

Małgorzata Matlegiewicz

AGROTURYSTYKA – POZAROLNICZY BIZNES POLSKIEJ WSI

dr Małgorzata Matlegiewicz – Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

adres korespondencyjny:

Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

al. Wojska Polskiego 128, 70-491 Szczecin

e-mail: mmatlegiewicz@wsb.szczecin.pl

AGRITOURISM - NON-AGRICULTURAL BUSINESS OF POLISH COUNTRYSIDE

SUMMARY: Non-agricultural activities of farms resulted mainly from the need for additional income. Along with the restructuring of agriculture after 1990 the financial situation of farm families has radically changed. The employment opportunities both in rural and urban areas ran out. The population of the countryside has begun looking for new sources of budgets replenishment, mainly by starting their own business, by developing non-agricultural activities. The development of agritourism business in the countryside has become one of the new sources of income. While maintaining the agricultural character and developing rural tourism, village uses the natural and cultural wealth of the region for promotion and socio-economic activation of rural population, as well as to improve their living needs.

KEYWORDS: agritourism, rural tourism, agritourism business, rural areas

Wstęp

Zapoczątkowane w latach dziewięćdziesiątych XX wieku reformy społeczno-gospodarcze w Polsce radykalnie zmieniły sytuację materialną społeczeństwa. Rozpoczęcie procesu prywatyzacji przemysłu oraz sektora państwowego i spółdzielczego w rolnictwie zmieniły warunki życia społeczeństwa. Zmieniły się również postawy i oczekiwania mieszkańców dotyczące polepszenia warunków bytowych i dochodów rodzin wiejskich, głównie rodzin prowadzących działalność rolniczą. Wraz z restrukturyzacją rolnictwa, między innymi likwidacją państwowych gospodarstw rolnych, rozdrobnieniem gospodarstw rolniczych, zwiększającym się przeludnieniem na wsi (na skutek między innymi wprowadzenia mechanizacji w rolnictwie) oraz wprowadzenia nowych technologii, jak również braku możliwości zatrudnienia na wsi i w przemyśle, tworzy się coraz więcej wolnej siły roboczej.

Wieś ubożeje, rośnie bezrobocie. Małe gospodarstwa chłopskie, które w wyniku restrukturyzacji utraciły własne gospodarstwa rolne, bądź utrzymujące się jeszcze z mało opłacalnej produkcji rolniczej, zmuszone zostały do poszukiwania uzupełniających dochodów. W związku z postępującym zubożeniem gospodarstw rolnych zaczęto poszukiwać nowych rozwiązań w życiu gospodarczym wsi. Wyłonił się problem nowego usytuowania ekonomicznego rodzin rolniczych. Wystąpiła konieczność wprowadzenia innowacji w gospodarce wiejskiej. Wieś zaczęła stawiać na rozwój własnej przedsiębiorczości, poszukując rozwiązań w działalności pozarolniczej.

Samodzielna aktywność ekonomiczna ludności wiejskiej przejawia się w tworzeniu i poszukiwaniu nowych źródeł zarobkowania w celu uzupełnienia dochodów. Zdecydowana większość opowiada się za takim modelem rolnictwa, w którym dominują gospodarstwa rodzinne, większe obszarowo, z państwowymi gwarancjami odbioru produkcji rolnej. Mniejsze gospodarstwa rolne poszukują zabezpieczenia własnej egzystencji w rozwoju na wsi działalności pozarolniczej, np. rozwijanie działalności agroturystycznej. W roku 2010 w Polsce było 10688 gospodarstw rolnych świadczących usługi agroturystyczne, traktowane jako dodatkowy rodzaj działalności, z tego 53% to indywidualne gospodarstwa rolne o powierzchni użytków rolnych wielkości 1ha.

Wykorzystując charakter rolniczy regionu rozwijają się również różne formy wypoczynku na wsi. Przyroda, dorobek kultury, zabytki mają wartość ponadczasową. Oferując turystyce wiedzę z zakresu dziedzictwa kulturowego, tradycji ludowej i życia codziennego, rozślawia się i aktywizuje region oraz przyciąga nowych turystów.

