci i miejsca zamieszkania (w %)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=208	Płeć		Miejsce zamieszkania	
		Kobieta N=107	Mężczyzna N=101	Warszawa N=107	Skierniewice N=101
Odwiedzanie znajomych,	45,7	25,0	20,7	28,4	17,3
Spacery	44,2	25,0	19,2	27,9	16,3
Wyjazdy, wycieczki	40,9	22,6	18,3	24,0	16,8
Czytanie	40,4	24,5	15,9	25,0	15,4
Oglądanie TV	30,8	14,4	16,3	14,4	16,3
Hobby	19,7	8,7	11,1	12,5	7,2
Słuchanie audycji radiowych	9,6	6,7	2,9	5,8	3,8
Kółka zainteresowań	4,8	2,4	2,4	2,4	2,4

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badania własne

Z przeprowadzonych badań wynika, że najczęstszą formą spędzania czasu wolnego preferowaną przez respondentów były spotkania w gronie rodziny i przyjaciół oraz spacer. Na drugim miejscu uplasowały się wycieczki, czytanie książek i czasopism. Wymienione formy częściej preferowały kobiety niż mężczyźni oraz respondenci mieszkający na terenie Warszawy.

Każdy z nas w innym miejscu lubi spędzać swój czas wolny. Jedni chętnie spędzają go poza domem, aby nawiązać nowe znajomości, spotkać się z rodziną czy znajomymi, a inni pozostają w samotności, wykonując zaległe prace domowe. Odpowiedź na pytanie, gdzie spędzali czas wolny badani przedstawiają dane zawarte w tabeli 3.

Tabela 3. Miejsca spędzania czasu wolnego według wieku i miejsca zamieszkania (w%)

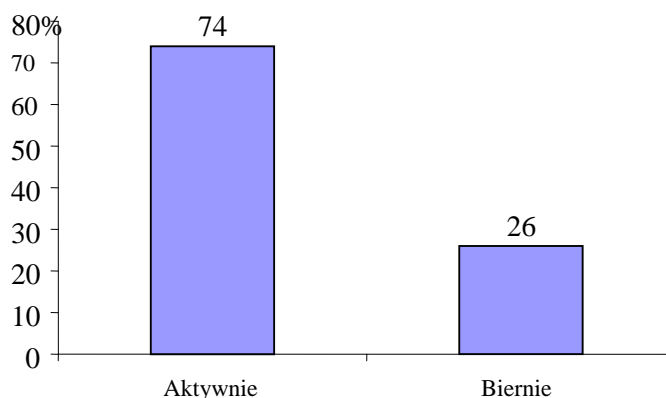
Wyszczególnienie	Ogółem N=208	Płeć		Miejsce zamieszkania	
		Kobieta N=107	Mężczyzna N=101	Warszawa N=107	Skierniewice N=101
Poza domem	47,1	24,5	22,6	30,3	16,8
W domu	39,9	20,2	19,7	14,4	25,5
W parkach rozrywki i innych	7,2	3,4	3,8	3,8	3,4
W instytucjach kulturalno- oświatowych	5,8	3,4	2,4	2,9	2,9

Źródło: badania własne.

Respondenci najchętniej spędzali czas wolny poza miejscem zamieszkania lub pozostając w zaciszu swojego domu. Mieszkańcy Warszawy częściej wybierali odpoczynek poza domem, natomiast mieszkańcy Skierniewic – w domu. Instytucje kulturalno-oświatowe oraz parki rozrywki wybierane były przez badanych dość rzadko.

### **Typy zachowań turystyczno-rekreacyjnych podczas wyjazdów urlopowych**

Każde zachowanie jest wynikiem posiadanych predyspozycji, zarówno fizycznych jak i psychicznych. Dzięki nim realizujemy wyznaczone cele. Osiągnięcie stawianego celu jest możliwe w różnych otoczeniach i zależy od typu zachowania. Swoje cele można realizować w otoczeniu społecznym, kulturowym i przyrodniczym. W literaturze przedmiotu wyróżniono około dwustu typów zachowań, Związane są one z różnymi sferami życia, natomiast blisko sto spośród nich wiąże się z przyrodą. Do opracowania wyników badań empirycznych wykorzystano typologię zachowań turystyczno-rekreacyjnych zaproponowaną przez A. Krzymowska-Kostrowicką<sup>9</sup>. Omówienie wyników badań przedstawiających preferowane typy zachowań zostały poprzedzone danymi dotyczącymi formy spędzania czasu wolnego. Typy zachowań turystyczno-rekreacyjnych wymagają albo aktywności albo bierności. Jedne wzmagają wysiłku fizycznego a inne potrzebują go niewiele. Aby dowiedzieć się, czy respondenci spędzają czas aktywnie czy biernie, w badaniach zadano pytanie: jakie formy spędzania czasu wolnego preferują podczas wyjazdów? Szczegółowe informacje na ten temat przedstawia wykres 3.



Wykres 3. Sposoby spędzania czasu wolnego podczas wyjazdów urlopowych (w%)

Źródło: badania własne

<sup>9</sup>A. Krzymowska-Kostrowicka: *Geoekologia turystyki i wypoczynku*. PWN, Warszawa 1997, s. 111-123.

Z danych zawartych na wykresie 3 wynika, że respondenci chętniej spędzali czas wolny podczas wyjazdów urlopowych aktywnie. Taką odpowiedź deklarowało ponad ¾ badanych.

Tabela 4. Typy zachowań turystyczno-rekreacyjnych według wieku (w%)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=208	Wiek respondenta			
		18-25 lat	26-35 lat	36-45 lat	powyżej 46 lat
<b>AKTYWNE</b>					
Spacery w lesie	49,0	11,1	13,0	11,5	13,5
Górskie wędrówki piesze	38,5	10,1	11,1	6,3	11,1
Zwiedzanie parków przyrody	38,5	6,7	9,1	9,6	13,0
Zbieranie darów przyrody	34,6	4,8	5,8	5,8	18,3
Kąpiele w wodach słodkich	32,2	10,1	8,7	3,8	9,6
Udział w festynach i koncertach	30,8	7,2	7,2	5,8	10,6
Chodzenie do muzeum, teatru, kina	27,9	4,8	8,2	6,7	8,2
Wędrówki rowerowe bez określonego celu	23,6	7,2	7,7	3,8	4,8
Wędrówki wodne po rzekach	15,9	2,9	3,8	4,3	4,8
Żeglarstwo	13,5	2,9	4,3	3,8	2,4
Zajęcia w parkach rozrywki	9,6	3,4	2,4	2,9	1,0
Gry sportowe	8,7	1,9	2,9	0,5	3,4
Kajakarstwo	8,2	2,4	1,4	1,4	2,9
Amatorskie uprawianie roślin	6,7	1,0	1,4	1,4	2,9
Udział w imprezach charytatywnych	6,3	1,0	2,4	0,5	2,4
Wspinaczki kondycyjne	5,8	1,9	0,5	1,9	1,4
<b>BIERNE</b>					
Samochodowe wycieczki w celu oglądania obiektów przyrody	42,8	7,7	9,1	10,1	15,9
Plażowanie	41,8	10,6	12,0	9,6	9,6
Czytanie książek	28,4	5,3	9,1	5,8	8,2
Obserwowanie przyrody	25,5	4,3	5,3	6,3	9,6
Oglądanie TV	16,8	2,9	5,3	4,3	4,3
Słuchanie radia	16,8	2,4	6,3	3,4	4,8
Wędkowanie	9,6	2,4	1,4	2,9	2,9
Przyglądanie się innym, kibicowanie	7,7	2,4	2,4	1,9	1,0

\* Badany mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badania własne.

Jak widać z danych zawartych w tabeli 4 aktywnym typem zachowań turystyczno-rekreacyjnych preferowanym przez respondentów były spacery w lesie. Taką odpowiedź deklarowało 49,0% ogółu badanych. Górskie wędrówki piesze, zwiedzanie parków przyrody, zbieranie darów przyrody oraz kąpiele w wodach słodkich uplasowały się prawie na tym samym poziomie i były

wyberane jako drugie w kolejności zajęcia podejmowane podczas wyjazdów. Nieco częściej zwiedzanie parków przyrody oraz zbieranie darów przyrody były wybierane przez osoby starsze. Na trzecim miejscu uplasowało się chodzenie na festyny, koncerty, teatry, kina. Na taką odpowiedź wskazało około 30,0% ogółu badanych. Najrzadziej natomiast respondenci wybierali wspinaczki kondycyjne. Tako odpowiedziało 5,8% ogółu badanych.

Wśród biernych form zachowań turystyczno-rekreacyjnych najczęściej były wybierane samochodowe wycieczki w celu oglądania obiektów przyrody oraz plażowanie. Taką odpowiedź deklarowało nieco ponad 40% ogółu badanych. Na drugim miejscu uplasowało się czytanie książek i obserwowanie przyrody. Jako trzecią odpowiedź badani wybierali oglądanie TV oraz słuchanie radia (16,8%) ogółu badanych. Natomiast najrzadziej respondenci kibicowali innym.

Preferencje zachowań turystyczno-rekreacyjnych respondentów według płci przedstawia tabela 5.

Tabela 5. Typy zachowań turystyczno-rekreacyjnych według płci (w%)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=208	Płeć respondent	
		Kobieta N=107	Mężczyźni N=101
<b>AKTYWNE</b>			
Spacer w lesie	49,0	31,3	17,7
Górskie wędrówki piesze	38,5	17,8	20,7
Zwiedzanie parków przyrody	38,5	21,7	16,8
Zbieranie darów przyrody	34,6	18,9	15,7
Kąpiele w wodach słodkich	32,2	13,6	18,6
Udział w festynach i koncertach	30,8	17,7	13,1
Chodzenie do muzeum, teatru, kina	27,9	14,6	13,3
Wędrówki rowerowe bez określonego celu	23,6	12,5	11,1
Wędrówki wodne po rzekach	15,9	7,9	7,9
Żeglarstwo	13,5	3,9	9,6
Zajęcia w parkach rozrywki	9,6	4,9	4,7
Gry sportowe	8,7	4,5	4,2
Kajakarstwo	8,2	2,9	5,3
Amatorskie uprawianie roślin	6,7	3,9	2,8
Udział w imprezach charytatywnych	6,3	2,9	3,4
Wspinaczki kondycyjne	5,8	2,5	3,3



<b>BIERNE</b>			
Samochodowe wycieczki w celu oglądania obiektów przyrody	42,8	17,7	25,1
Plażowanie	41,8	18,4	23,4
Czytanie książek	28,4	16,7	11,7
Obserwowanie przyrody	25,5	14,8	10,7
Oglądanie TV	16,8	6,2	10,6
Słuchanie radia	16,8	5,1	11,7
Wędkowanie	9,6	2,5	7,1
Przyglądanie się innym, kibicowanie	7,7	2,7	5,0

\*Badany mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badania własne

Z tabeli 5 wynika, że najczęstszą aktywną formą spędzania czasu wolnego podczas wyjazdów były spacer w lesie. Znacznie częściej tę formę wybierały kobiety (31,3%) niż mężczyźni (17,7). Natomiast mężczyźni (20,7%) nieco częściej preferowali górskie wędrówki piesze. Kobiety chętniej zbierały dary przyrody. Wśród biernych form spędzania czasu wolnego mężczyźni częściej niż kobiety wybierali samochodowe wycieczki w celu oglądania obiektów przyrody. Mężczyźni dwukrotnie częściej oglądali TV i słuchali radia niż kobiety. Natomiast kobiety znacznie rzadziej wędkowały i kibicowały innym.

### Czynności wypełniające czas wolny

Każdy z nas w inny sposób spędza swój czas wolny. Dzieje się tak, ponieważ na nasze zachowanie wpływa wiele czynników. Mogą do nich należeć m. in.: charakter wykonywanej pracy, zainteresowania, temperament czy cechy charakteru. Dzięki temu, że cały czas zwiększa się ilość czasu wolnego obywateli, należy wychowywać społeczeństwo do racjonalnego gospodarowania tym czasem. W tabeli 6 zawarte są dane na temat możliwości rozwoju cech osobowości i umiejętności w czasie wolnym.

Tabela 6. Możliwości rozwoju cech osobowości i kształtowania umiejętności w czasie wolnym według płci (w%)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=208	Płeć	
		Kobieta	Mężczyzna
Rozwój zainteresowań	71,6	38,5	33,2
Umiejętność organizowania sobie czasu wolnego	62,0	33,7	28,4
Umiejętność współdziałania z innymi ludźmi	47,1	25,5	21,6
Rozwój zaradności życiowej	25,0	11,5	13,5
Wzrost aktywności społecznej	21,6	12,5	9,1
Umiejętność niesienia pomocy innym	14,9	7,2	7,7
Większa samodzielność	14,4	3,8	10,6
Większe zdyscyplinowanie	9,1	5,8	3,4

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: badania własne

Z tabeli 6 wynika, że najbardziej respondenci cenili sobie rozwój zainteresowań (71,6%), umiejętność organizowania swojego czasu wolnego (62,0%) oraz umiejętność współdziałania z innymi ludźmi (47,1%).

Aby móc rozwijać cechy osobowości ludzie wykonują różne czynności w swoim czasie wolnym. Wykaz czynności wykonywanych przez badanych przedstawione zostały w tabeli 7.

Tabela 7. Czynności wypełniające czas wolny według płci i miejsca zamieszkania (w%)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=208	Płeć		Miejsce zamieszkania	
		Kobieta N=107	Mężczyzna N=101	Warszawa N=107	Skierniewice N=101
Uczestnictwo w życiu towarzyskim	36,5	18,3	18,3	22,1	14,4
Wykonywanie zaległych prac w domu	30,8	21,2	9,6	14,4	16,3
Wyjazdy poza miejsce zamieszkania	26,4	12,5	13,9	17,3	9,1
„Czas dla siebie”	23,1	12,5	10,6	11,5	11,5
Aktywny wypoczynek w miejscu zamieszkania	22,1	12,5	9,6	15,9	6,3
Hobby	13,9	5,8	8,2	5,8	8,2
Bierny wypoczynek w domu	13,0	3,8	9,1	3,8	9,1

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź  
Źródło: badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że najchętniej respondenci uczestniczyli w życiu towarzyskim (36,5%). Na drugim miejscu uplasowało się wykonywanie zaległych prac domowych (30,8%), jako trzecie były wybierane wyjazdy poza miejsce zamieszkania (26,4%). Czynnością najrzadziej wybraną był bierny wypoczynek w domu. Tak odpowiedziało 13% ogółu badanych.

### Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwoliły na przybliżenie istoty czasu wolnego, preferowanych typów zachowań po pracy i podczas wyjazdów urlopowych oraz rozpoznanie sposobów i czynności wypełniających czas wolny.

Preferowanym typem zachowań turystyczno-rekreacyjnych w czasie urlopu były spacery w lesie. Taką odpowiedź deklarowała połowa badanych. Częściej spacerowały były wybierane przez kobiety. Natomiast mężczyźni chętniej wybierali się na samochodowe wycieczki w celu oglądania interesujących obiektów przyrody. Prawie 1/3 badanych wybierała: górskie wędrówki piesze, zbieranie darów

przyrody, zwiedzanie parków przyrody, kąpiele w wodach słodkich. Natomiast co piąty badany wskazał na: czytanie książek, chodzenie do muzeum, kina, teatru, wędrówki rowerowe bez określonego celu oraz obserwowanie przyrody.

Najczęstszą formą spędzania czasu wolnego były spotkania w gronie rodziny i przyjaciół. Na drugim miejscu uplasowały się wycieczki i czytanie książek. Najbardziej badani spędzali swój czas wolny uczestnicząc w kółkach zainteresowań.

Rozwój własnych zainteresowań, kształtowanie umiejętności organizowania wypoczynku i umiejętności współdziałania z innymi ludźmi należały do głównych korzyści wynikających ze spędzania czasu wolnego.

### **Literatura**

- Czajkowski K.: Wychowanie do rekreacji. WSiP, Warszawa 1979  
Danecki W.: Czas wolny – mity i potrzeby. Książka i Wiedza, Warszawa 1967  
Gruszyn B.: Czas wolny. Aktualna problematyka. PWN, Warszawa 1970  
Kozioł L.: Jak racjonalnie gospodarować czasem. Wydawnictwo i Drukarnia „SECESJA”, Kraków 1992  
Krzymowska-Kostrowicka A.: Geoeologia turystyki i wypoczynku. PWN, Warszawa 1997  
Michalczyk T.: Potrzeba redefinicji czasu wolnego. W: Problemy rozwoju turystyki wiejskiej na Wileńszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu. Red naukowa Z. J. Przychodzeń. Wydaw. SGW, Warszawa – Sztabin – Biała Waka – Soleczniki Wielkie 2003  
Otto H.: Czas wolny w rozwoju społeczno-ekonomicznym. Wyższa Szkoła Inżynierska., Radom 1979  
Wroczyński R.: Pedagogika społeczna. PWN, Warszawa 1974  
Wujek T.: Praca domowa i czynny wypoczynek ucznia. PZWS, Warszawa 1969

### **Streszczenie**

W artykule przybliżono istotę czasu wolnego, sposoby spędzania go po pracy i w czasie wyjazdów urlopowych oraz typy zachowań turystyczno-rekreacyjnych. Uzyskane informacje mogą być wykorzystane przez pedagogów, rodziców, psychologów do podjęcia starań, aby wychowywać społeczeństwo do racjonalnego wykorzystania czasu wolnego.

### **Summary**

The article outlines the concept of free time, how free time after work and on holiday away from home is spent and the types of tourist and recreational behaviour. The supplied information can be used by teachers, parents and psychologists striving to educate the society in rational use of free time.



# CZEŚĆ V

---

## **Wybrane metody badania i analiz w turystyce**



**Mirosława Witkowska-Dąbrowska**  
Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

## **Ocena potencjału turystycznego powiatu o wysokich walorach środowiskowych**

### **Wstęp**

Dla wielu gmin turystyka stanowi jeden z ważniejszych czynników rozwoju lokalnego. Jednak możliwości rozwoju tej funkcji gospodarczej są zróżnicowane. Sprzyjające warunki do rozwoju turystyki posiada około 16% gmin wiejskich w Polsce, tylko 10% ma pewne walory istotne w rozwoju turystyki. Najważniejszym z podmiotów zaangażowanych we wspieranie rozwoju turystyki są ogniwa samorządowe, których działania powinny przybierać charakter inspiracyjno-koordynacyjny. Zasadniczym etapem w planowaniu strategii i kierunków rozwoju, jest rzetelna ocena zasobów i walorów turystycznych oraz diagnoza stanu społeczno-gospodarczego gminy<sup>1</sup>.

W referacie zaproponowano metodę oceny atrakcyjności turystycznej z punktu widzenia standardowego turysty. Z turystycznego punktu widzenia do podstawowych, atrakcyjnych komponentów środowiska zalicza się głównie: wody powierzchniowe, szatę roślinną, klimat, rzeźbę terenu, stan środowiska. Analiza przestrzennego rozkładu turystycznego wykazała, że nad wodami w Polsce wypoczywa około 50% ludzi, w górach około 30%, a na innych terenach około 20%<sup>2</sup>. Na potencjał turystyczny składają się jednak również elementy antropogeniczne takie jak: obiekty architektury, folklor. Istotne znaczenie ma również liczba miejsc noclegowych oraz instytucji zapewniających bezpieczny wypoczynek: punkty medyczne i apteczne, komisariaty policji oraz dobry dojazd do miejsca wypoczynku. Z uwagi na złożoność problemu w referacie nie przedstawiono diagnozy społecznej (jakość zasobów ludzkich, tradycje lokalne, akceptacja społeczna funkcji turystycznej). Będzie to przedmiotem dalszych badań.

---

<sup>1</sup>K. Gralak, M. Długokęcka Miejsce i rola turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym gmin. W: Turystyka rozwoju lokalnym. Wyd. SGGW, Warszawa, 2004, str.57-65.

<sup>2</sup>K. Dubel Waloryzacja przyrodniczo-krajobrazowa gminna potrzeby planowania i organizacji turystyki na wsi. W: Turystyka w rozwoju lokalnym. Wyd. SGGW, Warszawa, 2004, str.158-167.

## Cel, zakres i metodyka badań

Badaniami objęto Powiat Ziemi Olsztyński. Celem badań jest ocena potencjału turystycznego gmin powiatu olsztyńskiego, który charakteryzuje się występowaniem licznych i urozmaiconych walorów przyrodniczych oraz dużą cennością ekologiczną. Ocenę atrakcyjności turystycznej wykonano z punktu widzenia turysty standardowego, którego odbiór jest wypadkową upodobań i preferencji większości ludzi<sup>3</sup>. Poza czynnikami przyrodniczymi: obszary i obiekty prawnie chronione, formy użytkowania terenu itp., uwzględniono również pozaprzyrodnicze: dostępność komunikacyjną, obecność punktów medycznych, muzea, imprezy. Ponadto oceniono stan środowiska, który określono na podstawie oceny sześciu elementów i walorów środowiska: powietrza, wody, gleby, promieniowania niejonizującego, hałasu i odpadów.

Do oceny atrakcyjności turystycznej powiatu olsztyńskiego zastosowano metodę wielowymiarowej analizy porównawczej, która polega ona na zastosowaniu tzw. miar syntetycznych, będących analizą wszystkich zaproponowanych zmiennych<sup>4</sup>. Z uwagi na szczególne znaczenie niektórych czynników (przyrodniczych i antropogenicznych) uwzględniono wagi różnicujące wpływ poszczególnych cech na rozwój turystyki. Do analizy wykorzystano 17 wskaźników zebranych w trzech działach: walory turystyczne, stan środowiska oraz dostępność komunikacyjna i bezpieczeństwo, którym przypisano odpowiednio wagi ze względu na ich znaczenie dla rozwoju turystyki (walory turystyczne - 0,6; stan środowiska 0,2; dostępność komunikacyjna i bezpieczeństwo 0,2). Tabele 1, 2 i 3 podają wykorzystane w badaniach wskaźniki oraz ich charakterystykę i wagę w poszczególnych działach. Walory turystyczne określono za pomocą 6. wskaźników (tab. 1).

Tabela 1. Wskaźniki określające walory turystyczne

Symbol	Waga	Wskaźnik	Wzór	Charakterystyka
$W_1$	0,25	udział powierzchni lasów w powierzchni gminy	lasów na terenie gminy (ha) / powierzchnia gminy (ha)	wskaźnik ten pozwala zobrazować możliwość prowadzenia turystyki, której motywem jest relaks oraz spędzanie wolnego czasu na świeżym powietrzu

<sup>3</sup> A. Cichorska Jakie czynniki przyrodnicze decydują o atrakcyjności i przydatności turystycznej terenu. Aura 4, SIGMA-NOT, Warszawa, 1998, str. 5-6.

<sup>4</sup> G. Golebski(red): Regionalne aspekty rozwoju turystyki. PWN, Warszawa-Poznań, 1999, str.135-191.



1	2	3	4	5
W <sub>2</sub>	0,30	udział wód w powierzchni gminy	powierzchnia wód na terenie gminy (ha) / powierzchnia gminy (ha)	udział wód w powierzchni gminy jest istotnym elementem rozwoju turystyki wypoczynkowej, aktywnej i kwalifikowanej (żeglarstwo, wędkarstwo). Są niewątpliwym atutem przyciągającym turystów
W <sub>3</sub>	0,05	udział łąk i pastwisk w powierzchni gminy	łąki i pastwiska na terenie gminy (ha) / powierzchnia gminy (ha)	obrazują udział łąk i pastwisk oraz udział pozostałych gruntów i nieużytków w powierzchni gminy, co daje możliwość prowadzenia turystyki wypoczynkowej lub rozbudowy infrastruktury turystycznej
W <sub>4</sub>	0,20	udział obszaru chronionego krajobrazu powierzchni gminy	obszary chronionego krajobrazu na terenie gminy (ha) / powierzchnia gminy (ha)	obszary prawnie chronione i ich udział w obszarze gminy mają bardzo duże znaczenie dla rozwoju turystyki wypoczynkowej i kwalifikowanej oraz pozwala na poznanie walorów środowiska
W <sub>5</sub>	0,10	imprezy kulturalne odbywające się w ciągu roku na terenie gminy	liczba imprez / 365 dni x100	są związane urozmaicheniem pobytu turysty, często też stanowią główny motyw wyjazdu
W <sub>6</sub>	0,10	obiekty kulturowe znajdujące się na terenie gminy	obiekty kulturowe (szt.) / 10 km <sup>2</sup>	obecność zabytków: sakralnych, techniki, dworców, parków, grobli, stanowisk obronnych, zamków i budowli mogą stanowić cel wyjazdów lub uatrakcyjnić pobyt

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gołębski G. (red): Regionalne aspekty rozwoju turystyki. PWN, Warszawa-Poznań, 1999, str.135-191.

Za najistotniejsze w ocenie działu walory turystyczne uznano obecność wód, lasów oraz obszarów chronionego krajobrazu. Są to elementy środowiska, które przyciągają turystę pragnącego relaksu, odpoczynku na świeżym powietrzu, wśród pięknych krajobrazów, jak i uprawiającego turystykę kwalifikowaną. Ze względu na dużą atrakcyjność terenu pod względem walorów przyrodniczych za mniej istotne uznano wskaźniki pozaprzyrodnicze. Ocenę stanu środowiska określono na podstawie analizy 6. cech (tab. 2).

Tabela 2. Wskaźniki określające stan środowiska i dostępność komunikacyjną

Symbol	Waga	Wskaźnik	Wzór	Charakterystyka
W <sub>7</sub>	0,20	zanieczyszczenie powietrza	powyżej 2 emitorów- 0pkt., 2 emitory -1 pkt., 1 emitor – 2 pkt., brak emitorów -3 pkt.	wskaźniki obrazujące stan środowiska naturalnego pozwalają określić obszary o największym skupieniu zanieczyszczeń środowiska naturalnego. Obrazują one także stopień, w jakim przemysł i urbanizacja mają wpływ na zagrożenie rozwoju turystyki.
W <sub>8</sub>	0,30	zanieczyszczenie wód	stosunek długości sieci kanalizacyjnej do wodociągowej	
W <sub>9</sub>	0,10	zanieczyszczenie gleb	stosunek długości dróg powiatowych w km/powierzchnia gminy w km <sup>2</sup>	
W <sub>10</sub>	0,20	emisja hałasu	drogi główne i drugorzędne oraz przekroczenia dopuszczalnych poziomów hałasu pochodzącego z instalacji w porze dnia i nocy- 0 pkt., drogi główne i drugorzędne oraz hałas instalacyjny poniżej dopuszczalnej normy lub równy -1 pkt., drogi główne i hałas instalacyjny poniżej dopuszczalnej normy lub równy -2 pkt., drogi drugorzędne i hałas instalacyjny poniżej dopuszczalnej normy lub równy -3 pkt.	
W <sub>11</sub>	0,10	emisja promieniowania elektromagnetycznego niejonizującego	norma przekroczona powyżej 51% - 0 pkt., norma przekroczona o 51%-26% -1 pkt., norma przekroczona o 1%-25% 2 pkt., w normie -3 pkt.	
W <sub>12</sub>	0,10	gospodarka odpadami	zorganizowana gospodarka odpadami, segregacja odpadów, obecność i stan składowiska odpadów, przyznając za każdą cechę po jednym punkcie	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Golembki G. (red): Regionalne aspekty rozwoju turystyki. PWN, Warszawa-Poznań, 1999, str.135-191.

Za najistotniejszy wskaźnik w ocenie stanu środowiska uznano jakość powietrza i wód oraz poziom hałasu. Te elementy stanu środowiska ściśle związane są z podstawowymi potrzebami turysty odpoczywającego na „łonie natury”. To właśnie możliwość skorzystania z kąpeli, czy odpoczynku na świeżym i nie zanieczyszczonym powietrzu, w ciszy przyciąga najbardziej. Dostępność komunikacyjną i nasycenie obszarów infrastrukturą zapewniającą bezpieczeństwo i wygodę turysty określono na podstawie 5. wskaźników (tab. 3).

Tabela 3. Wskaźniki określające dostępność komunikacyjną i bezpieczeństwo

Symbol	Waga	Wskaźnik	Wzór	Charakterystyka
W <sub>13</sub>	0,2	długość dróg powiatowych i obecność dróg wojewódzkich i krajowych*	stosunek długości dróg powiatowych w km/powierzchnia gminy w km <sup>2</sup>	wymienione wskaźniki określają możliwość dojazdu turysty do danego obszaru. Rozwój transportu drogowego i kolejowego jest nieodłącznym warunkiem rozwoju turystyki. Szybszy i łatwiejszy dostęp do miejsca gdzie można wypocząć jest bardzo ważnym elementem w decydowaniu o miejscu wypoczynku.
W <sub>14</sub>	0,2	liczba stacji kolejowych czynnych na terenie gminy	liczba stacji kolejowych czynnych (szt.) / 10km <sup>2</sup> )	
W <sub>15</sub>	0,15	komisariaty policji na terenie gminy	komisariaty policji (szt.) /10 km <sup>2</sup>	charakteryzują swobodny i bezpieczny wypoczynek
W <sub>16</sub>	0,15	punkty medyczne na terenie gminy (apteki, ośrodki zdrowia, szpitale)	punkty medyczne (szt.) /10 km <sup>2</sup> )	
W <sub>17</sub>	0,3	baza noclegowa na terenie gminy	liczba miejsc noclegowych / powierzchnia gminy (km <sup>2</sup> )	ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki, są to bowiem podstawowe usługi świadczone dla turysty

\*w przypadku przebiegu drogi wojewódzkiej lub krajowej dodano do wskaźnika po 0,05 punktu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gołembski G. (red): Regionalne aspekty rozwoju turystyki. PWN, Warszawa-Poznań, 1999, str.135-191.

Ponieważ kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki ma baza noclegowa ten wskaźnik uznano za najistotniejszy. Wskaźnikom dotyczącym dostępności komunikacyjnej przyznano nieco mniejszą wagę. Najniższą wskaźnikom dotyczącym pośrednio bezpieczeństwa w czasie pobytu: komisariaty policji i punkty medyczne.

Cechy opisujące gminy mają charakter, stymulant, zatem nie ma potrzeby ujednolicenia kierunku preferencji (wzrost wartości cechy oznacza wzrost oceny – „im więcej tym lepiej”). Następnie cechy znormalizowano wg wzoru 1.

(1)

$$n_{ij} = \frac{Y_{ij}}{Y_{i \max}}$$

gdzie:

$n_{ij}$  - znormalizowane wartości j-tej cechy w i-tej gminie,

$Y_{ij}$  - wartość j-tej cechy o charakterze stymulanty w i-tej gminie,

$Y_{j \max}$  - maksymalna wartość j-tej cechy o charakterze stymulanty.

Mierniki syntetyczne dla działań obliczono wg wzoru 2.

(2)

$$M_{di} = \sum w_j^x n_{ij}$$

gdzie:

$M_{di}$  - miernik syntetyczny dla działu,

$n_{ij}$  - znormalizowane wartości j-tej cechy w i-tej gminie,

$w_j$  - waga j-tej cechy w i-tej gminie.

Ogólny miernik syntetyczny atrakcyjności turystycznej obliczono wg wzoru 3.

(3)

$$M_{si} = \sum w_k^x M_{di}$$

gdzie:

$M_{si}$  – miernik syntetyczny w i-tej gminie,

$w_k$  – waga k-tego działu,

$M_{di}$  - miernik syntetyczny dla działu.

Na podstawie ogólnego miernika syntetycznego ustalono ranking gmin pod kątem atrakcyjności turystycznej. Mierniki syntetyczne poszczególnych działań pozwoliły wskazać najsłabsze i najmocniejsze strony oraz ustalić kierunki działań dla poszczególnych gmin powiatu.

## Charakterystyka terenu badań

Powiat olsztyński stanowi 12 gmin zajmujących łączną powierzchnię 2840,29 km<sup>2</sup> jest to 11,7% powierzchni województwa warmińsko-mazurskiego. Powiat jest największym obszarem w województwie i trzecim, co do wielkości w kraju. Liczy około 114,7 tysięcy mieszkańców, co stanowi około 7,8% ludności województwa. Gęstość zaludnienia wynosi 40 osób na 1 km<sup>2</sup>.

W powiecie jest 5 gmin miejsko-wiejskich: Barczewo, Biskupiec, Dobre Miasto, Jeziorany, Olsztynek i 7 wiejskich: Dywity, Gietrzwałd, Jonkowo, Kolno, Purda, Stawiguda, Świątki.

W powierzchni ogólnej powiatu użytki rolne stanowią prawie 42% (w tym trwałe użytki zielone prawie 13%). Na jednego mieszkańca powiatu olsztyńskiego przypada około 1 ha użytków rolnych tj. dwukrotnie więcej aniżeli średnio w Polsce (0,48 ha). Przeciętna powierzchnia gospodarstw rolnych znacznie przekracza średnią w kraju i wynosi 16,5 ha. Duży udział użytków rolnych oraz dobre gleby sprawiają, że powiat posiada dobre warunki do rozwoju rolnictwa i przemysłu rolno-spożywczego w tym: produkcji i przetwórstwa mięsa, mleka i warzyw.

Znaczny udział gruntów leśnych, bo aż 37% (w kraju 28%) oraz liczne zbiorniki wodne (na terenie powiatu znajduje się 155 jezior, a wody powierzchniowe stanowią 4,1%), co predestynuje ten obszar do rozwoju turystyki, co przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Użytkowanie gruntów w powiecie olsztyńskim

Użytkowanie gruntów	Powierzchnia	
	ha	%
Ogółem	284029	100
Użytki rolne	118758	41,81
w tym:		w tym:
Grunty orne	82417	29,02
Sady	409	0,14
Łąki i pastwiska	35932	12,65
Lasy	106603	37,53
Wody	11645	4,10
Pozostałe	47023	16,56

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Przez obszar powiatu przebiegają dwie krajowe drogi tranzytowe o znaczeniu międzynarodowym: z Europy Zachodniej do północno-wschodniej Polski i z centralnej Polski do Kaliningradu. Położenie Olsztyna, który jest

największym ośrodkiem gospodarczym tego obszaru oraz dużym rynkiem zbytu, w centrum powiatu oraz fakt, że jest węzłem tras tranzytowych sprawiają, że powiat jest atrakcyjny dla potencjalnych inwestorów. Na terenie powiatu działa 11 tys. podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON, a najbardziej rozwinięta branża prócz przemysłu spożywczego, stolarki budowlanej i mebli opartych na rozwiniętej bazie surowcowej to handel i usługi. Jednak utrzymuje się tu wysoka stopa bezrobocia (ponad 27%).

Środowisko przyrodnicze powiatu olsztyńskiego, a zwłaszcza żyjące w nim dziko rośliny i populacje zwierząt są pod silnym wpływem czynników antropogenicznych. Wpływ działalności człowieka powoduje w efekcie zniekształcenie naturalnego obrazu tego środowiska, a ponadto stwarza zagrożenie zbiorowisk roślinnych oraz gatunków roślin i zwierząt. Na terenie Starostwa Ziemskiego znajdują liczne formy ochrony przyrody, co przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Formy ochrony przyrody w powiecie olsztyńskim

Gminy	Natura	Rezerваты		Obszar	Użytki		Pomniki
	2000	przyrody			chronionego	ekologiczne	
	ha	szt.	ha	ha	szt	ha	szt.
Barczewo		-	-	20300	2	3,4	9
Biskupiec		2	53,26	19830	5	579,7	3
Dobre Miasto		-	-	15700	-	-	10
Dywity		-	-	9100	-	-	6
Gietrzwałd	3723,4	2	26,7	16590	-	-	17
Jeziorany		1	32,5	9360	-	-	6
Jonkowo	1734,0	1	95,14	8150	1	17,3	4
Kolno		1	8,35	12720	-	-	5
Olsztynek	11475,6	1	67,73	33540	-	-	16
Purda	15530,8	1	1247,84	28560	5	68,3	17
Stawiguda	12142,5	1	1798,18	22200	1	4,5	11
Świątki	1709,3	-	-	-	-	-	-
Rzeka Pasłęka	1903,7	1	4258,79	-	-	-	-
Razem	48219,3	11	7588,49	196050	14	673,2	104

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Wojewódzkiego Konserwatora Przyrody i Programu ochrony środowiska powiatu olsztyńskiego na lata 2003-2006 z uwzględnieniem lat 2007-2010. Starostwo powiatowe w Olsztynie. 2002.

Powierzchnia objęta prawną ochroną przyrody stanowi około 70% terenu powiatu. Ustanowiono tu 11 rezerwatów przyrody (faunistycznych, florystycznych, ornitologicznych) o łącznej powierzchni 7588,49 ha, w tym ponad połowę stanowi rezerwat rzeki Pasłęki wraz z przyległymi terenami. Pięć spośród nich zajmuje powierzchnię powyżej 50 ha. Obszary chronionego krajobrazu obejmują powierzchnię 196050 ha w tym także w samej gminie Olsztyn i jej bliskim sąsiedztwie. Użytki ekologiczne zajmują łączną powierzchnię 673,2 ha i są to głównie śródleśne jeziora oraz stanowiska rzadkich roślin lub miejsca odpoczynku ptaków na przelotach oraz zlotowiska, np. żurawi. Na badanym terenie są 2 obszary specjalnej ochrony ptaków (OSO): Dolina Drwęcy, która zajmuje powierzchnię 8156,9 ha oraz Puszcza Napiwodzko-Ramucka obejmująca obszar 38116,9 ha powiatu. Ponadto są 2 specjalne obszary ochrony siedlisk (SOO): Dolina Drwęcy (2369,6 ha) oraz Rzeka Pasłęka (1903,7 ha). Razem Obszar Natura 2000 obejmuje powierzchnię 48419,3 ha, co stanowi prawie 17% powierzchni powiatu. Na terenie Starostwa ustanowiono 104 pomniki przyrody w tym: pojedyncze drzewa, grupy drzew, aleje, głązy narzutowe, stanowiska pełnika europejskiego i pióropusznika strusiego oraz skupisko roślin torfowych. Na 24 jeziorach powiatu i rzece Wadąg wprowadzono strefy ciszy. Postanowieniem miejscowego planu ogólnego zagospodarowania przestrzennego gminy Dywity i gminy Dobre Miasto wprowadzono strefę ekologicznego korytarza rzeki Łyny, który obejmuje tereny wzdłuż rzeki o szerokości 100-500 m<sup>5</sup>. Obowiązuje tu zakaz lokalizacji wszelkich obiektów z wyjątkiem służących turystyce wodnej i służących ochronie wód<sup>6</sup>.