Rozwój agroturystyki należy dostosować do miejscowych warunków i możliwości. Przykładowo, w województwie zachodniopomorskim ze względu na duże przeludnienie wsi i brak miejsc pracy, utrzymanie się gospodarstw z działalności rolnej jest mało efektywne. Wykorzystując walory środowiska, na przykład bliskość morza, można stworzyć wiejską przestrzeń turystyczną i rekreacyjną na bazie wolnych zasobów siły roboczej i wolnych zasobów mieszkaniowych.

W ramach rekreacji istnieje również możliwość stworzenia dla turystów bazy usług medycznych¹.

Agroturystyka w Polsce i na zachodzie Europy

W wyniku wieloźródłowości dochodów mieszkańców wsi rozwijają się wszelkiego typu usługi, w tym usługi agroturystyczne. Jednym z głównych trendów współczesnej gospodarki na obszarach wiejskich jest rozwój agroturystyki. Fundamentalnym wyróżnikiem pojęcia „agroturystyka” jest czynne gospodarstwo rolne, w którym oferowane są turystom usługi spędzania wypoczynku na wsi w czynnie funkcjonującym gospodarstwie rolnym, w bliskości przyrody². Odpoczynek w gospodarstwie agroturystycznym pozwala gościom – turystom na poznanie stylu życia ludności wiejskiej oraz pozwala na obserwację życia zawodowego odwiedzanej rodziny rolniczej, a częstokroć uczestniczenia w jej codziennych pracach, równocześnie działalność turystyczna przynosi rolnikom dodatkowe dochody ze świadczonych usług. Na obszarach wiejskich oprócz gospodarstw agroturystycznych działają producenci mebli, salony fryzjerskie, piekarnie, rzemiosło artystyczne, powstają wioski tematyczne skupiające licznych producentów.

Agroturystyka to najpopularniejszy pozarolniczy biznes na polskiej wsi. Z danych Instytutu Turystyki wynika, że w 2013 roku działały w Polsce 7953 gospodarstwa agroturystyczne. Z uwagi na nowo tworzącą się działalność agroturystyczną na wsi, brak jest dodatkowych informacji na temat ilości gospodarstw agroturystycznych ze względu na niestabilność podejmowania decyzji przez rolników o tworzeniu usług agroturystycznych. Agroturystyka w większości przypadków stanowi uzupełnienie podstawowej działalności rolniczej, jednak dla właściciela co dziesiątego ośrodka wypoczynkowego jest to główne źródło utrzymania. Dla 40% osób zajmujących się agroturystyką zyski z niej stanowią 30-80% ogółu dochodów. Opłacalność biznesu agroturystycznego ma ścisły związek z lokalizacją. Analizy Instytutu Geografii i Przestrzennego Planowania PAN dowodzą, że usługi agroturystyczne najlepiej świadczyć w województwach: małopolskim, podkarpackim, pomorskim, zachodniopomorskim, podlaskim i warmińsko-mazurskim³.

W Europie Zachodniej moda na wakacje agroturystyczne narodziła się wcześniej niż w Polsce. Dochody z agroturystyki stanowią około 15% udziału całego unijnego rynku turystycznego⁴.

¹ N. Andreeva, *Turystyka zdrowotna jako współczesny trend rozwojowy*, w: M. Jalinik, S. Snarski (red.), *Przedsiębiorczość w turystyce*, Białystok 2014, s. 127.

² M. Drzewiecki, *Agroturystyka*, Bydgoszcz 1995.

³ R. Skórski, *8 pomysłów na wiejski biznes*, „Pierwszy Milion. Magazyn dla Przedsiębiorczych” 2013 nr 5.

⁴ L. Przezbórska-Skobiej, *Polityka rozwoju obszarów wiejskich Unii Europejskiej a rozwój turystyki wiejskiej*, w: W. Kamińska, M. Wilk-Grzywna (red.), *Turystyka wiejska i agroturystyka. Nowe*

Tabela 1

Indywidualne gospodarstwa rolne według działalności innej niż rolnicza w tym działalność agroturystyczna w poszczególnych krajach Unii Europejskiej (UE 27) w 2010 roku [tys.]

Państwa członkowskie	Liczba gospodarstw rolnych	
	gospodarstwa indywidualne ogółem	z inną działalnością niż rolnicza, w tym agroturystyczną
Austria	141,5	56,1
Belgia	44,2	1,9
Bułgaria	489,8	10,3
Cypr	38,4	0,4
Czechy	19,8	3,4
Dania	43,7	10,5
Estonia	17,9	2,7
Finlandia	57,6	16,9
Francja	365,5	48,4
Grecja	859,5	12,8
Hiszpania	929,7	20,81
Holandia	68,1	17,8
Irlandia	139,6	12,9
Litwa	199,2	1,5
Luksemburg	2,3	0,4
Łotwa	81,8	4,2
Malta	12,3	0,3
Niemcy	27,0	92,1
Polska	1502,2	49,7
Portugalia	297,4	15,2
Rumunia	3913,7	617,7
Słowacja	22,2	1,5
Słowenia	74,4	12,5
Szwecja	65,9	24,1
Węgry	567,6	47,3
Wielka Brytania	214,5	55,3
Włochy	1603,7	76,2
UE- 27	12046	1212

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z raportu GUS: *Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*, Powszechny Spis Rolny 2010, Warszawa 2013.

Liczbę indywidualnych gospodarstw rolnych ogółem w krajach UE oraz indywidualne gospodarstwa rolne według działalności innej niż rolnicza (uwzględniając w tym działalność agroturystyczną) w 2010 roku zaprezentowano w tabeli 1. Zawarte informacje wskazują, że najwięcej indywidualnych gospodarstw rolnych w Europie znajduje się w Rumuni (3913,7 tys.), Polsce (1502,2 tys.) oraz we Włoszech (1603,7 tys.). Analizując statystyki dotyczące liczby indywidualnych gospodarstw rolnych zajmujących się działalnością inną niż rolnicza, podobnie jak w poprzednim przypadku prowadzi Rumunia (617,7 tys.), na kolejnych miejscach natomiast są Niemcy (92,1 tys.) oraz Włochy (76,2 tys.). Biorąc pod uwagę analizowane parametry pod względem ilości gospodarstw prowadzących działalność pozarolniczą, Polskę (49,7 tys.) wyprzedzają również Wielka Brytania i Austria. Niższą niż w Polsce liczbę gospodarstw rolnych prowadzących działalność pozarolniczą w 2010 r. odnotowano we Francji, Finlandii i na Węgrzech.

Agroturystyka na stałe zdomowała się w wielu krajach zachodniej Europy, stała się powszechnie akceptowaną formą wypoczynku. Przykładowo w Niemczech, w roku 2010, ponad 46% pracujących przynajmniej raz w roku korzysta z oferty noclegowej na wsi. Są to najczęściej urlopy, święta i wypoczynek sobotnio-niedzielny. Ze względu na atrakcyjność przyrodniczą, gościnność rolników, konkurencyjne ceny, agroturystyka również w Polsce przyciąga wielu gości zarówno z kraju, jak i zagranicy. Wg danych za 2013 r. w Polsce naliczono ponad 8 tys. gospodarstw agroturystycznych. Prawie połowę gości gospodarstw agroturystycznych stanowią obcokrajowcy. Agroturystyka przeżywa dynamiczny rozwój w krajach Unii Europejskiej ze względu na turystykę minimalnie szkodzącą środowisku naturalnemu, a równocześnie pozwala człowiekowi wypocząć w bliskości przyrody. Innowacyjność działalności agroturystycznej polega na gotowości rodziny rolniczej do przyjmowania turystów i oferowania im atrakcyjnego programu pobytu w zamian za opłaty turystyczne z tej działalności.

Wraz z rozwojem usług agroturystycznych zmienia się sytuacja ekonomiczna i społeczna na wsi. Tworzą się nowe miejsca pracy poza rolnictwem, a jednocześnie ściśle związane z otoczeniem rolnictwa. Wykorzystanie do obsługi usług agroturystycznych wolnej siły roboczej występującej w gospodarstwach wiejskich stwarza możliwości likwidacji bądź znacznego ograniczenia bezrobocia w środowisku wiejskim.

Oprócz zmian w sferze materialnej wsi, agroturystyka wywiera silny wpływ na sferę kulturową społeczeństwa wiejskiego. Poprzez kontakt społeczeństwa wiejskiego z turystami zmieniają się przyzwyczajenia i zachowania ludności wiejskiej, zmienia się sposób podejścia do życia, kształtują się nowe wartości. Turysty z kolei, poprzez kontakt z gospodarką wiejską odkrywają bogactwo kultury różnych regionów, obyczaje ludowe, poznają tradycyjne rzemiosła i kuchnię regionalną.