### **Potencjał turystyczny powiatu olsztyńskiego**

Ocenę atrakcyjności gmin oparto na analizie walorów turystycznych, stanie środowiska i dostępności komunikacyjnej oraz bezpieczeństwie. Udział łąk i pastwisk oraz lasów na terenie gmin wskazuje możliwość uprawiania turystyki wypoczynkowej, a udział wód powierzchniowych prócz tego niezbędny jest do uprawiania turystyki kwalifikowanej (żeglarstwo, kajakarstwo). Zachętą dla turystów jest również nasycenie gmin zasobami kultury materialnej szczególnie zabytkami, muzeami, imprezami odbywającymi się cyklicznie. Szczególne znaczenie ma również obecność obszarów prawnie chronionych oraz stan środowiska i wydolność istniejącej infrastruktury ochrony środowiska. Niemal

<sup>5</sup> Dane pochodzą z Programu ochrony środowiska powiatu olsztyńskiego na lata 2003-2006 z uwzględnieniem lat 2007-2010. Starostwo Powiatowe w Olsztynie.

<sup>6</sup> D. Łąguna, M. Witkowska-Dąbrowska, Przyrodnicze uwarunkowania lokalizacji przedsiębiorstw w przestrzeni otaczającej duże miasto. W: Środowiskowe bariery i czynniki rozwoju gospodarczego Polski. Ekonomia i Środowisko, Białystok, 2006, str. 47-55.

znaczenie ma również dostępność komunikacyjna badanych gmin. W tabeli 6 przedstawiono obliczone wskaźniki dla 12. gmin powiatu.

Tabela 6. Wskaźniki obliczone dla badanych gmin

Wskaźniki	Gminy											
	Barczewo	Biskupiec	Dobre Miasto	Dywity	Gietrzwałd	Jeziorany	Jonkowo	Kolno	Olsztynek	Purda	Stawiguda	Świątki
W <sub>1</sub>	0,33	0,26	0,35	0,25	0,49	0,18	0,38	0,26	0,52	0,52	0,55	0,11
W <sub>2</sub>	0,05	0,06	0,02	0,02	0,04	0,02	0,01	0,05	0,04	0,06	0,14	0,02
W <sub>3</sub>	0,14	0,22	0,17	0,17	0,10	0,19	0,17	0,18	0,08	0,11	0,6	0,20
W <sub>4</sub>	0,63	0,77	0,61	0,56	0,96	0,44	0,51	0,71	0,91	0,90	0,99	0,00
W <sub>5</sub>	0,82	9,04	4,66	1,92	35,9	5,75	1,10	1,64	9,60	0,00	7,40	0,00
W <sub>6</sub>	1,00	0,34	1,08	0,93	0,52	1,42	0,47	0,95	0,73	0,66	0,27	0,49
W <sub>7</sub>	2,00	0,00	2,00	2,00	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00
W <sub>8</sub>	0,44	0,36	0,42	0,24	0,67	0,28	0,29	0,19	1,86	0,31	1,51	0,08
W <sub>9</sub>	0,40	0,37	0,36	0,41	0,29	0,45	0,43	0,32	0,26	0,36	0,26	0,41
W <sub>10</sub>	1,00	1,00	0,00	2,00	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00
W <sub>11</sub>	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
W <sub>12</sub>	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
W <sub>13</sub>	0,14	0,19	0,05	0,05	0,22	0,00	0,18	0,05	0,16	0,08	0,23	0,00
W <sub>14</sub>	0,40	0,37	0,25	0,41	0,30	0,45	0,42	0,31	0,26	0,32	0,26	0,40
W <sub>15</sub>	0,03	0,03	0,04	0,06	0,06	0,05	0,06	0,00	0,03	0,03	0,04	0,06
W <sub>16</sub>	0,31	0,24	0,39	0,19	0,12	0,14	0,18	0,17	0,13	0,13	0,13	0,12
W <sub>17</sub>	2,40	0,72	0,37	0,00	3,12	1,20	0,00	2,01	3,57	2,50	2,26	0,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2006.

Cechy znormalizowano dzieląc wartość wskaźnika przez wartość punktu odniesienia (wzorca). Za punkt odniesienia przyjęto najwyższe wartości cechy (o charakterze stymulanty) zaobserwowane w badanych podmiotach, co przedstawiono w tabeli.7.



Tabela 7. Cechy znormalizowane

Ws każ niki	Gminy											
	Barczewo	Biskupiec	Dobre Miasto	Dywity	Gietrzwałd	Jeziorany	Jonkowo	Kolno	Olsztynek	Purda	Stawiguda	Świątki
W <sub>1</sub>	0,6	0,47	0,64	0,45	0,89	0,32	0,69	0,47	0,95	0,95	1,00	0,20
W <sub>2</sub>	0,36	0,43	0,14	0,14	0,29	0,14	0,07	0,36	0,29	0,43	1,00	0,14
W <sub>3</sub>	0,23	0,37	0,28	0,28	0,17	0,32	0,28	0,3	0,13	0,18	1,00	0,33
W <sub>4</sub>	0,64	0,78	0,62	0,57	0,97	0,44	0,52	0,72	0,92	0,91	1,00	0,00
W <sub>5</sub>	0,02	0,25	0,13	0,05	1,00	0,16	0,03	0,05	0,27	0,00	0,21	0,00
W <sub>6</sub>	0,70	0,24	0,76	0,64	0,37	1,00	0,33	0,67	0,51	0,46	0,90	0,35
W <sub>7</sub>	0,67	0,00	0,67	0,67	0,33	1,00	1,00	1,00	0,33	1,00	0,33	1,00
W <sub>8</sub>	0,24	0,19	0,23	0,13	0,36	0,15	0,16	0,10	1,00	0,16	0,81	0,04
W <sub>9</sub>	0,89	0,82	0,8	0,91	0,64	1,00	0,96	0,71	0,58	0,80	0,58	0,91
W <sub>10</sub>	0,33	0,33	0,00	0,67	0,33	1,00	1,00	1,00	0,33	1,00	1,00	1,00
W <sub>11</sub>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
W <sub>12</sub>	1,00	1,00	1,00	1,00	0,67	1,00	1,00	0,67	0,67	1,00	1,00	1,00
W <sub>13</sub>	0,61	0,83	0,22	0,22	0,96	0,00	0,78	0,22	0,70	0,35	1,00	0,00
W <sub>14</sub>	0,89	0,82	0,56	0,91	0,67	1,00	0,93	0,69	0,58	0,71	0,58	0,00
W <sub>15</sub>	0,50	0,50	0,67	1,00	1,00	0,17	1,00	0,00	0,50	0,50	0,67	1,00
W <sub>16</sub>	0,79	0,62	1,00	0,49	0,31	0,36	0,46	0,44	0,33	0,33	0,33	0,31
W <sub>17</sub>	0,67	0,2	0,1	0,00	0,87	0,34	0,00	0,56	1,00	0,70	0,63	0,00

Źródło: badania własne

Dla poszczególnych działów ( $Md_1$  - atrakcyjność turystyczna,  $Md_2$  – stan środowiska,  $Md_3$  – dostępność komunikacyjna i bezpieczeństwo obliczono mierniki syntetyczne, które są średnimi ważonymi znormalizowanych cech tworzących dany dział oraz ogólny miernik syntetyczny, co przedstawiono w tabeli 8.

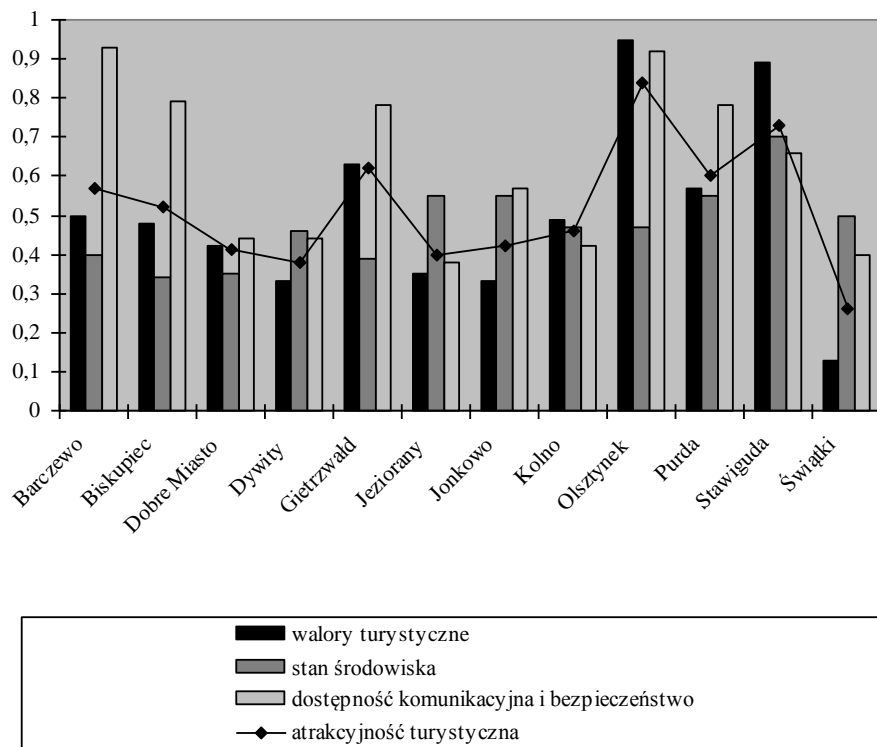
Tabela 8. Mierniki syntetyczne dla działów

Wskaźniki	Gminy											
	Barczewo	Biskupiec	Dobre Miasto	Dywity	Gietrzwałd	Jeziorany	Jonkowo	Kolno	Olsztynek	Purda	Stawiguda	Świątki
W <sub>1</sub>	0,15	0,12	0,16	0,11	0,22	0,08	0,17	0,12	0,24	0,24	0,25	0,05
W <sub>2</sub>	0,14	0,13	0,04	0,04	0,08	0,04	0,02	0,12	0,40	0,05	0,30	0,04
W <sub>3</sub>	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00	0,02	0,01	0,04	0,05	0,05	0,05	0,00
W <sub>4</sub>	0,13	0,16	0,12	0,11	0,19	0,09	0,10	0,14	0,18	0,18	0,20	0,00
W <sub>5</sub>	0,00	0,03	0,01	0,00	0,10	0,02	0,00	0,00	0,03	0,00	0,02	0,00
W <sub>6</sub>	0,07	0,02	0,08	0,06	0,04	0,10	0,03	0,07	0,05	0,05	0,09	0,04
Md <sub>1</sub>	0,50	0,48	0,42	0,33	0,63	0,35	0,33	0,49	0,95	0,57	0,89	0,13
W <sub>7</sub>	0,13	0,00	0,13	0,13	0,07	0,20	0,20	0,20	0,07	0,20	0,07	0,20
W <sub>8</sub>	0,07	0,06	0,07	0,04	0,12	0,05	0,05	0,03	0,20	0,05	0,24	0,01
W <sub>9</sub>	0,09	0,08	0,08	0,09	0,06	0,10	0,10	0,07	0,06	0,08	0,06	0,09
W <sub>10</sub>	0,04	0,04	0,00	0,13	0,04	0,20	0,20	0,20	0,04	0,02	0,20	0,20
W <sub>11</sub>	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
W <sub>12</sub>	0,10	0,10	0,10	0,10	0,07	0,10	0,10	0,07	0,07	0,10	0,10	0,10
Md <sub>2</sub>	0,40	0,34	0,35	0,46	0,39	0,55	0,55	0,47	0,47	0,55	0,70	0,50
W <sub>13</sub>	0,12	0,17	0,04	0,04	0,19	0,00	0,16	0,04	0,14	0,07	0,20	0,20
W <sub>14</sub>	0,18	0,16	0,12	0,18	0,13	0,20	0,19	0,14	0,12	0,14	0,12	0,00
W <sub>15</sub>	0,31	0,31	0,10	0,15	0,15	0,03	0,15	0,00	0,31	0,31	0,10	0,15
W <sub>16</sub>	0,12	0,09	0,15	0,07	0,05	0,05	0,07	0,07	0,05	0,05	0,05	0,05
W <sub>17</sub>	0,20	0,06	0,03	0,00	0,26	0,10	0,00	0,17	0,30	0,21	0,19	0,00
Md <sub>3</sub>	0,93	0,79	0,44	0,44	0,78	0,38	0,57	0,42	0,92	0,78	0,66	0,40
M <sub>si</sub>	0,57	0,52	0,41	0,38	0,62	0,40	0,42	0,46	0,84	0,57	0,73	0,26

Źródło: badania własne

Miernikiem syntetycznym atrakcyjności turystycznej jest średnia ważona mierników syntetycznych dla działów. Wskaźniki syntetyczne umożliwiają uszeregowanie badanych podmiotów według stopnia atrakcyjności turystycznej, a tym samym utworzenie rankingu gmin pod kątem atrakcyjności dla standardowego turysty.

Na wielkość ogólnego miernika badanej sfery atrakcyjności turystycznej miały wpływ mierniki syntetyczne poszczególnych działów. Na rysunku 1. przedstawiono oceny cząstkowe działów i ogólny miernik syntetyczny.



Rysunek 1. Ocena atrakcyjności turystycznej

Źródło: badania własne

Dział walory turystyczne ma największy wpływ na ocenę atrakcyjności obszaru. To właśnie spowodowało, że najlepsze oceny atrakcyjności turystycznej uzyskały gminy (Olsztynek, Stawiguda, Gietrzwałd), które charakteryzują się najwyższym miernikiem syntetycznym w dziale walory turystyczne. Najbardziej atrakcyjną gminą jest gmina Olsztynek. Uzyskała ona wartość ogólnego miernika syntetycznego dla atrakcyjności turystycznej równą 0,84. Na uzyskanie w rankingu gmin najwyższej oceny miał wpływ duży udział lasów, ponad 50% oraz odbywających się na jej terenie imprez. Ponadto gmina charakteryzuje się dobrą dostępnością komunikacyjną (kolej, droga krajowa nr 7, drogi powiatowe) oraz wyposażeniem w miejsca noclegowe. Podobnie gmina Stawiguda, która znalazła się na drugim miejscu charakteryzuje się wysokimi walorami turystycznymi. Ma ona najwyższą lesistość w powiecie 52,24. Ponadto prawie cały jej obszar objęty jest ochroną krajobrazu (aż 99%). Odbywają się tu w ciągu roku liczne imprezy kulturalne. Dodatkowo atrakcyjność turystyczną tej gminy podnosi dobra dostępność komunikacyjna i bardzo dobry stan środowiska. Trzecia gmina w rankingu to gmina Gietrzwałd. Jest to obszar o wysokich walorach

przyrodniczych i kulturowych, które podnoszą wartość walorów turystycznych i przyciągają potencjalnego turystę.

Najniższy ogólny miernik syntetyczny atrakcyjności turystycznej uzyskała gmina Świątki (0,26). Zdecydowały o tym niskie walory turystyczne gminy. Mimo swojego położenia w atrakcyjnym przyrodniczo i kulturowo powiecie, w samej gminie jest niewiele lasów (10,57%), niewielki udział wód (1,08%) oraz obszarów prawnie chronionych. Ponadto nie można tam dojechać koleją, dróg jest niewiele i trudno znaleźć miejsce na nocleg.

Możliwość swobodnego dojazdu do miejsca wypoczynku niejednokrotnie również przesądza o miejscu wypoczynku potencjalnego turysty, czy odwiedzającego. Wysoka ocena tego działu wpłynęła na pozycję gmin: Gietrzwałd i Purda, które w ogólnej ocenie uplasowały się za Olsztynkiem i Stawigudą. Wpływa na to obecność drogi krajowej i wojewódzkiej oraz możliwość dojazdu do niektórych wsi koleją. Najtrudniej jest dojechać do gmin: Jeziorany i Świątki.

Jakość środowiska w powiecie olsztyńskim jest dość wyrównana i na wysokim poziomie. Jednak w gminach: Biskupiec, Olsztynek, Dobre Miasto Gietrzwałd, Barczewo i Dywity występują punktowe zanieczyszczenia powietrza. Natomiast obecność dróg krajowych i wojewódzkich ma wpływ na jakość środowiska, lecz ułatwia dojazd potencjalnego turysty. Tak jest w przypadku gmin: Olsztynek Stawiguda, Barczewo, Biskupiec i Gietrzwałd.

Najmniej „bezpieczną” dla odwiedzającego, czy turysty gminą w powiecie jest gmina Kolno ze względu na brak choćby jednego posterunku policji i nieliczne są punkty medyczne.

## **Podsumowanie**

Badaniami objęto Powiat Ziemi Olsztyński. Celem badań jest ocena potencjału turystycznego gmin powiatu olsztyńskiego, który charakteryzuje się występowaniem licznych i urozmaiconych walorów przyrodniczych oraz dużą cennością ekologiczną. Do oceny atrakcyjności turystycznej powiatu olsztyńskiego zastosowano metodę wielowymiarowej analizy porównawczej, która polega ona na zastosowaniu tzw. miar syntetycznych, będących analizą wszystkich zaproponowanych wskaźników. Do analizy wykorzystano 17 wskaźników zebranych w trzech działach: walory turystyczne, stan środowiska oraz dostępność komunikacyjna i bezpieczeństwo, którym przypisano odpowiednio wagi ze względu na ich znaczenie dla rozwoju turystyki. Obliczenie ogólnego miernika syntetycznego dla poszczególnych gmin umożliwiło utworzenie rankingu gmin oraz określenie, w jakim stopniu dany obszar jest interesujący dla potencjalnego turysty. Natomiast analiza cząstkowych składników pozwoliła na ustalenie czynników motywujących podróżowanie turystyczne i jednocześnie wskazanie czynników (zwłaszcza antropogenicznych), które należałoby zmienić. Największy wpływ w badanym obszarze na atrakcyjność turystyczną miały dział walory turystyczne i dostępność komunikacyjna oraz bezpieczeństwo. Właśnie dzięki wysokim ocenom w tych działach najwyższą atrakcyjnością turystyczną

charakteryzują się gminy Olsztynek i Stawiguda. Najmniej atrakcyjne turystycznie okazały się gminy: Świątki, Jeziorany, Dywity i Dobre Miasto głównie ze względu na mniej atrakcyjne warunki przyrodnicze i obiekty kulturowe oraz trudny dojazd i trudności w znalezieniu noclegu przez potencjalnego turystę.