Boom na rozwój działalności agroturystycznej w Polsce rozpoczął się kilka lat temu, kiedy pojawiły się dopłaty z Unii Europejskiej, w szczególności należy tutaj wymienić Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013, który w ramach Osi 3 PROW „Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej” wspierał tworzenie pozarolniczych

źródeł dochodu, jak również samozatrudnienia poza rolnictwem na wsi. W ramach Osi 3 PROW projekty beneficjentów podzielono na następujące kategorie: Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej, Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw, Podstawowe usługi dla gospodarki i ludności wiejskiej oraz odnowa i rozwój wsi.⁵ Zgodnie z unijnymi standardami, każdy, kto na wsi założy niewielki biznes turystyczny, może dostać zwrot około 50% poniesionych kosztów. Maksymalna kwota dotacji to 100 tys. złotych. Warunkiem jest posiadanie co najmniej hektara ziemi i jej uprawa. Mały biznes agroturystyczny to 5 pokoi i przychód roczny nie przekraczający 150 tys. zł. Właściciel takiego gospodarstwa agroturystycznego nie płaci podatku dochodowego i VAT, może przystąpić do KRUS. Wielu rolników skorzystało z tej możliwości, nie wszyscy utrzymali się jednak na rynku.⁶

Tabela 2
Gospodarka agroturystyczna w Polsce w latach 1996-2014

Rok	1996	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Liczba obiektów agroturystycznych w Polsce	3000	5789	6550	7450	8790	9500	10200	7692	7852	7930	7953	8200

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, Instytutu Turystyki, danych uzyskanych z ośrodków doradztwa rolniczego oraz danych z artykułu: L. Przezbórska-Skobiej, op. cit.

Dane z tabeli 2 prezentują liczbę gospodarstw zajmujących się agroturystyką w Polsce, w latach 1996-2014. W 1996 roku było ich jedynie 3000. W latach 2000-2009 liczba gospodarstw, które podjęły się prowadzenia działalności agroturystycznej systematycznie rosła. Tendencja ta uległa jednak zmianie w 2010, kiedy to z 10200 odnotowanych w roku 2009 spadła to 7692 w kolejnym roku. Od tego czasu ponownie obserwuje się wzrost popularności (i co za tym idzie opłacalności) prowadzenia biznesu agroturystycznego. W 2014 roku liczba gospodarstw agroturystycznych w kraju wyniosła 8200. Agroturystyka nie jest łatwym biznesem, oprócz prowadzenia gospodarstwa rolnego rolnik musi zaangażować się w prowadzenie działalności turystycznej, co wymaga czasu i odpowiednich umiejętności. Klienci są bowiem coraz bardziej wymagający. W biznesie agroturystycznym przetrwali tylko rolnicy, którzy umieli dostosować się do oczekiwań klientów. Stąd na skutek różnych uwarunkowań liczba gospodarstw agroturystycznych podlega ciągłym zmianom.

⁵ *Program rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007-2013*, Warszawa 2007, www.arimr.gov.pl [01-10-2015].

⁶ *Ibidem*.

Rozwój działalności agroturystycznej na obszarach wiejskich jest wspierany finansowo i organizacyjnie również przez gminy. Przez angażowanie finansów publicznych w rozwój działalności agroturystycznej na własnym terenie, gminy tworzą nową jakość, polegającą na wyposażaniu gminy m.in. w zmodernizowaną infrastrukturę komunalną, transportową, handlową, a także w rozwój działalności usługowej oraz rozwój lecznictwa i oświaty. Zainwestowanie w rozwój infrastruktury w regionie przygotowuje gminę do stworzenia warunków do rozwoju nowych, pozarolniczych działalności na obszarach wiejskich. Rozwój działalności pozarolniczych, głównie usługowych, umożliwia ludności rolniczej osiągnięcie dodatkowych dochodów z tej działalności na uzupełnienie budżetów rodzinnych.

Spadek znaczenia rolnictwa jako podstawowego źródła utrzymania gospodarstw rolnych stał się istotnym przyczynkiem do stworzenia rodzinnego biznesu. Walory przyrodnicze, bogate dziedzictwo historyczne i kulturowe w połączeniu z modą na wypoczynek na wsi, stwarzają realną szansę pozyskania dodatkowych dochodów dla wielu gospodarstw rolnych.

Nowa jakość działalności agroturystycznej

Wraz z rozwojem agroturystyki tworzy się nowa jakość życia na wsi. Wymogi klientów wymuszają na właścicielach gospodarstw agroturystycznych profesjonalną obsługę, równie ważną jak świeże powietrze, mleko prosto od krowy czy świeży wiejski chleb i piękne widoki. Powstają coraz to nowocześniejsze obiekty turystyczne dwu i trzygwiazdkowe, hotele oraz pensjonaty oferujące coraz wyższy standard turystyki wiejskiej. Właściciele tak zwanych agrobiznesów „z najwyższej półki” muszą jednak włożyć wiele wysiłku aby biznes był dochodowy, częstokroć sami gotują, sprzątają, dostarczają produkty, a praca trwa od świtu do nocy. Uruchomienie gospodarstwa agroturystycznego wymaga od rolników zaangażowania własnego wkładu finansowego w wysokości 150-300 tys. zł oraz przygotowania własnych obiektów. Zyski zaś zależą głównie od liczby miejsc noclegowych i komfortu ich wyposażenia. Szacuje się, że zyski z biznesu agroturystycznego dla średniego gospodarstwa mogą sięgać od 5 tys. w sezonie, natomiast poza sezonem do 2 tys. złotych.

Działalności agroturystycznej podejmują się również mieszkańcy miast. Narzucają oni nowe standardy w agroturystyce. Kupują stare obiekty gospodarskie, niszczone szkoły, stajnie, młyny, wiatraki i remontują je, wyposażając w wygodne, komfortowe meble i sprzęty. Obiekty o tak wysokich standardach stanowią konkurencję dla rolników i wymuszają na nich konieczność podwyższenia jakości usług agroturystycznych i wyposażenia obiektów turystycznych. Gospodarstwa agroturystyczne we Włoszech, Austrii, Szwajcarii czy Hiszpanii aby przyciągnąć turystów zainwestowały w ostatnich latach w agroturystykę dziesiątki miliardów euro z rządowych i unijnych dotacji w podniesienie standardu usług. Z danych statystycznych wynika, że działania te przyniosły efekty, gdyż co czwarty obywatel Unii Europejskiej spędza wakacje na wsi zamiast w zatło-

czonych kurortach. Agroturystyka zyskuje więc dużą popularność, również ze względu na tańsze spędzanie urlopu niż w ekskluzywnych kurortach, co w czasie kryzysu gospodarczego jest dodatkowym przyczynkiem do wzrostu popularności wczasów na wsi – bliżej natury.

Rangi i oceny wybranych czynników biznesu agroturystycznego w Polsce w wyniku przeprowadzonej analizy SWOT

Metoda SWOT jest elementem analizy strategicznej, służy do badania, rejestracji, kwalifikacji elementów zarówno otoczenia, jak i wnętrza organizacji. Jej szerokie spektrum zastosowania pozwala na analizę i ocenę cech badanego obszaru i przyporządkowanie ich do czterech grup czynników, których nazwy wywodzą się z angielskich słów: *Strengths* (mocne strony), *Weaknesses* (słabe strony), *Opportunities* (szanse w otoczeniu), *Threats* (zagrożenia w otoczeniu)⁷. Wartości względne i szacunki przyporządkowane zostały w oparciu o opinie ekspertów gałęziowych, specjalistów z branży agroturystycznej i dziedzin towarzyszących. Wartość względną (rangę) ustalono w granicach od 1 do 5. Właściwa ocena ważności wpływu analizowanego czynnika na badane zjawisko oparta została o skalę ocen od 1 do 10. Do badania przyjęto 20 istotnych słabych i 20 silnych stron oraz po 11 istotnych dla badanego zjawiska szans i zagrożeń z punktu widzenia rozwoju biznesu agroturystycznego w Polsce⁸.