### Literatura

- Cichorska A.: Jakie czynniki przyrodnicze decydują o atrakcyjności i przydatności turystycznej terenu. *Aura* 4., SIGMA-NOT, Warszawa, 1998,
- Dubel K.: Waloryzacja przyrodniczo-krajobrazowa gminna potrzeby planowania i organizacji turystyki na wsi. W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Wyd. SGGW, Warszawa, 2004,
- Gołembski G. (red): *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*. PWN, Warszawa-Poznań, 1999,
- Gralak K., Długokęcka M.: Miejsce i rola turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym gmin. W: *Turystyka rozwoju lokalnym*. Wyd. SGGW, Warszawa, 2004,
- Łaguna D., Witkowska-Dąbrowska M. Przyrodnicze uwarunkowania lokalizacji przedsiębiorstw w przestrzeni otaczającej duże miasto. W: *Środowiskowe bariery i czynniki rozwoju gospodarczego Polski*. Ekonomia i Środowisko, Białystok, 2006,
- Program ochrony środowiska powiatu olsztyńskiego na lata 2003-2006 z uwzględnieniem lat 2007-2010. Starostwo Powiatowe w Olsztynie.

### Streszczenie

Do oceny atrakcyjności turystycznej powiatu olsztyńskiego zastosowano metodę wielowymiarowej analizy porównawczej, która polega ona na zastosowaniu tzw. miar syntetycznych, będących analizą wszystkich zaproponowanych zmiennych. Ocenę atrakcyjności gmin oparto na analizie walorów turystycznych, stanu środowiska i dostępności komunikacyjnej oraz bezpieczeństwie. Obliczenie ogólnego miernika syntetycznego dla poszczególnych gmin umożliwiło utworzenie rankingu gmin oraz określenie, w jakim stopniu dany obszar jest interesujący dla potencjalnego turysty. Największy wpływ na ocenę atrakcyjności obszaru miał dział walory turystyczne. To właśnie spowodowało, że najlepsze oceny atrakcyjności turystycznej uzyskały gminy (Olsztynek, Stawiguda, Gietrzwałd), które charakteryzują się najwyższym miernikiem syntetycznym w dziale walory turystyczne.

### Summary

Multi-dimensional comparative analysis method was used to evaluate tourism-related attractiveness of the rural administrative district of Olsztyn (*powiat*). The method involves application of the so-called synthetic measures, which analyse all suggested variables. The evaluation of tourism-related attractiveness of the communes (*gmina*) in the district of Olsztyn was based on the analysis of tourism assets, natural environment status, transportation accessibility and safety. Calculation of the total synthetic measure for each of the communes enabled the author to rank the communes and to determine to what extent a given area was attractive to tourists. The domain comprising tourism assets had the largest influence on the results of the tourism-related attractiveness evaluation. For this reason the best results were obtained by the communes (Olsztynek, Stawiguda, Gietrzwałd) which were characterised by the highest synthetic measure in the domain of tourism assets.

**Katarzyna Karbowskiak**

Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarstw Rolniczych  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Metoda servqual – narzędzie do pomiaru jakości usług w agroturystyce**

*„Każdy zna swojego klienta, a jeżeli nie wie, kim  
jest ten klient, jakie są jego oczekiwania ... to nie  
rozumie swojej pracy.”*

*E. Deming*

### **Wstęp**

W dzisiejszych czasach, kiedy rozwija się wolna konkurencja i gdy mamy do czynienia ze swobodnym przepływem informacji, każdy człowiek ma wolny wybór i może znaleźć taki produkt, jaki najbardziej mu odpowiada. Problem w tym, że klienci nie zawsze wiedzą, czego potrzebują, albo nie potrafią znaleźć takiego produktu, który w pełni spełniałby ich oczekiwania. Metody marketingowe jako środek zaradczy proponują badania rynku i zapoznanie się z preferencjami klientów. Nowym i lepszym pomysłem jest nakłonienie klientów, żeby to oni sami powiedzieli producentowi czego oczekują od produktu.

Turystyka jest dziedziną, która bardzo szybko się rozwija i wciąż zmienia, tak jak zmieniają się trendy oraz wymagania ludzi. Specyfiką turystyki, turystyki wiejskiej, agroturystyki jest to, że klient nie tylko jest odbiorcą i recenzentem usługi, ale też jest jej współtwórcą. Produkt turystyczny (agroturystyczny) także jest dosyć specyficzny – nie jest dobrem materialnym, które przed zakupem można zobaczyć, dotknąć, ocenić. Turysta, by kupić produkt turystyczny, najpierw musi zaufać firmie turystycznej, że zorganizuje mu wymarzone wakacje, zrobi to solidnie

i naprawdę urlop okaże się wspaniały. Musi także uwierzyć, że ten kto oferuje usługę troszczy się o niego i jest w stanie go zadowolić. Na firmie turystycznej spoczywa więc zadanie – sprawić, by konsument nie zawiódł się, był zadowolony z wakacji i wrócił w przyszłym roku, by ponownie z tych usług skorzystać. Ponieważ rynek turystyczny szybko się rozrasta regularnie powiększa się konkurencja, właśnie ta sympatia i poczucie przywiązania do konkretnej firmy turystycznej może okazać się czynnikiem decydującym, że klient powróci. W zasadzie przy założeniu, że firmy dysponują takim samym potencjałem i ofertą na podobnym poziomie, to właśnie kontakty z klientem i poziom obsługi często okazują się najważniejsze w wyborze określonej usługi.

## Zadowolenie klienta – istota, definicje

W dobie ogromnej konkurencji, kiedy ciężko jest utrzymać się na wymagającym rynku, nie mówiąc już o pozostaniu liderem tego rynku, firmom potrzeba naprawdę mocnego akcentu, który mógłby spowodować wyróżnienie się tej firmy spośród innych. Dlatego nowym kierunkiem działań firm i źródłem ich przewagi konkurencyjnej będzie sfera kontaktów z klientami. Podwyższanie jakości obsługi klienta i zacieśnianie z nim więzów stanie się źródłem ogromnego potencjału, który – odpowiednio wykorzystany – może doprowadzić firmę na szczyt popularności.

Aby poprawić swój wizerunek, firma powinna zadbać na początku o zadowolenie klienta, gdyż jedynie zadowolony klient będzie przynosił zyski i stanie się dla firmy polisą na przyszłość.

Czym jest zatem zadowolenie klienta?

„Zadowolenie nabywców jest stanem psychicznym odczuwanym przez nabywcę w czasie użytkowania nabytego produktu czy korzystania z usługi (...) Jest to stan odczuwany przez nabywcę, wynikający z porównania otrzymanych cech produktu z oczekiwanymi”<sup>1</sup>.

„Poziom satysfakcji klienta jest odzwierciedleniem tego, w jakim stopniu produkt całkowity oferowany przez daną organizację zaspokaja zbiór wymagań klienta. (...) Opinia o produktach jest zawsze subiektywna, a zatem satysfakcja klienta jest uczuciem subiektywnym i może stać w jawnej sprzeczności z faktami”<sup>2</sup>.

W każdej definicji powtarza się stwierdzenie, iż drogą do zadowolenia klientów jest zaspokojenie jego potrzeb i oczekiwań. Każdy klient dokonuje zakupu danego produktu, by zaspokoić swoje konkretne potrzeby. Dokonując tego zakupu ma też pewne wyobrażenie co do produktu i tego, w jakim stopniu zaspokaja on te potrzeby. Krótko mówiąc oczekuje od tego produktu konkretnego działania. Oczekiwania te są oparte na różnych informacjach docierających do klienta. Mogą one być podawane przez sprzedawców lub też przez znajomych tzw. pocztą pantoflową, a mogą wynikać z osobistych doświadczeń klienta. Im wyższe oczekiwania, tym większe prawdopodobieństwo, że nie zostaną one zaspokojone, a wtedy klient będzie niezadowolony. Jednak kiedy klient spodziewa się zupełnie normalnego produktu lub usługi, a dostaje coś znacznie lepszego lub zostaje obsłużony niezwykle mile, wynosi z tego doświadczenia wiele satysfakcji i chętnie powraca do takiej firmy.

---

<sup>1</sup>T. Pokusa, Logistyczna obsługa i lojalność klienta jako orientacje rynkowe, Instytut Śląski, Opole 2001, s. 15.

<sup>2</sup> Hill Nigel, Pomiar satysfakcji i lojalności klientów, Oficyna Ekonomiczna Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, Kraków, 2003, s. 11.

„Zadaniem przedsiębiorstwa jest więc poszukiwanie i oferowanie konsumentom takich produktów, usług, obsługi, cen, marki, których oczekują i które mają dla nich wartość nie dającą się porównać do innych produktów i usług”<sup>3</sup>.

### **Poziomy zadowolenia klienta**

Przez porównanie oczekiwań z subiektywnie ocenianymi cechami produktu otrzymujemy trzy poziomy zadowolenia<sup>4</sup>:

- Niezadowolenie – kiedy oczekiwania klienta przekroczyły produkt rzeczywisty;
- Satysfakcja – kiedy produkt realny w pełni zadowala klienta i zaspokaja jego potrzeby;
- Zachwycenie – kiedy produkt realny znacznie przewyższa produkt wyobrażony.

### **Jakość produktu a zadowolenie klienta**

„Potocznie satysfakcja kojarzy się z zadowoleniem towarzyszącym konsumpcji dóbr i usług. Stąd też niektórzy upatrują związków pomiędzy satysfakcją a wysoką jakością oferowanych produktów. Jednak odczuwanie przez konsumenta satysfakcji jest problemem znacznie bardziej złożonym”<sup>5</sup>.

Nie zawsze wysoka jakość wystarczy, by zadowolić klienta. Może wystąpić sytuacja, w której oczekiwania klienta będą znacznie przewyższały realny produkt i mimo wysokiej jakości, produkt nie będzie w stanie usatysfakcjonować klienta. Można wtedy mówić o „przereklamowaniu” produktu – zbytnim wychwalaniu go przez sprzedawcę, co nie wychodzi firmie na dobre. Poza tym za jakość trzeba płacić. Wiele klientów woli nabyć produkt niższej jakości i mniej zapłacić. Będą wtedy bardziej zadowoleni niż gdyby mieli zapłacić za dobrą jakość wygórowaną cenę. Zresztą produkt i jego wysoka jakość to nie wszystko. Dla klienta dużą rolę odgrywają emocje i uczucia. Jeżeli są one negatywne w stosunku do produktu, bądź czegokolwiek z nim związanego, poziom zadowolenia klienta nigdy nie będzie wysoki.<sup>6</sup> (W turystyce może się tak zdarzyć np. w stosunku do terenów bardzo atrakcyjnych turystycznie, ale takich, gdzie wystąpiły nieprzewidziane zjawiska, np. powódź, nawałnica, trzęsienie ziemi. Obojętnie jak wysoka byłaby jakość proponowanej wycieczki i prestiż organizacji, klienci mogą się na nią nie

---

<sup>3</sup> I. Dembińska-Cyran, J. Hołub-Iwan, J. Perenc, Zarządzanie relacjami z klientem: strategie i systemy, Difin, Warszawa, 2003, s. 283.

<sup>4</sup> T. Pokusa, Logistyczna ..., s. 137.

<sup>5</sup> I. Dembińska-Cyran, Hołub-Iwan J., Perenc J., Zarządzanie ..., s. 269.

<sup>6</sup> K. Storbicka, Sztuka budowania trwałych związków z klientami. Customer Relationship Management, Dom Wydawniczy ABC, Kraków, 2001, s. 98.



zdecydować, gdyż istnieje prawdopodobieństwo, iż odwiedzany teren nawiedzi jakaś kłeska żywiolowa.)

„Celem działań marketingu firmy powinno być osiągnięcie satysfakcji klienta, natomiast dążenie przedsiębiorstwa do zwiększenia i utrzymania jakości jest tylko środkiem do tego celu, który nieumiejętnie pokierowany może nie przyczyniać się do realizacji celu”.<sup>7</sup>

### **Instrument pomiaru jakości usług – servqual**

To, że firma osiągnie wysoki poziom jakości produktów, czy usług nie jest obecnie wystarczającym czynnikiem gwarantującym uzyskanie pełnego zadowolenia klienta. W latach osiemdziesiątych powstało wiele metod, które analizowały problem optymalizacji jakości. Jedną z nich, uznawaną za najbardziej popularną jest metoda SERVQUAL. Autorami opracowania tej metody są wykładowcy Texas A&M University<sup>8</sup>: Parasuraman, Zeithaml i Berry. Opracowali ją w latach 1983-1985. Metoda ta polega na pomiarze różnicy między poziomem zaspokojenia oczekiwań a postrzeganiem usług przez klienta.

W wyniku wielu lat prac badawczych naukowcy ci zdefiniowali pięć luk jakości usług<sup>9</sup>:

- Pierwsza określana jest jako różnica pomiędzy oczekiwaniem klienta postrzeganiem tych oczekiwań przez kierownictwo organizacji;
- Druga stanowi różnicę między postrzeganiem oczekiwań klientów przez kadre zarządzającą a specyfikacją jakości usług;
- Trzecia luka to różnica między specyfikacją jakości usługi a jakością świadczenia usługi;
- Czwarta luka określa różnicę między jakością świadczenia usługi a informacjami jakie klient uzyskał na jej temat;
- Piąta luka przedstawia różnicę między poziomem spełnienia oczekiwań a postrzeganiem usługi przez klienta.

W toku dalszych badań koncentrując się na luce nr 5 autorzy metody servqual wyróżnili pięć wymiarów jakości usług, do których zaliczyli<sup>10</sup>:

- materialne świadectwo usługi – wygląd zewnętrzny i wewnętrzny pomieszczeń, wyposażenie, środki przekazu oraz ubiór, zachowanie oraz prezencja personelu;
- niezawodność usługodawcy – określana jako zdolność dostawcy do

---

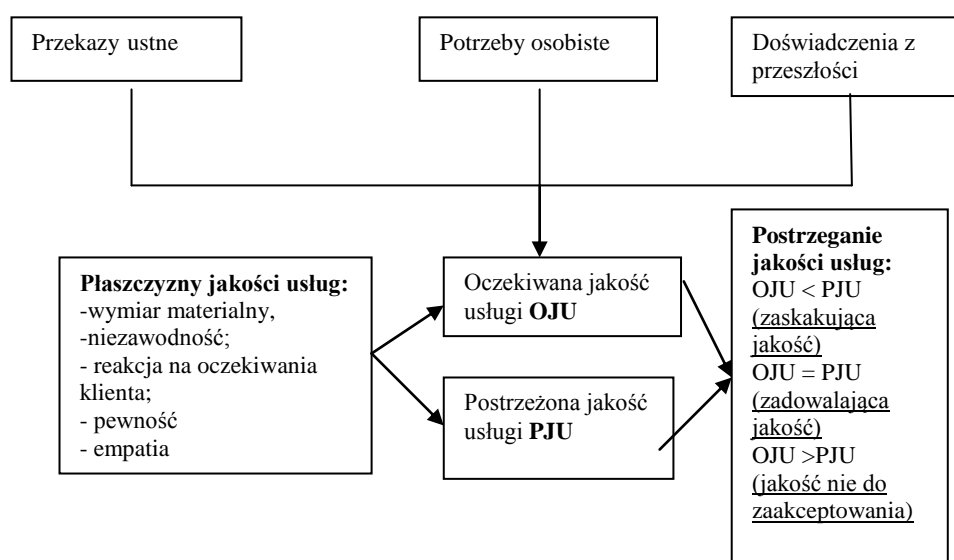
<sup>7</sup> I. Dembińska-Cyran, Hołub-Iwan J., Perenc J., Zarządzanie ..., s. 272.

<sup>8</sup> A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, Berry L.: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Fall 1985, nr 49.

<sup>9</sup> A. Parasuraman, V.A. Zeithaml, Berry L.: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Fall 1985, nr 49.

<sup>10</sup> A. Parasuraman, Zeithaml V.A., Berry L.: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Fall 1985, nr 49.

- zrealizowania usługi w sposób solidny i niezawodny;
- reakcję na oczekiwania klienta obejmującą chęć udzielenia mu pomocy, szybkość działań i reagowania na wymogi stawiane przez odbiorców usług;
- pewność (fachowość i zaufanie) – kwalifikacje i wiedza merytoryczna personelu oraz umiejętność zdobywania zaufania klientów;
- empatia – umiejętność zrozumienia oczekiwań klienta, umiejętność okazania każdemu klientowi oddzielnej uwagi.



Rysunek 1 Postrzeżenie jakości usług

Źródło: Parasuraman A, Zeithaml V.A., Berry L.: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Fall 1985, nr 49

Na tym etapie prace nad doskonaleniem modelu nie zakończyły się. W kolejnych latach autorzy zajęli się rozszerzaniem modelu o czynniki wewnętrzne wpływające na poziom jakości usług dostarczanych klientowi.

Zdaniem autorów wielkość luki pierwszej ograniczona jest trzema czynnikami<sup>11</sup>:

- badaniami marketingowymi organizacji (służą one uzyskaniu informacji na temat oczekiwań klientów, tak aby stworzyć usługę zaspokajającą ich potrzeby);
- komunikacją oddolną (im bardziej efektywna komunikacja tym większa uwaga kierownictwa skierowana na potrzeby klientów);

<sup>11</sup> R. Karaszewski, Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006, s. 281-282.

- liczbą poziomów zarządzania w organizacji (im większa liczba poziomów zarządzania tym luka pierwsza powiększa się ponieważ powstają liczne zakłócenia i zniekształcenia podczas przepływu informacji).

Na wielkość luki drugiej mają wpływ następujące czynniki:

- zaangażowanie kierownictwa w problem jakości usług;
- ustalanie celów;
- standaryzacja działań;
- postrzeganie możliwości.

Z kolei na trzecią lukę mogą mieć wpływ następujące czynniki:

- praca zespołowa – wpływająca na stopień osobistego zaangażowania pracownika;
- dopasowanie pracownika do powierzonych zadań – zdolność pracownika do wykonania zadania;
- dostosowania technologii – dopasowanie narzędzi i urządzeń do realizowanych prac;
- postrzeganie kontroli – stopień odpowiedzialności pracownika za wykonywaną pracę;
- system nadzoru i kontroli – ocena pracowników pod kątem nie tylko wydajności, ale również sposobu wykonywania pracy;
- rola konfliktu – dostrzeganie konfliktu pomiędzy oczekiwaniami klientów i oczekiwaniami organizacji;
- znaczenie dwuznaczności – postrzeganie jedności celów oraz oczekiwań.

W przypadku luki czwartej określają ją:

- komunikacja pionowa (przepływ informacji wewnątrz i pomiędzy działami organizacji);
- tendencje do zawyżania obietnic (obeцywanie klientowi czegoś czego organizacja nie może spełnić).

Prace badawcze Parasuramana, Zaithamla i Berry'ego w kolejnych latach (1990-1993) bardziej koncentrowały się na tzw. „strefie tolerancji”. Nowy opracowany przez autorów SERVQUAL model obejmuje dwa kolejne zagadnienia:

- ocena wykonania usługi dokonywana przez klienta opiera się na dwóch kwestiach: tym czego się oczekuje oraz tym co jest do zaakceptowania;
- strefa tolerancji oddziela pożądaną usługę od adekwatnej.

Jak wynika z opracowań autorów dalsze badania były ukierunkowane na identyfikację zależności pomiędzy jakością usług a zyskiem oraz na praktyczne sprawdzenie relacji między zachowaniem i intencjami klienta a jakością usług.

Poddano badaniu następujące miary intencji i zachowań:

- lojalność: siłę związku między konsumentem a usługodawcą; skłonność klienta do dalszego korzystania z usług danego przedsiębiorstwa;
- przejście: skłonność klienta do ograniczenia kontaktów z badanym

- przedsiębiorstwem w związku ze skorzystaniem z usług konkurencji;
- wyższe opłaty: prawdopodobieństwo, że pomimo wzrostu ceny usługi klient nie zmieni usługodawcy;
- zewnętrzną odpowiedzialność: prawdopodobieństwo, że klient zmieni dostawcę usług i przekaże swoje negatywne spostrzeżenia innym odbiorcom jeśli jego oczekiwania nie zostaną właściwie spełnione;
- wewnętrzną odpowiedzialność: w przypadku problemów z realizacją usługi klient złoży skargę osobie odpowiedzialnej za jej dostarczenie.

Proponując do wykorzystania ten model – model tolerancji autorzy mieli nadzieję, że będzie on miał pozytywny wpływ na postawy klientów. Należy jednak sądzić, iż usprawnienia jeśli mają być stosowane powinny być zgodne z oczekiwaniami klientów bowiem nie będą oni płacić za zbyt wysoką jakość usług.

W latach dziewięćdziesiątych Parasuraman, Zeithaml i Berry dokonali połączenia wyników swoich badań zarówno w aspekcie teoretycznym, jak i empirycznym<sup>12</sup>. Wnioski, jakie wynikają z ich prac jednoznacznie wskazują, iż efektywny system informacji o jakości usług powinien być procesem trwałym, opartym na systematycznym rozpoznawaniu klientów, konkurentów oraz pracowników. Można tutaj stosować cztery podejścia:

- badanie transakcji;
- badanie skarg, komentarzy, wniosków i opinii;
- badania rynku;
- badania pracowników.

Takie grupy badań stanowią elementarny składnik każdego systemu informacji na temat jakości usług w organizacji.

Autorzy wskazują również na kilka dodatkowych zagadnień, które mogą umożliwić wzrost efektywności systemu informacji<sup>13</sup>:

- badanie oczekiwań z zastosowaniem koncepcji sfery tolerancji;
- nacisk na jakość informacji;
- analizowanie niezadowolenia klientów, nawet jeżeli grupa klientów nieusatysfakcjonowanych stanowi nieznaczny odsetek;
- powiązanie jakości świadczenia usługi z rezultatami ekonomicznymi;
- włączenie w proces usprawnień każdego pracownika.

Dokładnie analizując założenia metody servqual<sup>14</sup> można dostrzec wiele elementów wskazujących na bliskie związki z założeniami filozofii Total Quality Management. Chociażby wskazanie na konieczność stosowania ciągłego procesu usprawnień, włączenia w proces doskonalenia jakości wszystkich pracowników

<sup>12</sup> R. Karaszewski, Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006, s. 284-285.

<sup>13</sup> L. Berry, Parasuraman A. Multiple-Method Listening: The Building of a Service Quality Information System, Sloan Management Review, 1997.

<sup>14</sup> R. Karaszewski, Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006, s. 284-285.

a także budowy systemu efektywnej komunikacji. Tak więc servqual stanowi przykład metody, która zbudowana została zgodnie z wytycznymi TQM, może służyć budowaniu jakości totalnej, koncentrującej się w tym przypadku na zagadnieniu usprawniania jakości usług.

### **Procedura pomiaru jakości usług**

Zarys istoty metody servqual to jedynie podstawowy zakres wiedzy, jaką należy posiadać, aby móc praktycznie zastosować tę metodę. Badanie rozpoczyna się od wyboru podmiotu i przedmiotu badań, następnie przygotowuje się kwestionariusz badań, którego forma jest w pewien sposób narzucona, ale można ją modyfikować w zależności od charakteru przedsiębiorstwa i rodzaju świadczonych usług. W dalszej kolejności wybiera się grupę badaną a następnie przeprowadza badanie. Istota badania polega na oszacowaniu różnicy pomiędzy oczekiwaniami a postrzeganiem wyświadczonej usługi. Wielkość różnicy wskazuje na miejsca, w których konieczne jest dokonanie usprawnień. Ocena wielkości różnic dokonywana jest na podstawie formularza, który jest zaprezentowany w dalszej części opracowania. Kwestionariusz składa się z 22 punktów dotyczących oczekiwań i spostrzeżeń podzielonych w ramach pięciu wskazanych wymiarów jakości usług. Każda pozycja jest punktowana w skali od 1(nie zgadzam się) do 7(zdecydowanie się zgadzam).

Procedura postępowania przy metodzie servqual<sup>15</sup>:

1. Wybór podmiotu i przedmiotu badań
2. Opracowanie kwestionariusza badań
3. Wybór grupy badanej
4. Przeprowadzenie badania
5. Opracowanie wyników badań w tym:
  - 6a. Wyznaczanie różnicy między oceną postrzegania usługi przez klienta a oceną otrzymanej usługi (P-O)
  - 6 b. Wyznaczanie poziomu oczekiwań i spostrzeżeń klientów dla organizacji w znaczeniu ogólnym
  - 6 c. Wyznaczanie poziomu oczekiwań i spostrzeżeń klientów dla wybranej organizacji
  - 6 d. Obliczanie całkowitej arytmetycznej miary jakości świadczonych usług
  - 6 e. Wyznaczanie ważności poszczególnych wymiarów
  - 6 f. Obliczenie średniej ważonej servqual dla poszczególnych obszarów
  - 6 g. Obliczenie całkowitej ważonej miary jakości usług
7. Analiza i prezentacja wyników badań.

---

<sup>15</sup> A. Hamrol, Zarządzanie jakością z przykładami, PWN Warszawa 2005.

## Ocena jakości usług przy zastosowaniu metody servqual w agroturystyce

W tej części opracowania zostanie zaprezentowany instrument servqual, który został zmodyfikowany w kontekście usług w agroturystyce. Jego opracowanie opiera się na modelu stworzonym przez Parasuramana w 1998 roku<sup>16</sup>.

W *pierwszym etapie* dokonuje się wyboru organizacji, która zostanie poddana badaniu. Najpierw zatem uzyskujemy wskazania informujące o oczekiwaniach klientów wobec ogólnie określonego typu organizacji (w tym przypadku odnośnie kwater agroturystycznych w ogóle). W dalszej kolejności należy wykorzystać ten sam instrument do analizy spostrzeżeń klientów dotyczących określonych w metodzie zagadnień, a także w odniesieniu do konkretnych kwater agroturystycznych. Wynikami tego punktu badania są różnice między wyrażanymi punktowo oczekiwaniami a spostrzeżeniami. Następnie obliczamy średnią dla różnicy punktów w każdym z analizowanych obszarów. Uzyskane w ten sposób wyniki należy ponownie zsumować i podzielić przez liczbę analizowanych obszarów. Uzyskany wynik to *całkowita arytmetyczna miara jakości usług* badanych metodą **servqual**.

W *drugim etapie* posługując się tabelą „wagi poszczególnych wymiarów” należy uzyskać wskazania klientów co do podziału 100 punktów pomiędzy analizowane obszary wg ich znaczenia dla klienta (wagi). W dalszym postępowaniu uzyskane miary arytmetyczne oraz przypisane im wagi zostają podstawione do kolejnej tabeli „ważona średnia punktów servqual”. Uzyskany wynik będący iloczynem miar arytmetycznych dla każdej ze sfer oraz przypisywanych im wag określany jest jako średnia ważona servqual. Uzyskane średnie ważone servqual dla każdego z obszarów należy zsumować i podzielić przez liczbę poddanych analizie obszarów. Uzyskany wynik to *całkowita ważona miara jakości usług* badanych metodą servqual.

W agroturystyce nie wykorzystywano do tej pory metody servqual. Wydaje się jednak, że wynik uzyskany w toku jej przeprowadzania może przyczynić się do nieustannej pracy nad doskonaleniem jakości usług w kwaterze agroturystycznej. W tego typu działalności również warto brać pod uwagę informacje o oczekiwaniach turystów, systematycznie je zbierać i analizować, tak aby osiągnąć sukces w postaci wysokich dochodów a także zapewnić turystom coraz wyższy poziom jakości świadczonych usług.

---

<sup>16</sup> R. Karaszewski, Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006, s. 286-287.

Przykład ankiety servqual dla kwatery agroturystycznej<sup>17</sup>:

Wymiar materialny	(O)	Wymiar materialny	(S)	S - O
01. Znakomite kwatery agroturystyczne posiadają nowoczesne wyposażenie		S1. Kwatera agroturystyczna X posiada nowoczesne wyposażenie		
02. Pomieszczenia znakomitych kwater agroturystycznych wyglądają atrakcyjnie		S2. Kwatera agroturystyczna X posiada atrakcyjnie wyglądające pomieszczenia		
03. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych wyglądają schludnie		S3. Pracownicy kwatery agroturystycznej X wyglądają schludnie		
04. Materiały (ulotki) rozdawane przez znakomite kwatery agroturystyczne prezentują się atrakcyjnie.		S4. W kwaterze agroturystycznej X materiały (ulotki) prezentują się atrakcyjnie.		

**Średnia punktów servqual za wymiar materialny** .....

Niezawodność	(O)	Niezawodność	(S)	S - O
05. Znakomite kwatery agroturystyczne dotrzymują składanych obietnic		S5. Kwatera agroturystyczna X dotrzymuje składanych obietnic		
06. Kiedy klient zwraca się z problemem, w znakomitych kwaterach agroturystycznych szczerze się interesują pomocą w rozwiązaniu		S6. Kiedy klient zwraca się z problemem, w kwaterze agroturystycznej X szczerze się interesują pomocą w rozwiązaniu		
07. Znakomita kwatera agroturystyczna świadczy każdą usługę z dużą starannością		S7. W kwaterze agroturystycznej X świadczy się każdą usługę z dużą starannością		
08. Znakomite kwatery agroturystyczne wyświadczą usługę w tym terminie, w którym zobowiążą się to zrobić		S8. Kwatera agroturystyczna X wyświadczy usługę w tym terminie, w którym zobowiąże się to zrobić		
09. Znakomite kwatery agroturystyczne starają się prowadzić bezbłędną dokumentację		S9. W kwaterze agroturystycznej X starają się prowadzić bezbłędną dokumentację		

**Średnia punktów servqual za niezawodność** .....

<sup>17</sup> opracowanie własne na podstawie Karaszewski R.: Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006, s. 288-290

Reakcja na oczekiwania klienta (O) Reakcja na oczekiwania klienta (S) S - O

010. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych poinformują klienta o dokładnym terminie realizacji usługi		S10. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X poinformują klienta o dokładnym terminie realizacji usługi		
011. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych świadczą usługę sprawnie i terminowo		S11. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X świadczą usługę sprawnie i terminowo		
012. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych zawsze będą chętnie pomagać klientowi		S12. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X zawsze będą chętnie pomagać klientowi		
013. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych nigdy nie będą zbyt zajęci, by nie odpowiedzieć na prośby klienta		S13. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X nigdy nie będą zbyt zajęci, by nie odpowiedzieć na prośby klienta		

Średnia punktów serwaqual za reakcję na oczekiwania klienta .....

Fachowość i zaufanie (O) Fachowość i zaufanie (S) S - O

014. Zachowanie pracowników znakomitych kwater agroturystycznych wzbudza zaufanie klienta		S14. Zachowanie pracowników w kwaterze agroturystycznej X wzbudza zaufanie klienta		
015. Kontakty z pracownikami znakomitych kwater agroturystycznych wzbudzają poczucie bezpieczeństwa		S15. Kontakty z pracownikami w kwaterze agroturystycznej X wzbudzają poczucie bezpieczeństwa		
016. Pracownicy znakomitej kwatery agroturystycznej zawsze będą uprzejmi wobec klientów		S16. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X zawsze będą uprzejmi wobec klientów		
017. Pracownicy znakomitej kwatery agroturystycznej zawsze będą na tyle kompetentni, aby udzielić odpowiedzi na pytania klientów		S17. Pracownicy w kwaterze agroturystycznej X zawsze będą na tyle kompetentni, aby udzielić odpowiedzi na pytania klientów		

Średnia punktów serwaqual za fachowość i zaufanie .....



Empatia	(O)	Empatia	(S)	S - 0
018. W znakomitej kwaterze agroturystycznej traktuje się każdego klienta indywidualnie		S18. W kwaterze agroturystycznej X traktuje się każdego klienta indywidualnie		
019. Znakomita kwatera agroturystyczna świadczy określone usługi w czasie dogodnym dla klientów		S19. Kwatera agroturystyczna X świadczy określone usługi w czasie dogodnym dla klientów		
020. Znakomite kwatery agroturystyczne zatrudniają pracowników, którzy osobiście poświęcą uwagę klientowi		S20. Kwatera agroturystyczna X zatrudnia pracowników, którzy osobiście poświęcą uwagę klientowi		
021. Znakomite kwatery agroturystyczne dbają o jak najlepszą realizację interesów klienta		S21. Kwatera agroturystyczna X dba o jak najlepszą realizację interesów klienta		
022. Pracownicy znakomitych kwater agroturystycznych rozumieją specyficzne potrzeby swoich klientów		S22. Pracownicy kwatery agroturystycznej X rozumieją specyficzne potrzeby swoich klientów		

Średnia punktów servqual za empatię

.....

1. Obliczenie średniej punktów servqual

Poz.	Kryterium oceny Servqual	Średnia punktów
1.	Wymiar materialny	
2.	Niezawodność	
3.	Reakcja na oczekiwania klienta	
4.	Fachowość i zaufanie	
5.	Empatia	
	Suma punktów Servqual	
	Średnia punktów Servqual	Suma/5

2. Wagi poszczególnych wymiarów

Poz.	Wymiary (cechy charakterystyczne)	Waga
1.	Wymiar materialny	
2.	Niezawodność	
3.	Reakcja na oczekiwania klienta	
4.	Fachowość i zaufanie	
5.	Empatia	
	Suma punktów poszczególnych wag	100

### 3. Ważona średnia punktów servqual

Kryterium oceny servqual	Średnia ważona
Wymiar materialny	Średnie punkty (poz. 1 tabela 1) x wagi (poz. 1 tab.2)
Niezawodność	Średnie punkty (poz. 2 tabela 1) x wagi (poz. 2 tab. 2)
Reakcja na oczekiwania klienta	Średnie punkty (poz. 3 tab. 1) x wagi (poz. 3 tab. 2)
Fachowość i zaufanie	Średnie punkty (poz. 4 Tab. 1) x wagi (poz. 4 tab. 2)
Empatia	Średnie punkty (poz. 5 tab. 1) x wagi (poz. 5 tab. 2)

### Podsumowanie

Wykorzystanie możliwości jakie dają dobrze przemyślane i zaplanowane badania satysfakcji klientów-turystów, a także koncentrowanie szerokiego zakresu działań na świadczeniu usług zorientowanych na klientów kwater agroturystycznych pozwala na szybsze, skuteczniejsze działanie oraz lepsze dostosowanie się do zmieniających się potrzeb turystów, a tym samym przyczynia się do zwiększenia ich satysfakcji oraz podniesienia efektywności kwater agroturystycznych.

### Literatura

- Berry L., Parasuraman A. Multiple-Method Listening: The Building of a Service Quality Information System, Sloan Management Review, 1997.
- Dembińska-Cyran I., Hołub-Iwan J., Perenc J., Zarządzanie relacjami z klientem: strategie i systemy, Difin, Warszawa, 2003.
- Hamrol A.: Zarządzanie jakością z przykładami, PWN Warszawa 2005.
- Hill Nigel, Pomiar satysfakcji i lojalności klientów, Oficyna Ekonomiczna Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych, Kraków, 2003.
- Karaszewski R. : Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, TNOiK „Dom Organizatora” Toruń 2006.
- Pokusa T., Logistyczna obsługa i lojalność klienta jako orientacje rynkowe, Instytut Śląski, Opole 2001.
- Parasuraman A, Zeithaml V.A., Berry L.: A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Fall 1985.
- Storbacka K., Sztuka budowania trwałych związków z klientami. Customer Relationship Management, Dom Wydawniczy ABC, Kraków, 2001.

### Streszczenie

Zachodzące w ostatnich latach w naszym kraju zmiany a także wstąpienie do Unii Europejskiej spowodowały zwiększenie zainteresowania branży turystycznej strategiami działania opartymi na jakości. Zwiększająca się corocznie liczba firm turystycznych sprawiła że nasiliła się

walka konkurencyjna na rynku. Taka sytuacja sprawia, że coraz większego znaczenia nabiera jakość świadczonych usług. Dokonując pomiaru jakości usług ważną wydaje się być również opinia klienta. Kategoria jakości jest związana nierozdzielnie z zadowoleniem i satysfakcją klientów, którzy decydują o ocenie poziomu jakości świadczonych im usług.  
Celem artykułu jest prezentacja jednej z metod oceny jakości usług – metody Servqual.

### **Summary**

The transformations taking place in last years in Poland as well as recent entry of our country into structures of European Union caused increase of touristic effective strategies of activity leaning on the service quality. Annually increasing number of company touristic in Poland makes the competitive struggle more intensive in this sector. Such a situation causes the quality of provided services to mean even more.

However, during measurement of the service quality but first of all opinion of the customer. The category of quality is inseparably connected and satisfaction of the customers, who finally decide about the level of provided services quality. In the article the efficiency of quality – method Servqual.

**Bolesław Iwan**

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Możliwość wykorzystania Metody Assessment Center w rekrutacji i selekcji kadr w przedsiębiorstwie turystycznym**

### **Wstęp**

Zgodnie z powszechnie akceptowanym określeniem - terminu turystyka – jest to czasowe i krótkotrwałe przemieszczanie się osób do miejsc położonych poza miejscami ich stałego zamieszkania i pracy oraz czynności, które w tych miejscach wykonują. Nabywcami usług (produktów) turystycznych są turyści. Mogą nimi być cudzoziemcy przyjeżdżający do danego kraju, rodziny, krewni przybywający z wizytą do swoich bliskich i znajomych oraz wycieczkowicze i przybysze z okolicznych miejscowości. Osoby przybywające do danego miejsca (miejscowości), by mogły być uznane za turystów muszą tam przebywać co najmniej jedną dobę.

Turyści tworzą popyt na produkty turystyczne, a więc reprezentują stronę popytową rynku turystycznego. Podmioty nabywając szeroko rozumiane produkty turystyczne (usługi turystyczne), oczekują uzyskania wysokiego poziomu satysfakcji zawartych w produktach turystycznych. Satysfakcji tych dostarczają podmioty – organizacje i przedsiębiorstwa turystyczne, które z kolei reprezentują stronę podażową rynku. Podmioty sprzedające usługi turystyczne powinny oferować taki poziom satysfakcji, który jest zgodny z oczekiwaniami klientów (turystów). Rynek turystyczny będzie się wówczas rozwijał bez barier i zahamowań. Wysoki poziom produktów turystycznych może jedynie dostarczyć odpowiednio wykwalifikowana kadra organizacji turystycznych, w tym i podmiotów organizujących szeroko pojętą turystykę wiejską.