Ocena wybranych czynników w oparciu o analizę SWOT wskazuje, że biznes agroturystyczny w Polsce stanowi ważną dziedzinę działalności pozarolniczej. Zgodnie z wynikiem przeprowadzonej analizy mocne strony przeważają nad słabymi, zaś szanse nad zagrożeniami. Taki wynik badań oznacza, że obszar Polski charakteryzuje się dużym potencjałem turystycznym a dziedzinie rozwoju biznesu agroturystycznego. Zaznaczyć należy, że obszar Polski ze względu na duże zróżnicowanie regionalne i geograficzne charakteryzuje się nierównomiernym rozwojem agroturystyki. Każdy region posiada inne walory geograficzno-kulturowe w związku z czym proponuje inne atrakcje przyciągające turystów. W aktywizacji biznesu agroturystycznego ważna jest dobra współpraca z władzami lokalnymi. Wyższy wynik badań szans nad zagrożeniami wskazuje na coraz większą konkurencyjność rynku agroturystycznego. Po wykorzystaniu i zagospodarowaniu walorów regionalnych, biznes agroturystyczny może wpłynąć korzystnie na poprawę warunków bytowych rodzin rolniczych i zmniejszenie występującego bezrobocia na obszarach wiejskich. Komentując wyniki analizy SWOT można stwierdzić, że w rozwoju agroturystyki w Polsce występują zarówno szanse jak i zagrożenia (z przewagą szans nad zagrożeniami). Jedną z istotnych szans rozwoju są dotacje Unii Europejskiej i ich należyte wykorzystanie

⁷ G. Gierszewska, M. Romanowska, *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, Warszawa 1994, s. 174.

⁸ P. Niedzielski, A. Dołowy, D. Milewski, D. Szostak, *Turystyka. Innowacyjność i struktury klastrów w województwie zachodniopomorskim*, Szczecin 2008, s. 36-47.

w biznesie. Biznes agroturystyczny wywiera duży wpływ na urbanizację i aktywizację regionów. Rozwój agroturystyki przyczynia się do polepszenia infrastruktury społeczno- gospodarczej regionu oraz wymusza powstawanie towarzyszących usług wspomagających działalność agroturystyczną na obszarach wiejskich.

Tabela 3
Analiza SWOT rozwoju biznesu agroturystycznego w Polsce- rangowanie i szacowanie elementów składowych przeprowadzonej analizy

MOCNE STRONY				SŁABE STRONY			
Lp	Kryteria oceny	Wartość względna (ranga)	Ocena	Kryteria oceny	Wartość względna (ranga)	Ocena	
1.	Położenie gospodarstw w regionach atrakcyjnych turystycznie, duża różnorodność przyrodnicza i krajobrazowa	4	8	Niekorzystna sytuacja demograficzna kraju – niski przyrost naturalny	5	9	
2.	Interesujące zabytki kultury materialnej i niematerialnej oraz elementy sztuki ludowej	3	7	Wysoki poziom bezrobocia strukturalnego na obszarach wiejskich	3	6	
3.	Czyste ekologicznie środowisko naturalne sprzyjające napływowi ludności z obszarów o większym stopniu zaludnienia i urbanizacji	5	8	Dość niski poziom rozwoju infrastruktury społeczno-ekonomicznej obszarów wiejskich,	3	6	
4.	Wzrost zainteresowania kulturą regionalną oraz tożsamością kulturową	3	6	Słaba infrastruktura w zakresie oczyszczalni ścieków i utylizacji odpadów.	4	7	
5.	Sprzyjające warunki do rozwoju turystyki w kontekście przestrzennym, przyrodniczym i rekreacyjnym	4	7	Nierównomierny rozwój obszarów wiejskich, szczególnie widoczny na ścianie wschodniej kraju	3	6	
6.	Rozwijająca się infrastruktura transportowa, ekonomiczna i społeczna, sprzyjająca rozwoju agroturystyki w regionie (dobre drogi, ścieżki rowerowe, ścieżki zdrowia, szlaki turystyczne, szlaki turystyczne, ścieżki edukacyjne, handel usługi itp.)	4	7	Zbyt niski poziom infrastruktury turystycznej na obszarach wiejskich	4	8	