Celem niniejszego opracowania jest więc syntetyczne przedstawienie roli personelu turystycznego oraz Assessment Center – jako nowoczesnej metody rekrutacji i selekcji personelu turystycznego. Metoda ta zostanie zaprezentowana na tle wybranych innych metod rekrutacji i selekcji kadr. Wśród celów częściowych należy także wymienić analizę istoty rekrutacji i selekcji kadr, a także jej etapy. Niezwykle ważne znaczenie kadr pracowniczych dla organizacji turystycznych w pełni uzasadnia celowość niniejszego opracowania. W opracowaniu będą zamiennie używane określenia produkt i usługa turystyczna. W teorii marketingu są to bowiem synonimy, gdyż każda usługa jest produktem, a jednocześnie przedmiotem wymiany rynkowej.

## Personel w organizacjach turystycznych

Współczesny i profesjonalny system marketingowy produktów turystycznych składa się z czynników zewnętrznych (niekontrolowanych) i czynników wewnętrznych (kontrolowanych) przez podmioty świadczące usługi turystyczne. Na rynku usług turystycznych ważną rolę w otoczeniu zewnętrznym (czynniki niekontrolowane) odgrywają:

- banki i firmy ubezpieczeniowe,
- firmy transportowe,
- instytucje kulturalne,
- organizacje sportowe i i rekreacyjne,
- operatorzy telekomunikacyjni i pocztowi,
- przedsiębiorstwa usług komunalnych,
- infrastruktura techniczna i społeczna,
- klimat i ukształtowanie terenu,
- międzynarodowa sytuacja polityczna itp.

Do czynników kontrolowanych zalicza się:

- produkty (usługi) turystyczne,
- ceny produktów turystycznych,
- dystrybucję produktów turystycznych,
- promocję usług turystycznych,
- personel turystyczny,
- procedury.

Syntetyczną analizą w niniejszym opracowaniu zostanie objęty jeden element marketingu-mix w usługach, tzn. personel. Pozostałe elementy zostaną pominięte, ponieważ wykracza to poza zakres objęty tytułem opracowania.

Personel zatrudniony w branży turystycznej można podzielić na trzy główne grupy.

1. Personel pierwszej linii – jego zadaniem jest bezpośrednia obsługa klientów (turystów). W jego skład wchodzi pracownicy obsługi w Biurach Podróży, recepcjoniści, pokojowe, kelnerzy, barmani, personel w środkach transportu, piloci i przewodnicy.
2. Personel drugiej linii (zaplecza) – członkowie tej grupy personelu nie wykonują czynności wymagających bezpośredniego (osobistego) kontaktu z turystami. Tworzą go osoby organizujące imprezy turystyczne, pracownicy zaplecza hotelowego i gastronomicznego.
3. Personel kierowniczy – nadzoruje i organizuje pracę personelu obsługującego oraz wykonawczego.

Do personelu jako elementu marketingu-mix w turystyce przywiązuje się największą uwagę, ponieważ ma on interpersonalny kontakt z klientami – turystami. Poprzez swoją pracę i stosunek do turystów, buduje pozytywny lub negatywny wizerunek firm turystycznych. Tak istotne znaczenie kadr pracowniczych (personelu) w przedsiębiorstwach turystycznych wynika przede wszystkim z usługowego charakteru działalności w turystyce, w tym zwłaszcza w

turystyce wiejskiej oraz wysokiego udziału kosztów pracy żywej w kosztach ogółem.

Cechy dobrego personelu świadczącego usługi turystyczne:

- Wysoki poziom kwalifikacji.
- Odpowiednie cechy charakteru oraz predyspozycje psychofizyczne, a w tym:
  - znajomość form i zwyczajów towarzyskich,
  - cierpliwość, uprzejmość, umiejętność radzenia sobie z emocjami turystów, empatia,
  - umiejętność koncentracji na klientach, kultura osobista, grzeczność i takt,
  - odpowiedzialność, dyscyplina, odporność na stres, łatwość nawiązywania kontaktów,
  - znajomość języków obcych, wiarygodność i szybkie reagowanie na prośby i problemy turystów itp.
- Dobra znajomość nawyków i zachowań turystów oraz schludny wygląd zewnętrzny itp.

Wymienione cechy dobrego personelu stają się imperatywem zastosowania właściwych metod rekrutacji i selekcji kadr dla rozwoju turystyki wiejskiej. Warunkiem wysokiego poziomu obsługi ruchu turystycznego są m. in.: systematyczne podnoszenie kwalifikacji personelu przez organizowanie szkoleń, właściwe motywowanie pracowników po to aby dbali o dobro i satysfakcję klientów oraz kreowanie kultury organizacyjnej firm. Podstawowa maksyma, która powinna być przestrzegana przez organizacje turystyczne brzmi – aby mieć zadowolonych klientów, należy mieć najpierw zadowolonych pracowników. Pracownicy oczekują bowiem od swoich pracodawców przejrzystego systemu wynagrodzeń, szacunku, dobrej atmosfery w pracy, szansy na awans itp.

Wybrane instrumenty polityki personalnej w turystyce:

- Planowanie zatrudnienia – kształtowanie optymalnej liczby personelu, ustalanie wymaganych kwalifikacji i cech osobowościowych personelu.
- Rekrutacja i selekcja – pozyskiwanie odpowiedniej kadry spełniającej wymogi stawiane przez firmę.
- Szkolenia i rozwój pracowników.
- Systemy motywacji płacowej i pozapłacowej. Obiektywne systemy oceny pracowników<sup>1</sup>.

### **Istota rekrutacji i selekcji**

Rekrutacja jest jedną z funkcji zarządzania najważniejszymi zasobami w każdej organizacji, tj. zasobami ludzkimi. Skuteczna rekrutacja jest kluczem do sukcesu, gdyż od prawidłowej rekrutacji zależy jakim potencjałem kadrowym dysponuje organizacja, w tym i turystyczna. To z kolei decyduje o możliwościach

---

<sup>1</sup> A. Panasiuk (red.): Marketing usług turystycznych, PWN, Warszawa 2005, Payne A.: Marketing usług, PWE, Warszawa 1996.

doskonalenia i rozwoju organizacji oraz o poprawie efektywności pracy i współdziałania osób.

Rekrutacja to sformalizowane procesy naboru kandydatów do pracy. Mają one za zadanie pozyskanie wystarczającej liczby osób o odpowiednich kwalifikacjach do ubiegania się o wolne stanowiska pracy<sup>2</sup>. Rekrutacja to również proces rozpoznania i przyciągnięcia puli kandydatów, z których wyselekcjonowanym osobom zostaną złożone oferty pracy<sup>3</sup>.

Rekrutacja wymaga więc rozpoznania zewnętrznego i wewnętrznego rynku pracy. Skuteczne pozyskiwanie dobrych kandydatów do pracy oznacza konieczność stosowania różnych metod rekrutacji i selekcji, a więc i znajomości ich zalet, wad, a także możliwości zastosowania w konkretnych organizacjach turystycznych. Podstawowym jednak warunkiem skutecznej rekrutacji jest jasne określenie oczekiwań względem kandydatów. Celem pozyskania najlepszych kandydatów do pracy w turystyce jest ich selekcja. **Selekcja** z kolei jest procesem gromadzenia informacji o kandydatach do pracy i dokonywania wyboru najbardziej odpowiednich kandydatów na wakuujące stanowiska<sup>4</sup>.

### **Etapy rekrutacji i selekcji personelu pracowniczego**

Najważniejszym zadaniem procesu rekrutacji i selekcji kadr jest trafne zdiagnozowanie potrzeb personalnych firmy, a następnie skuteczne dotarcie do właściwych kandydatów. Proces rekrutacji i selekcji można podzielić na cztery etapy.

Etap I - Etap wstępny rekrutacji. Polega on na wytyczeniu celów i kierunków działania. Etap ten obejmuje: diagnozę potrzeb personalnych, opis stanowisk pracy, sporządzenie profilu kandydatów do pracy.

Etap II – Dotarcie do właściwych kandydatów. Etap ten utożsamiany jest często z rekrutacją w wąskim rozumieniu, tzn. z pozyskiwaniem lub docieraniem do kandydatów na pracowników. Rekrutację można przeprowadzić z wewnątrz lub spoza organizacji (przedsiębiorstwa).

Etap III – Ocena przydatności kandydatów. Jest on też określany jako selekcja. Etap ten obejmuje m. in.: ocenę kandydatów do pracy, wybór strategii i kryteriów selekcyjnych oraz metody selekcji.

Etap IV – Decyzja o wyborze właściwych kandydatów.

Każdemu z czterech etapów procesu rekrutacji i selekcji odpowiadają specyficzne procedury, metody oraz techniki i narzędzia. Niekiedy proces rekrutacji i selekcji dzielony jest na dwa etapy. Etap pierwszy - identyfikowania i docierania do potencjalnych kandydatów (tworzenie longlisting). Etap drugi –

---

<sup>2</sup> H. Król, A. Ludwiczynski, ZZZ. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji, PWN, Warszawa 2005.

<sup>3</sup> B Jamka, Dobór zewnętrzny i wewnętrzny pracowników. Teoria i praktyka, Wyd. Diffin, Warszawa 2001.

<sup>4</sup> H. Król, Ludwiczynski A.: ZZZ Tworzenie ... (op. cit.)

stopniowe eliminowanie kandydatów nieodpowiednich (tworzenie shortlisting). Niektórzy autorzy rekrutację i selekcję dzielą na siedem etapów<sup>5</sup>.

### **Rodzaje i źródła rekrutacji personelu turystycznego**

Wyróżnia się zazwyczaj dwa rodzaje rekrutacji.

- I. Rekrutacja szeroka. Oferty pracy kierowane są do szerokiego grona potencjalnych kandydatów. Są one zamieszczane w prasie, radio, telewizji, a zwłaszcza lokalnej, w Internecie i na targach pracy itp. Wyszukiwanie kandydatów jest też zlecane head hunterom (łowcom głów), czyli agencjom specjalizującym się w rekrutacji personelu. Ten rodzaj rekrutacji jest przydatny, gdy przedsiębiorstwo organizuje nabór na szeregowie stanowiska pracy. Jest też przydatny dla przedsiębiorstw działających w sektorze turystyki wiejskiej. Przedsiębiorstwa te mogą z powodzeniem korzystać z ogłoszeń w prasie, radio i telewizji lokalnej oraz w Internecie.
- II. Rekrutacja segmentowa (wyspecjalizowana). Jest ona kierowana do określonego segmentu rynku pracy. Oferty pracy kierowane są więc do specjalistów z danej branży.

Przed przystąpieniem do realizacji dalszych działań rekrutacyjnych należy rozstrzygnąć problem – z jakiego źródła będzie się rekrutować kandydatów do pracy. Wśród źródeł rekrutacji wyróżnia się rekrutację wewnętrzną i zewnętrzną. Rekrutacja wewnętrzna polega na pozyskiwaniu kandydatów na określone stanowiska wśród dotychczasowych pracowników zatrudnionych w organizacji. Rekrutacja zewnętrzna z kolei polega na poszukiwaniu kandydatów z zewnętrznego rynku pracy. Firmy i organizacje turystyczne korzystają z obydwóch źródeł rekrutacji personelu. Firmy, które rozwijają swoją działalność na rynku turystycznym korzystają z rekrutacji zewnętrznej. Rekrutację wewnętrzną mogą prowadzić firmy (organizacje) większe, zatrudniające liczniejszy personel. Tam bowiem możliwości ruchów kadrowych są większe<sup>6</sup>. Oczywiście każde źródło rekrutacji personelu ma wady i zalety.

### **Metody selekcji personelu**

Metody selekcji personelu w przedsiębiorstwach turystycznych są takie same jak i w innych przedsiębiorstwach produkcyjnych i usługowych. Należy jednak postawić tezę, iż są one bardziej istotne w dziedzinie turystyki, ze względu na rangę i rolę kadr pracowniczych.

Wśród metod selekcji są stosunkowo proste (selekcja Curriculum Vitae) oraz metody bardziej skomplikowane i profesjonalne, wymagające uprzedniego przygotowania i specyficznych umiejętności, jak np. Metoda Assessment Center.

---

<sup>5</sup> M. Suchar, Rekrutacja i selekcja personelu, Wyd. C. H. Beck, Warszawa 2005, Poczowski A.: Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.

<sup>6</sup> B. Jamka, Dobór ... (op. cit.)



Przedsiębiorstwa i organizacje turystyczne dysponują wieloma metodami selekcji kadr.

- A. Dokumenty aplikacyjne (życiorys, list motywacyjny, ankieta biograficzna, świadectwa i dyplomy, rankingi itp.).
- B. Referencje (pisemne / listowne, ustne / telefoniczne).
- C. Wywiady (sformalizowane, swobodne).
- D. Testy (testy zdolności, próbki i symulacje pracy, testy medyczne, testy psychologiczne).
- E. Assessment Center<sup>7</sup>.

Metody rekrutacji i selekcji kadr pracowniczych wymienionych w punktach A, B, C i D są szerzej znane, dlatego zostaną pominięte w toku analizy.

Assessment Center jest metodą, którą powszechnie uważa się za najlepszą do oceny przyszłych wyników pracy kandydatów na wakuujące stanowiska. W odróżnieniu od innych metod selekcyjnych, ułatwia ona obserwację sposobu wykonywania konkretnych zadań przez ubiegających się o pracę. Assessment Center jest to bowiem zbiór konkretnych technik testowych, symulacyjnych, gier kierowniczych oraz wywiadów przeprowadzanych na potrzeby konkretnej firmy (organizacji)<sup>8</sup>. Duża liczba i znaczne zróżnicowanie możliwych do wykorzystania metod selekcji, stawiają przedsiębiorstwa przed trudną decyzją wyboru. Celem podjęcia optymalnych decyzji w zakresie pozyskania właściwych pracowników niezbędne jest rozważenie kilku problemów.

1. Należy ustalić profil umiejętności (osobowości) i kompetencji kandydatów.
2. Należy rozważyć jakich metod selekcji należy użyć, by można ocenić posiadanie pożądanых cech oraz umiejętności przez poszczególnych kandydatów na wakuujące stanowiska pracy.
3. Należy ustalić jakie koszty firma jest w stanie ponieść celem sfinansowania rekrutacji i selekcji kadr oraz jakie są możliwości Działu Personalnego w zakresie samodzielnego opracowania metod selekcji i rekrutacji.

Celem zastosowania wybranej metody jest zdobycie rzetelnych informacji, a więc przyjęcie do pracy właściwych kandydatów.

### **Charakterystyka Metody Assessment Center doboru personelu**

Assesment Center (Centrum Oceny lub Ośrodek Oceny) jest nowoczesną metodą selekcji pracowników, którzy posiadają wymagane kompetencje lub predyspozycje do podjęcia pracy. Assessment Center (AC) jest to seria indywidualnych oraz grupowych zadań i ćwiczeń oraz testów wykonywanych w warunkach symulujących przyszłą pracę kandydatów, ocenianych przez bezstronnych obserwatorów<sup>9</sup>. W trakcie sesji rekrutacyjno – selekcyjnej AC symuluje się elementy pracy wykonywane na danym stanowisku, a wyniki

---

<sup>7</sup> M. Suchar, Rekrutacja ... (op. cit.)

<sup>8</sup> T. Listwan, Zarządzanie kadrami, Wyd. C. H. Beck, Warszawa 2004.

<sup>9</sup> M. Sidor – Rządowska, Kompetencyjne systemy ocen pracowników, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.

uzyskiwane przez uczestników procesu selekcyjnego są ściśle rejestrowane i porównywane z wymaganiami zawartymi w profilu kandydatów na dane stanowiska pracy. Metodę AC można zastosować do pracowników fizycznych oraz specjalistów i kadry kierowniczej. Dla kadry kierowniczej stosuje się zazwyczaj większą liczbę ćwiczeń – koszyk dokumentów, dyskusja grupowa, prezentacje, odgrywanie ról, testy i kwestionariusze osobowości, indywidualne rozmowy kwalifikacyjne itp. Metoda AC składa się z wielu etapów – elementów.

1. Określenie celów zastosowania Metody Assessment Center.
2. Charakterystyka uczestników w Metodzie AC.
3. Przeprowadzenie analizy zachowań uczestników związanych z daną pracą.
4. Określenie zestawu kategorii wymagań koniecznych dla efektywnego wykorzystania danej pracy.
5. Konstruowanie ćwiczeń umożliwiających pomiar tych wyników.
6. Konstruowanie matrycy ćwiczeń i kategorii wymiarów, wskazujących jakie cechy one mierzą.
7. Selekcja i szkolenia osób oceniających, tzn. asesorów.
8. Obserwacja i klasyfikacja zachowań uczestników.
9. Ustalenie dla każdego uczestnika oceny całościowej, celem podjęcia decyzji końcowej (wybór, odrzucenie lub awans kandydata itp.).
10. Przekazanie kandydatom zwrotnej informacji.
11. Przygotowanie i przedstawienie kierownictwu raportu końcowego<sup>10</sup>.

Sesja selekcyjna według Metody Assessment Center trwa jeden dzień, ale zawsze poza firmą do której aplikują kandydaci. Spotkania AC otwierają organizatorzy sesji. Najczęściej są to pracownicy odpowiedzialni za rekrutację i selekcję. Na początku spotkania prezentowany jest cel sesji, oczekiwania wobec kandydatów do pracy, rodzaje i harmonogram zaplanowanych ćwiczeń itp. Istotną rolę w czasie sesji AC odgrywają asesorzy, którzy wyznaczeni są do oceny kompetencji kandydatów do pracy podczas realizowanych przez nich określonych zadań. Wszyscy asesorzy dysponują takimi samymi kryteriami i kartami oceny uczestników. Podczas jednego ćwiczenia – każdego kandydata (uczestnika sesji AC) ocenia jednocześnie przynajmniej dwóch asesorów. Zapewnia to obiektywność ocen i ich niezależność od indywidualnych zapatrywań i przekonań asesorów<sup>11</sup>. Zadaniem asesorów jest obserwowanie zachowań ocenianych kandydatów do pracy oraz ich notowanie i analiza. Asesorami mogą być uprzednio przygotowani pracownicy danej organizacji (przedsiębiorstwa) lub zewnętrzni doradcy personalni znający dobrze Metodę AC. Wśród zespołów oceniających znajdują się często psycholodzy.

Liczba kryteriów (wymiarów) oceny wynosi 10-52. Do najważniejszych zaliczyć można m. in.: przywództwo, podejmowanie decyzji, umiejętność komunikowania się, inicjatywność, odporność na stres, oryginalność,

---

<sup>10</sup> M. Młynarz, Rekrutacja pracowników, Teoria i praktyka, Wyd. Biblioteczka Pracownicza, Warszawa 2004.

<sup>11</sup> M. Fryczyńska, Assessment Center – zintegrowany sprawdzian kompetencji. Personel i zarządzanie, Nr 10, 2006.

samokierowanie itp. Wśród kryteriów oceny ważne znaczenie mają kryteria funkcjonowania personalnego. Dlatego w Metodzie AC wykorzystuje się testy symulacyjne, ułatwiające kompleksowe i dynamiczne ujęcie zachowań kandydatów do pracy. Do najczęściej stosowanych testów symulacyjnych zalicza się koszyk dokumentów oraz dyskusje grupową<sup>12</sup>.