7.	Szybko rozwijająca się baza noclegowa zgodna ze standardami europejskimi	4	6	Niewystarczające przygotowanie przedsiębiorców wiejskich, jak również instytucji samorządowych w zakresie pozyskiwania funduszy UE na rozwój działalności agroturystycznej (adaptacja pomieszczeń, zakup urządzeń turystycznych)	4	7
8.	Wykorzystanie walorów uzdrowiskowych w oparciu o sprzyjające warunki związane ze środowiskiem naturalnym regionu	4	6	Zbyt małe doświadczenie i kwalifikacje mieszkańców w prowadzeniu działalności agroturystycznej (słaba znajomość języków obcych)	4	7
9.	Znaczący udział powierzchni obszarów wiejskich w ogólnej powierzchni kraju	5	8	Ograniczone środki inwestycyjne gospodarstw rolnych z aspiracjami na prowadzenie działalności agroturystycznej	4	8
10.	Duży potencjał gospodarczy obszarów wiejskich	5	8	Sezonowość usług agroturystycznych	3	6
11.	Dobrze wykształcone i doświadczone zasoby siły roboczej	3	6	Niewystarczający poziom przedsiębiorczości ludności wiejskiej, niska kreatywność i bierność w aspekcie poszukiwania dodatkowych źródeł dochodu	4	8
12.	Wysoki odsetek absolwentów kierunków studiów związanych z turystyką wiejską	3	6	Słaby marketing usług agroturystycznych pozwalający na rozpowszechnienie informacji o ofertach regionalnych gospodarstw agroturystycznych w kraju i za granicą	4	7
13.	Rosnąca przedsiębiorczość i otwartość na innowacje wśród mieszkańców wsi	5	8	Utrudniony dostęp do infrastruktury społecznej kraju związany z likwidacją szkół, przedszkoli, ośrodków zdrowia, świetlic środowiskowych itp.	2	4
14.	Polityka państwa sprzyjająca rozwojowi małych i średnich przedsiębiorstw	4	6	Niewystarczająca przynależność gospodarstw do stowarzyszeń agroturystycznych promujących działalność agroturystyczną jak również stwarzających możliwości kategoryzacji	2	4
15.	Pomoc UE w finansowaniu działalności agroturystycznej	5	7	Niewystarczające wsparcie państwa w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw	4	7
16.	Nacisk na poszukiwanie dodatkowych źródeł zarobkowania wśród mieszkańców obszarów wiejskich	5	9	Słabe przystosowanie gospodarstw agroturystycznych do przyjmowania turystów niepełnosprawnych	3	5
17.	Coraz większa liczba liderów na obszarach wiejskich sprzyjających pobudzaniu przedsiębiorczych postaw mieszkańców	2	5	Popyt na usługi agroturystyczne uzależniony od poziomu dochodów gospodarstw domowych (w czasie kryzysu gospodarczego- niski)	5	9
18.	Ustawowe zwolnienie z opłaty podatku dochodowego od osób fizycznych oraz podatku VAT, o ile wartość sprzedaży dóbr i usług nie przekracza 10 tys. euro rocznie	4	5	Bariery rozwojowe gospodarstw agroturystycznych spowodowane – zgodnie z ustawą ¹ - możliwością wynajmu w skali nieprzekraczającej 5 pokoi wynajmowanych turystom	3	5

19.	Uproszczenie procedur w zakładaniu i prowadzeniu działalności agroturystycznej co przyczynia się do aktywizacji małych i nisko dochodowych gospodarstw rolnych	2	5	Rosnąca lista osób spoza rolnictwa zakładających biznes agroturystyczny na wsi, zwłaszcza w obrębie terenów o dużych walorach turystycznych	4	8
20.	Ważny czynnik rozwoju obszarów wiejskich związanych z dywersyfikacją dochodów rolniczych i restrukturyzacją polskiego rolnictwa	4	6	Agroturystyka jako jeden z wielu elementów wielofunkcyjnego rozwoju wsi (nie może stanowić panaceum na wszelkie problemy rozwoju obszarów wiejskich).	4	6
Razem		539		500		
+ 39						