### **Charakterystyka instrumentów Metody Assessment Center**

Wyróżnia się sześć podstawowych instrumentów Metody AC.

1. Koszyk dokumentów (poczta przychodząca, in-basket). Ćwiczenie to polega na tym, iż kandydat na pracownika otrzymuje kilkanaście różnych dokumentów, korespondencją, ulotek i biuletynów reklamowych itp. Zadaniem ocenianego kandydata do pracy jest zapoznanie się z korespondencją i podjęcie decyzji oraz ustalenie kolejności załatwiania spraw, bądź też wyrażenie opinii w omawianych sprawach (ustnie lub pisemnie), dekretowanie pism do odpowiednich komórek organizacji itp. oraz umiejętność zarządzania czasem i organizacja pracy.
2. Dyskusja grupowa (bez przydziału ról, z przydziałem ról). Dyskusja bez przydziału ról polega na tym, iż ocenianemu zespołowi kandydatów do pracy zadaje się temat do dyskusji lub zadanie do rozwiązania. Celem ćwiczenia jest ocena pracy w zespole, umiejętności przywódczych, inicjatywy, twórczego podejścia do zadania itp. W trakcie natomiast dyskusji z przydziałem ról – poszczególni uczestnicy mają przydzielone określone role. Celem tego ćwiczenia jest sprawdzenie umiejętności komunikowania się kandydatów, przekonywania do swoich racji, stylu decyzyjnego i zaangażowania w dyskusji itp.<sup>13</sup>.
3. Odgrywanie ról. Każdy kandydat proszony jest o odegranie roli zawodowej, na przykład menadżera, handlowca lub innego specjalisty. Celem tego instrumentu jest sprawdzenie umiejętności interpersonalnych, negocjacyjnych, a także asertywności i empatii.
4. Studium przypadku (prezentacja). Poszczególnym kandydatom (uczestnikom) przydziela się do rozwiązania problem związany z działalnością firmy lub problem, który wystąpił w przeszłości. Uczestnicy AC po otrzymaniu niezbędnych informacji, muszą przedstawić rozwiązanie problemu w formie prezentacji. W tym przypadku oceniana jest forma oraz treść prezentacji. Celem tego ćwiczenia jest sprawdzenie i ocena umiejętności rozwiązywania konkretnych problemów oraz umiejętność prezentacji informacji, logika wywodu, komunikatywność, kreatywność itp.<sup>14</sup>.
5. Testy i kwestionariusze osobowości. W tym przypadku badana jest inteligencja, poziom wiedzy, zdolności interpersonalne itp.

---

<sup>12</sup> T. Listwan, Dobór i ocena kadry menadżerskiej, Wyd. Wrocławska Biblioteka Współczesnego Menadżera, Wrocław 1993.

<sup>13</sup> Internet: <http://praca.korba.pl>

<sup>14</sup> R. Wood, A. Payne, Metody rekrutacji i selekcji pracowników oparte na kompetencjach, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.

6. Indywidualna rozmowa kwalifikacyjna. Po wykonaniu wszystkich ćwiczeń przewidzianych w Metodzie AC, z każdym z kandydatów przeprowadzana jest indywidualna rozmowa. Jej celem jest uzupełnianie niezbędnych informacji o kandydatach, ocena dotychczasowych doświadczeń i osiągnięć kandydatów<sup>15</sup>.

### **Cele stosowania Metody Assessment Center**

Pewnym ograniczeniem powszechnego stosowania AC do selekcji i rekrutacji kadr są koszty jej realizacji. Należy jednak podkreślić, iż koszty AC są relatywnie niskie w kontekście korzyści wynikających z obsady wakujących stanowisk pracy dobrymi kandydatami. Pozycja i funkcjonowanie każdej organizacji zależy przecież od kadry kierowniczej i wykonawczej. Dotyczy to w pełni każdej organizacji związanej z branżą turystyk wiejskiej. Można wymienić przynajmniej kilka korzyści wynikające ze stosowania AC do rekrutacji i selekcji kadr turystycznych.

1. Zapewnia precyzyjną i wiarygodną ocenę kandydatów do pracy na wakujące stanowiska.
2. Umożliwia sprawdzenie kompetencji i zachowań kandydatów w symulowanych sytuacjach problemowych, które mogą wystąpić w przyszłej pracy.
3. Uniezależnienie się organizacji i firm turystycznych od zewnętrznych agencji konsultacyjnych (doradztwa personalnego).
4. Uczestnicy ćwiczeń w ramach Metody AC zdobywają doświadczenie, które rozwija ich umiejętności w ewentualnym dalszym poszukiwaniu pracy.
5. Stosowanie Metody AC pozytywnie wpływa na dobrą opinię i prestiż organizacji.
6. Metodę AC mogą stosować firmy i organizacje turystyczne do rekrutacji kandydatów na stanowiska kierownicze i wykonawcze (pracowników umysłowych i fizycznych)<sup>16</sup>.

Reasumując należy zaakcentować, że AC jest najlepszą metodą rekrutacji i selekcji personelu, jeżeli organizacjom zależy na długotrwałym rozwoju.

### **Elementy efektywności stosowania Metody AC w procesie rekrutacji kadr w Przedsiębiorstwie Turystycznym X**

Przedsiębiorstwo X jest rzeczywiście istniejącym przedsiębiorstwem działającym w branży turystycznej. Przedmiotem jego działania jest m. in.: organizacja oraz obsługa turystyki krajowej i zagranicznej, świadczenie usług gastronomicznych i hotelarskich, transport, świadczenie usług reklamowych i wydawniczych itp. Przedsiębiorstwo X rekrutuje pracowników przy użyciu

---

<sup>15</sup> S. Witkowski, Psychologiczne wyznaczniki sukcesu w zarządzaniu, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1993.

<sup>16</sup> M. Sidor-Rządowska, Kompetencyjne systemy ocen pracowników, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.

Metody AC od 1997 r., najpierw przez firmę zewnętrzną, a od 2003 r. we własnym zakresie. Pracownicy Działu Personalnego omawianego Przedsiębiorstwa, odnotowali wiele korzyści ze stosowania Metody AC: ograniczenie błędnych wyborów pracowników, zmniejszenie kosztów współpracy z zewnętrznymi firmami doradztwa personalnego, obiektywizm oceny, jednolita procedura selekcji kadr na wszystkie stanowiska pracy, możliwość planowania rozwoju kadr itp.

Dzięki wdrożeniu Metody AC pozyskano bardzo dobrych pracowników. Procedury selekcji i rekrutacji przy użyciu AC dostarczyły wielu informacji o potencjale tkwiącym w pracownikach i możliwych kierunkach ich dalszego rozwoju. Wiedzę tę wykorzystano m. in. przy opracowywaniu programów szkoleniowych. Realizacja AC wpłynęła także na budowanie zespołu i dobrej atmosfery pracy.

### **Podsumowanie i wnioski**

Profesjonalna rekrutacja i selekcja kadr jest kluczem do sukcesu każdej organizacji, w tym i turystycznej. Istotnym problemem jest wybór najlepszej metody rekrutacji i selekcji personelu. Z przeprowadzonej analizy w niniejszym opracowaniu wynika, iż najskuteczniejszą metodą selekcji jest Assessment Center. Skuteczność metody wywiadu jest ograniczona i zależy od rodzaju i liczby przeprowadzonych wywiadów z kandydatami. Referencje są jedną z gorszych metod doboru personelu turystycznego. Według ekspertów wartość i skuteczność metody grafologicznej jest bliska zeru. Znacznie lepszą i bardziej wartościową jest metoda testów zdolności. Metoda AC jest bez wątpienia najlepszą i cechuje się najwyższą skutecznością. Coraz więcej organizacji (przedsiębiorstw) korzysta z niej, mimo relatywnie wysokich kosztów bezwzględnych. Metoda AC zapewnia bowiem precyzyjną oraz wiarygodną ocenę kandydatów do pracy na wakujące stanowiska w przedsiębiorstwach i organizacjach turystycznych.

### **Literatura**

- Fryczyńska M.: Assessment Center – zintegrowany sprawdzian kompetencji. Personel i zarządzanie. Nr 10. 2006.  
Internet. <http://praca.korba.pl>
- Jamka B.: Dobór zewnętrzny i wewnętrzny pracowników. Teoria i praktyka, Wyd. Diffin, Warszawa 2001.
- Król H., Ludwiczynski A.: ZZL Tworzenia kapitału ludzkiego organizacji, PWN, Warszawa 2005.
- Listwan T.: Dobór i ocena kadry menadżerskiej, Wyd. Wrocławska Biblioteka Współczesnego Menedżera, Wrocław 1993.
- Listwan T.: Zarządzanie kadrami, Wyd. C. H. Beck, Warszawa 2004.
- Młynarz M.: Rekrutacja pracowników. Teoria i praktyka, Wyd. Biblioteczka Pracownicza, Warszawa 2004.
- Panasiuk A. (red.): Marketing usług turystycznych. PWN, Warszawa 2005.
- Payne A.: Marketing usług. PWE, Warszawa 1996.

- Pocztowski A.: Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi. Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
- Sidor – Rządowska M.: Kompetencyjne systemy ocen pracowników. Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Sidor-Rządowska M.: Kompetencyjne systemy ocen pracowników. Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Suchar M.: Rekrutacja i selekcja personelu. Wyd. C. H. Beck, Warszawa 2005.
- Witkowski S.: Psychologiczne wyznaczniki sukcesu w zarządzaniu. Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1993.
- Wood R. Payne A.: Metody rekrutacji i selekcji pracowników oparte na kompetencjach. Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.

### **Streszczenie**

Podstawowym warunkiem sukcesu każdego podmiotu gospodarczego, a zwłaszcza działającego w branży turystycznej, w tym i turystyki wiejskiej jest potencjał kadrowy (personel). Istotnym elementem skutecznego zarządzania personelem jest proces jego rekrutacji i selekcji. Istnieje kilka możliwych do zastosowania metod rekrutacji i selekcji. Każdy podmiot gospodarczy musi więc wybrać najbardziej skuteczną i efektywną metodę. Teoria i praktyka dowodzą, iż Metoda Assessment Center jest najlepszą i najbardziej efektywną metodą rekrutacji i selekcji kandydatów na pracowników w branży turystycznej.

### **Summary**

Personnel is one of the most important success factors in every tourism enterprise. An important element of effective personnel management is the process of recruitment and selection. There are a few possible selection and recruitment methods. Each enterprise should choose the most effective method. Theory and practice prove that assessment Center Method is the most effective method of new staff recruitment in the tourism business.

**Agata Balińska**

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa

Wydział Ekonomiczno-Rolniczy

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

## **Rachunek satelitarny jako metoda pomiaru ekonomicznych skutków turystyki**

### **Wstęp**

Turystyka jest zjawiskiem na stałe wpisanym w funkcjonowanie współczesnego świata. Jej wieloaspektowość powoduje, iż wpływa ona na niemal każdą sferę życia zarówno pojedynczego człowieka, jak i całych społeczeństw. Skutki rozwoju turystyki możemy więc rozpatrywać w mikroskali (z punktu widzenia turysty oraz oferenta dóbr i usług turystycznych), mezoskali (na poziomie lokalnym i regionalnym) oraz makroskali (na poziomie całego kraju). Skutki te mogą mieć charakter ekonomiczny i pozaekonomiczny (społeczny, ekologiczny).

Wpływ turystyki na gospodarkę kraju wydaje się oczywisty, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę wpływy z turystyki (przychody dewizowe Polski z tytułu turystyki przyjazdowej wynosiły w 2006 roku 6728 mld. USD) czy liczbę osób zatrudnionych w typowych zawodach turystycznych (w 2006 roku w hotelach, restauracjach i agencjach turystycznych było zatrudnionych 225,9 tys. osób)<sup>1</sup>. Jednakże dokładne oszacowanie skutków ekonomicznych rozwoju turystyki nastrocza pewnych trudności. Turystyka nie może być bowiem utożsamiana z żadnym sektorem instytucjonalnym, rodzajem działalności czy produktem, ale jej elementy pojawiają się w wielu spośród nich, co wynika z charakteru produktu turystycznego. Zawężenie wpływów z turystyki jedynie do dochodów z obiektów hotelarskich, gastronomicznych i biur podróży byłoby zbyt dużym uproszczeniem i prowadziło do przekłamań. Określenie roli turystyki na bazie danych z rachunków narodowych jest więc niemożliwe. Jedną z metod pozwalającą na dokonanie takich szacunków jest rachunek satelitarny turystyki.

### **Ekonomiczne skutki rozwoju turystyki**

Ekonomiczne skutki rozwoju turystyki mogą być analizowane z punktu widzenia pojedynczego przedsiębiorstwa turystycznego, turysty, gospodarki

---

<sup>1</sup> Dane Instytutu Turystyki. [www.intur.pl](http://www.intur.pl)

regionu czy kraju. W przypadku pojedynczego turysty czy przedsiębiorstwa wpływy z turystyki są stosunkowo łatwe do obliczenia. Inaczej jest w przypadku gospodarki krajowej czy regionalnej. Konieczne jest tu sprecyzowanie jakie przedsiębiorstwa należą do bezpośredniej i pośredniej gospodarki turystycznej.

Przedsiębiorstwa oferujące swoje dobra i usługi turystom tworzą bezpośrednią i pośrednią gospodarkę turystyczną. „Do bezpośredniej gospodarki turystycznej klasycy nauki zaliczyli te jednostki gospodarcze, których działalność służyła jedynie lub głównie turystyce i które istniały ze względu na rozwój turystyki”<sup>2</sup>. Należy tu zaliczyć: wszystkie rodzaje bazy noclegowej wraz z towarzyszącą bazą gastronomiczną; urzędnictwo i zakłady uzdrowiskowe; przedsiębiorstwa transportu turystycznego (kolejki linowe, wąskotorowe, itp.); producentów pamiątek, artykułów sportowych i podróźniczych, widokówek, przewodników; przedsiębiorstwa zajmujące się reklamą i propagandą turystyczną; biura podróży, przedsiębiorstwa zajmujące się ubezpieczeniami i finansowaniem turystyki, itp. W przypadku większości przedsiębiorstw z tej grupy, w celu uproszczenia obliczeń, można założyć, iż całość przychodu pochodzi z turystyki. Nie do końca jest to zgodne z rzeczywistością czego przykładem są np. hotelowe restauracje i bary, których klientami jest również ludność miejscowa.

Do pośredniej gospodarki turystycznej zalicza się „całą grupę przedsiębiorstw, instytucji i organizacji, których egzystencja opiera się na turystyce, ale które zaspokajały potrzeby i turystów i konsumentów innych kategorii”<sup>3</sup>. Są to np.: obiekty gastronomiczne, przedsiębiorstwa komunalne, przedsiębiorstwa przemysłu samochodowego, producenci wyposażenia dla obiektów hotelarskich, itp. W przypadku tej grupy podmiotów określenie dochodu z turystyki w ogólnym dochodzie przedsiębiorstwa jest dużo trudniejsze, niż w przypadku podmiotów zaliczanych do bezpośredniej gospodarki turystycznej.

Traktując turystykę jako sektor gospodarki narodowej można powiedzieć, iż pełni ona ważne funkcje makroekonomiczne, tj.<sup>4</sup>:

- udział w tworzeniu produktu krajowego brutto (funkcja kreatywna);
- miejsce w podziale pracy (funkcja usługowa).

Turystyka przyczynia się do tworzenia nowych wartości rynkowych poprzez świadczenie usług na rzecz konsumentów. W tym drugim przypadku należałoby przyjrzeć się nieco bliżej powiązaniu turystyki z innymi sektorami gospodarki. Turystyka niewątpliwie powiązana jest z transportem. Każdy wyjazd turystyczny od usług transportowych się zaczyna i na nich się kończy. Turysta jest podstawnym odbiorcą usług niektórych środków transportu, np. w transporcie lotniczym czy morskim. Związki turystyki ze sportem na płaszczyźnie ekonomicznej są niezwykle wyraźne i sprowadzają się do wykorzystywania tej samej infrastruktury

<sup>2</sup> M. i R. Łazarkowie: *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia*. WSE, Warszawa, 2002, s. 33.

<sup>3</sup> M. i R. Łazarkowie: *Gospodarka ...*, op. cit., s. 30.

<sup>4</sup> A. Panasiuk (red.): *Ekonomika turystyki*. PWN, Warszawa 2006, s. 39.



oraz traktowania imprez sportowych jako atrakcji turystycznych, na które chętnie przyjeżdżają turyści – kibice. Powiązanie turystyki z rolnictwem może mieć różną postać. Jest to produkcja rolnicza na potrzeby turystów lub jednostek obsługujących turystów (ośrodki wczasowe, restauracje, itp.). Najczęściej jednak ten związek kojarzony jest z agroturystyką i innymi formami turystyki wiejskiej, które traktowane są jako element wielofunkcyjnego rozwoju wsi i co za tym idzie źródło dodatkowego dochodu dla mieszkańców terenów wiejskich. Turystyka powiązana jest również z innymi gałęziami przemysłu, w tym z przemysłem budowlanym, przetwórczym, kosmetycznym, produkcją pamiątek czy rybołówstwem.

Przejawem ekonomicznego wpływu turystyki na gospodarkę kraju i / lub regionu są:

1. *Rozwój społeczno-gospodarczy obszarów recepcji turystycznej.* Popularnie mówi się, iż turystyka jest „kołem zamachowym gospodarki”. Aktywizuje lokalną społeczność w zakresie podejmowania działalności gospodarczej, rozwijania nowych mało popularnych dotychczas na danym terenie usług czy produkcji dóbr, nauki innego (nowego) zawodu. Często następuje zagospodarowanie nadwyżek siły roboczej i co za tym idzie zmniejszenie bezrobocia. Turystyka wykorzystywana jest w polityce Unii Europejskiej jako sposób na poprawę sytuacji materialnej mieszkańców terenów najslabiej rozwiniętych gospodarczo<sup>5</sup>.
2. *Zmiany w przestrzennej strukturze podziału dochodu narodowego.* Turyści rekrutują się głównie z regionów lepiej rozwiniętych gospodarczo, gdzie poziom dochodów indywidualnych jest wyższy, niż w regionach recepcyjnych. Najczęściej region emisyjny to miasto a region recepcyjny obszary wiejskie<sup>6</sup>. Turystyka jest formą konsumpcji, a turysta -nośnikiem popytu turystycznego. Tak więc dzięki wyjazdom turystycznym uzyskany w regionie emisyjnym dochód zostaje wydany w regionie recepcyjnym. Regiony recepcyjne charakteryzuje też często bariera popytu wewnętrznego. Lokalni przedsiębiorcy nie mogą realizować swoich pomysłów gospodarczych (inwestycyjnych) ponieważ poziom dochodów lokalnej ludności nie pozwala na zakup danych dóbr czy usług. Napływ środków finansowych z poza obszaru pozwala na przełamanie tej bariery.
3. *Turystyka zagraniczna jest elementem handlu zagranicznego.* Przez analogię do międzynarodowych obrotów towarowych zagraniczna turystyka przyjazdowa odpowiada eksportowi towarów a zagraniczna turystyka wyjazdowa- importowi. Korzyści z przyjazdu turystów zagranicznych do kraju opierają się na tym, iż możemy sprzedać to czego

---

<sup>5</sup> Wpływ turystyki na gospodarkę regionu można obliczyć używając równania na regionalny mnożnik dochodu, w którym sumuje się bezpośredni, pośredni i indukowany dochód regionalny.

<sup>6</sup> Od tej zasady są oczywiście liczne wyjątki.

nie można wyeksportować, np. wyrażenie, powietrze, widoki, większość usług. Możemy też sprzedać dobra, których eksport byłby mało opłacalny i kłopotliwy np. dobra konsumpcyjne o krótkiej przydatności. Niewątpliwa korzyść polega również na tym, iż turyści płacą w cenach detalicznych i od razu. W przypadku eksportu dóbr mamy natomiast do czynienia z odroczonymi płatnościami oraz znacznymi upustami cen przy zakupach hurtowych.

Wpływ turystyki na gospodarkę danego obszaru może mieć też charakter negatywny, przykładowo.:

1. Bariera jakościowa i ilościowa zasobów pracy oraz zachowawcza postawa mieszkańców mogą powodować, iż działalność w zakresie turystyki będą podejmowali głównie inwestorzy z zewnątrz. Brak wystarczających umiejętności i kwalifikacji spowodują też, iż dla zapewnienia odpowiedniego poziomu usług konieczne będzie sprowadzenie specjalistów spoza danego obszaru.
2. Słabo rozwinięta podaż dóbr i usług może spowodować podniesienie cen artykułów codziennego użytku, a w dalszej kolejności inflację, na czym ucierpi ludność autochtoniczna.
3. Wpływy z turystyki przyjazdowej pociągają często za sobą zwiększony import dóbr na potrzeby tych turystów. W ten sposób uzyskany dochód zostaje w dużej mierze zwrócony do obszaru emisyjnego. Dotyczy to przede wszystkim krajów słabo rozwiniętych. Zaprezentowane pokrótce wybrane dysfunkcje ekonomiczne turystyki miały na celu podkreślenie, iż analizując wpływ turystyki na gospodarkę kraju, regionu czy środowiska lokalnego należy mieć na względzie zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki jej rozwoju.

### **Źródła informacji o wpływie turystyki na gospodarkę kraju**

Na poziomie makroekonomicznym podstawowym źródłem informacji o podmiotach zaliczanych do gospodarki turystycznej jest Polska Klasyfikacja Działalności oraz Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług. PKD została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczej Unii Europejskiej. Jest ona „umownie przyjętym, hierarchicznie usystematyzowanym podziałem zbioru działalności społeczno gospodarczej, jakie realizują jednostki (podmioty gospodarcze). PKD jest podstawą systemu klasyfikacji gospodarczej i społecznej...<sup>7</sup>”. System ten obejmuje pięć szczebli: sekcje, podsekcje, działy,

<sup>7</sup> Metodologia Polskiej Klasyfikacji Działalności, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

grupy, klasy i podklasy. Do PKD nawiązują inne klasyfikacje, m.in. Polska Klasyfikacja Wytrobów i Usług, która obejmuje zarówno wytrob, jak i usługi. Struktura tej klasyfikacji oparta jest na „Nomenklaturze Działalności we Wspólnocie Europejskiej”, „Klasyfikacji Produktów Według Rodzajów Działalności”, „Liście produktów PRODCOM”. PKWiU została opracowana przede wszystkim dla potrzeb statystyki i stanowi źródło informacji dla licznych opracowań. Na strukturę PKWiU składają się z sekcje, podsekcje, działy, grupy, klasy, kategorie, podkategorie, pozycje, dziewięciocyfrowki i dziesięciocyfrowki, przy czym dwa ostatnie szczeble zostały stworzone tylko dla potrzeb statystyk krajowych oraz ewidencji źródłowej podmiotów gospodarczych.

Zarówno PKD, jak i PKWiU nie mają wyodrębnionej części, która zbierałaby informacje dotyczące podmiotów sektora turystycznego. W PKD turystyka uwzględniana jest w 4 na 17 istniejących sekcji, tj. sekcja H – „Hotele i restauracje”, sekcja I – „Transport, gospodarka magazynowa i łączność”, sekcja K – „Obsługa nieruchomości, wynajem i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej”, Sekcja O – „Działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała”. W przypadku PKWiU turystyka znalazła swoje miejsce w: sekcji H – „Usługi hotelarskie i gastronomiczne”, sekcji I – „Usługi transportowe, magazynowe oraz łączność”, sekcji K – „Usługi związane z nieruchomościami, wynajem, nauka i prowadzenie działalności gospodarczej” oraz sekcji O – „Usługi komunalne pozostałe, społeczne i indywidualne”.

Zebrane w PKD i PKWiU służą do sporządzania analiz, m.in. badania koniunktury czy rachunku satelitarnego turystyki.

### **Rachunek satelitarny- koncepcja**

Powodem opracowania metodologii rachunku satelitarnego turystyki było uwiarygodnienie informacji nt. aktywności gospodarczej związanej z turystyką oraz zapewnienie porównywalności wyników gospodarki turystycznej z wynikami innych dziedzin gospodarki. „Podstawowym celem tego rachunku jest ustalenie wkładu turystyki w gospodarkę narodową na podstawie takich parametrów makroekonomicznych, jak: wartość dodana (produkt krajowy brutto), produkcja globalna, spożycie turystyczne, zatrudnienie i akumulacja”<sup>8</sup>.

Powstało kilka koncepcji takiego rachunku opracowanych przez: Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), Światową Organizację Turystyki (UNWTO), Światową Radę Podróży i Turystyki (WTTC). Przyjęto w nich różne rozwiązania, co spowodowało, że prezentowane wyniki także się różniły. W 2001 roku OECD i UNWTO i EUROSTAT skoordynowały swoje

---

<sup>8</sup> A. Panasiuk (red.): *Ekonomika...*, op. cit., s. 58.

wysiłki i zaproponowały wspólną metodologię (Recommended Methodological Framework – RMF), która zalecana jest przez Unię Europejską jako instrument mierzenia efektów ekonomicznych turystyki w krajach członkowskich. W Polsce RST sporządzono dla lat 2000 - 2002. Dla 2000 roku zastosowano metodologię OECD, dla lat 2001 i 2002 RMF uzupełnioną o obliczenia turystycznego PKB i informacje o nakładach inwestycyjnych w turystycznych rodzajach działalności.

RMF „opiera się na zestawieniu strony podażowej i popytowej turystyki, a z punktu widzenia kategorii stosowanych w systemie rachunków narodowych, obejmuje rachunek produkcji i tworzenia dochodów oraz rachunek podaży i wykorzystania produktów<sup>9</sup>”. Przyjęta metodologia RST zakłada, iż będzie on mierzył tylko bezpośrednie efekty turystyki, związane z wydatkami uczestników ruchu turystycznego (tj. odwiedzających). Przyjęte wydatki tworzą spożycie turystyczne (popyt turystyczny). Spożycie turystyczne występuje w następujących pozycjach rachunków narodowych<sup>10</sup>:

1. zużycie pośrednie – w zakresie wydatków na podróże służbowe stanowiące koszty wytwarzania produkcji;
2. spożycie gospodarstw domowych z dochodów osobistych – obejmuje: wydatki gospodarstw domowych na podróże turystyczne, wydatki finansowane z diet związanych z podróżami służbowymi jak również zakupy usług świadczonych po cenach nierynkowych w części pokrywanej przez gospodarstwa domowe oraz czynsze umowne związane z posiadaniem domów lub mieszkań wakacyjnych;
3. spożycie sektora rządowego i samorządowego – zawiera wydatki tego sektora na usługi turystyczne przekazywane gospodarstwom domowym w naturze (np. usługi informacji i promocji turystycznej finansowane przez podmioty tego sektora);
4. spożycie sektora instytucji niekomercyjnych – w zakresie usług i wyrobów turystycznych przekazywanych gospodarstwom domowym w naturze (np. usługi placówek kulturalnych, obiektów rekreacyjnych);
5. eksportie – w zakresie popytu nierezydentów na wyroby i usługi turystyczne świadczone przez rezydentów danego kraju na jego terytorium ekonomicznym.

Określenie zakresu RST od strony popytowej nie nastręcza większych trudności. Inaczej jest w przypadku ustalenia tego zakresu od strony podażowej. „W zastosowanej metodologii przyjęto rozwiązanie oparte na wskaźniku siły związku między danym rodzajem działalności gospodarczej i związanych z nim

---

<sup>9</sup> Rachunek satelitarnej turystyki dla Polski 2002. Instytut Turystyki, Warszawa, 2006. s 16.

<sup>10</sup> j.w. s. 11-12.

produktów, a ich znaczeniem dla konsumpcji turystycznej”<sup>11</sup>. Wyróżnione zostały trzy rodzaje produktów i odpowiadających im rodzajów działalności gospodarczej: Pierwsza grupa określona została jako produkty i rodzaje działalności „charakterystyczne”.

Charakterystyczne produkty turystyczne powinny spełniać co najmniej jedno z następujących kryteriów:

- produkt reprezentuje istotną część wydatków turystycznych,
- znacząca część produkcji danego wyrobu lub usługi nabywana jest przez odwiedzających,
- brak danego produktu w istotny sposób oddziaływałby na popyt turystyczny nawet wtedy, gdy nie reprezentuje on znaczącej części tego popytu.

Charakterystyczne rodzaje działalności turystycznej to zatem takie, których podstawową produkcję stanowią wyroby i usługi spełniające w/w kryteria.

Tabela 1. Charakterystyczne produkty i rodzaje działalności według klasyfikacji PKD i PKWiU

Charakterystyczne turystyczne rodzaje działalności		Charakterystyczne produkty turystyczne	
Przyporządkowanie w PKD	Wyszczególnienie	Przyporządkowanie w PKWiU	Wyszczególnienie
55.1	Hotele	55.1	Usługi hoteli
55.2	Pozostałe obiekty noclegowe	55.2	Usługi świadczone przez kempingi oraz inne miejsca krótkotrwałego zakwaterowania
55.3	Restauracje	55.3	Usługi gastronomiczne
55.4	Bary	55.4	Usługi związane z podawaniem napojów
55.5	Działalność stołówek i catering	55.5	Usługi stołówkowe i usługi dostarczania posiłków dla odbiorców zewnętrznych
60.1	Transport kolejowy	60.10.1	Usługi w zakresie międzymiastowych, kolejowych pasażerskich przewozów
60.2	Transport lądowy pozostały	60.21	Usługi pasażerskiego transportu rozkładowego lądowego pozostałe

<sup>11</sup> Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2002. Instytut Turystyki, Warszawa, 2006. s10.

1	2	3	4
61	Transport wodny	60.23	Usługi pasażerskiego transportu lądowego pozostałe
62	Transport lotniczy	61.10.1	Usługi morskiego i przybrzeżnego transportu pasażerskiego
63.23	Działalność portów lotniczych	61.20.1	Usługi transportu wodnego śródlądowego, pasażerskiego
63.3	Działalność związana z turystyką	62.10.1	Przewozy rozkładowe lotnicze pasażerskie
71.1	Wynajem samochodów osobowych	62.20.1	Przewozy lotnicze pasażerskie pozarozkładowe
92.3	Inna działalność artystyczna i rozrywkowa	63.23	Usługi wspierające transport lotniczy
92.5	Działalność bibliotek, archiwów, muzeów i pozostała działalność kulturalna	63.3	Usługi agencji turystycznych i pilotażu gdzie indziej niesklasyfikowane
92.6	Działalność związana ze sportem	71.1	Usługi wynajmu samochodów osobowych
92.7	Pozostała działalność rekreacyjna	92.3	Pozostałe usługi rozrywkowe
93.04	Działalność związana z poprawą kondycji fizycznej	92.5	Usługi świadczone przez biblioteki, archiwa, muzea i inne usługi związane z kulturą
70.2	Obsługa nieruchomości i wynajem	92.6	Usługi związane ze sportem
		92.7	Pozostałe usługi rekreacyjne
		93.04	Usługi związane z poprawą kondycji fizycznej

Źródło: Źródło: opracowanie własne na podstawie: [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2002. Instytut Turystyki, Warszawa, 2006.

Druga grupa to produkty i rodzaje działalności „związane z turystyką”. Są to produkty, które w znaczącej części nabywane są przez uczestników ruchu turystycznego oraz odpowiadające im rodzaje działalności (tabela 2).

Ostatnia, trzecia grupa to „pozostałe” produkty i rodzaje działalności. Są to produkty, które odwiedzający nabywają spontanicznie oraz odpowiadające tym produktom rodzaje działalności.

Tabela 2. Produkty i pozostała działalność związane z turystyką

Pozostała działalność związana z turystyką		Produkty związane z turystyką	
Przyporządkowanie w PKD	Wyszczególnienie	Przyporządkowanie w PKWiU	Wyszczególnienie
74.87.A	Działalność związana z organizacją targów i wystaw	15	Produkty spożywcze i napoje
50	Sprzedaż, obsługa i naprawa pojazdów samochodowych i motocykli, sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów samochodowych	16	Wyroby tytoniowe
51	Handel hurtowy i komisowy z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi, motocyklami	17.7	Wyroby o splocie dzianinowym oraz szydełkowym
52	Handel detaliczny, z wyjątkiem sprzedaży pojazdów samochodowych, motocykli, naprawa artykułów użytku osobistego i domowego	18	Odzież, wyroby futrzarskie
		19.3	Obuwie
		23.2	Produkty rafinacji ropy naftowej
		50	Usługi w zakresie handlu pojazdami i ich naprawa oraz handlu paliwami do pojazdów
		51	Usługi w zakresie handlu komisowego i hurtowego z wyłączeniem pojazdów samochodowych i motocykli
		52	Usługi handlu detalicznego z wyłączeniem sprzedaży pojazdów samochodowych i paliw, naprawy artykułów użytku osobistego i domowego.
		74.84.15	Usługi związane z organizacją targów, wystaw i kongresów

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2002. Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

Przyporządkowanie produktów i odpowiadających im rodzajów działalności do poszczególnych grup nie jest jednak do końca narzucone. Trzon stanowią usługi noclegowe, gastronomiczne, transportu pasażerskiego, biur podróży i kulturalno-rekreacyjne, a w kwestii pozostałych poszczególne kraje mają wolną rękę

Warunkiem zaliczenia produktów i odpowiadających im rodzajów działalności w zakres RST jest przynależność producenta do terytorium

ekonomicznego danego kraju. W analizie uwzględniane są wyłącznie działalności producentów będących rezydentami danego kraju. Oznacza to, że spożycie turystyczne, które jest efektem zagranicznej turystyki wyjazdowej znajdzie odzwierciedlenie po stronie podażowej i popytowej RST tylko w takim zakresie, w jakim jest zaspokajane przez producentów będących rezydentami gospodarki danego kraju (np. marże touroperatorów z turystyki wyjazdowej)

Opracowany RST ma postać zbioru tabel, który stanowi wzajemnie powiązany zestaw. Tabele te opatrzone są komentarzami, a całość uporządkowana w następujących działach:

1. Spożycie turystyczne – struktura spożycie według grup konsumentów oraz według produktów; spożycie turystyczne nierezydentów według produktów; spożycie turystyczne rezydentów według rodzajów podróży oraz według produktów; spożycie produktów turystycznych według rodzajów podróży.
2. Produkcja i podaź krajowa produktów turystycznych – produkcja globalna charakterystycznych produktów turystycznych; współczynnik spożycia turystycznego charakterystycznych produktów turystycznych; produkcja globalna netto w cenach bieżących.
3. Wartość dodana i „turystyczny” PKD – wartość dodana w charakterystycznych turystycznych rodzajach działalności; turystyczna wartość dodana w charakterystycznych rodzajach działalności; turystyczny PKB i jego struktura.
4. Pracujący w turystyce - samozatrudnieni i zatrudnieni w turystyce; pracujący w turystyce według wielkości jednostek, samozatrudnieni w turystyce według płci; wydajność pracy w turystyce; wartość dodana na jednego pracującego w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej.
5. Akumulacja i aktywa niefinansowe turystycznych rodzajów działalności – nakłady inwestycyjne w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej (udział wybranych grup działalności w nakładach inwestycyjnych CRDT); nakłady inwestycyjne na środki trwałe w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej w cenach bieżących; wartość netto środków trwałych w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej w cenach bieżących.
6. Wpływy podatkowe i dotacje związane z turystyką – struktura wpływów podatkowych i dotacji według rodzajów podatków; struktura bezpośrednich wpływów podatkowych z charakterystycznych turystycznych rodzajów działalności i produktów; turystyczne spożycie zbiorowe.

Metodologia rachunków satelitarnych dopuszcza różne rozwiązania w zależności od potrzeb oraz praktycznych możliwości realizacji. Dla potrzeb analiz międzynarodowych przyjęto jednolita metodologię. Natomiast w przypadku opracowania rachunku satelitarnego dla regionów metodologia ta może ulec modyfikacji.



## Podsumowanie

Gospodarka turystyczna jest niezwykle zróżnicowana i silnie powiązana z innymi gałęziami gospodarki narodowej. Złożoność produktu turystycznego powoduje utrudnienia w dokonaniu obliczenia rzeczywistego poziomu wpływów do budżetu państwa czy regionu. Sposobem na dokonanie takich obliczeń jest rachunek satelitarny. Metodologia RST również ulega modyfikacjom w zależności. Dotychczas opracowania tego typu w Polsce dokonywane są na poziomie kraju, ale istnieją próby stworzenia RST dla regionu.

Rachunek Satelitarny Turystyki ma bardzo ważne znaczenie użytkowe. Daje argument przedsiębiorstwom turystycznym, innym organizacjom (np. izmom gospodarczym) oraz pojedynczym osobom pozwalający negocjować pozycje turystyki w polityce regionalnej i ogólnokrajowej.

## Literatura

- Dane Instytutu Turystyki. [www.intur.pl](http://www.intur.pl)  
Gaworecki W.W.: Turystyka. PWE, Warszawa 2000.  
Łazarkowie M. i R.: Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia. WSE, Warszawa 2002.  
Metodologia Polskiej Klasyfikacji Działalności, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)  
Metodologia Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)  
Metodologia Regionalnego Rachunku Satelitarnego Turystyki dla Polski. Wstępne założenia metodologiczno-organizacyjne. Instytut Turystyki, Warszawa 2004.  
Panasiuk A. (red.): Ekonomia turystyki. PWN, Warszawa 2006.  
Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2002. Instytut Turystyki, Warszawa 2006.

## Streszczenie

Gospodarcze znaczenie turystyki jest widoczne zarówno makro-, mezo-, jak i mikroskali. W artykule podjęto próbę przybliżenia koncepcji rachunku satelitarnego jako metody szacowania ekonomicznego znaczenia turystyki w gospodarce kraju. Źródłem danych do obliczeń są Polska Klasyfikacja Działalności oraz Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług.

## Summary

Economic importance of tourism is visible in the region and macro scale. The paper tries to present the idea of Tourism Satellite Account. It is the method of calculation economic importance of tourism in country's economy. The primary source of data is Polish Classification of Activity and Polish Classification of Goods and Services.