SZANSE				ZAGROZENIA		
Lp.	Kryteria oceny	Wartość względna (ranga)	Ocena	Kryteria oceny	Wartość względna (ranga)	Ocena
1.	Poprawa sytuacji na lokalnych rynkach pracy (spadek bezrobocia, wzrost zatrudnienia szczególnie w obrębie obszarów o wysokich walorach przyrodniczo-kulturowych, jak również korzystnych uwarunkowaniach ekonomicznych i infrastrukturalnych	4	7	Niekorzystne długookresowe prognozy demograficzne dla Polski, dotyczące również obszarów wiejskich (niski przyrost naturalny oznaczający w przyszłości starzenie się społeczeństw, związany z wysokimi wydatkami budżetu państwa na emerytury i ubezpieczenia, a w rolnictwie z brakiem rąk do pracy)	4	9
2.	Szybki rozwój wiejskiej infrastruktury społecznej, ekonomicznej, technicznej oraz turystycznej co wiąże się z oddziaływaniem „efektu mnożnikowego” w turystyce	4	7	Migracja ludności wiejskiej do miast spowodowana wysokim stopniem bezrobocia strukturalnego na obszarach wiejskich	4	8
3.	Rozbudowanie systemu promocji polskich produktów turystycznych, regionalnych i tradycyjnych	3	6	Słaby system promocji i dystrybucji produktów agroturystycznych (brak możliwości odsprzedaży własnych produktów w gospodarstwach agroturystycznych)	3	6
4.	Powstanie coraz większej ilości złożonych produktów turystyki wiejskiej i agroturystyki, np. w postaci różnorodnych szlaków turystycznych, wiosek tematycznych, oryginalnych, innowacyjnych i unikatowych, wykorzystujących potencjał regionalny	5	8	Niewystarczający poziom wykształcenia mieszkańców wsi, niska kreatywność i innowacyjność w działaniu, słaba znajomość języków obcych	3	8

5.	Możliwość uzyskania wsparcia z funduszy UE, w ramach kolejnego okresu finansowania	5	8	Brak wiary we własne możliwości poprawy bytu poprzez zakładanie działalności gospodarczych w ramach posiadanego potencjału gospodarstw rolnych, strach przed ryzykiem niepowodzenia	2	6
6.	Dodatkowe, uzupełniające dochody rolnicze z wynajmu kwat agroturystycznych, w szczególności w sezonie letnim	3	7	Niedostateczne wsparcie finansowe gminy w zakresie rozwoju usług agroturystycznych, niewystarczająca pomoc przy pozyskiwaniu środków z UE	3	6
7.	Zachowanie dziedzictwa kulturowego polskiej wsi, kultywowanie tradycji ludowych oraz zwyczajów regionalnych (m.in. organizacja festynów, targów, jarmarków okolicznościowych, festiwali ludowych itp.)	4	8	Niekorzystna sytuacja finansowa mieszkańców Polski przyczyniająca się do spadku wzrostu rynku i ograniczająca liczbę mieszkańców korzystających z agroturystyki	4	8
8.	Systematyczny wzrost ilości gospodarstw agroturystycznych, zakwalifikowanych do systemu kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej	3	6	Wzrost konkurencji na rynku turystyki wiejskiej i agroturystyki związany z pojawieniem się nowych, jakościowo lepszych gospodarstw agroturystycznych, jak również coraz większej ilości miejsc noclegowych	4	7
9.	Intensyfikacja działań związanych ze wzrostem kapitału społecznego, liderzy działający na obszarach wiejskich, wzrost kompetencji, kreatywności i zacieśnianie współpracy aby osiągnąć zamierzone wspólne cele	4	7	Wysokie koszty ponoszone na wyposażenie kwat zgodnie z rosnącymi jakościowo oczekiwaniami klientów	3	6
10.	Nowe trendy w turystyce wiejskiej i agroturystyce, związane z turystyką zdrowotną, rehabilitacyjną, związaną z zielarstwem	5	8	Trudności w pozyskiwaniu środków UE na rozwój agroturystyki, niesprzyjające warunki kredytowania przedsięwzięć agroturystycznych przez system bankowy w Polsce	3	7
11.	Rosnące zainteresowanie ludności miejskiej krajowej i zagranicznej turystyką wiejską i agroturystyką	3	7	Bariera popytowa wywołana spadkiem dochodów gospodarstw domowych, wzrostem cen dóbr i usług.	4	9
Razem		314			275	
+ 39						

Źródło: opracowanie własne na podstawie : M. Matlegiewicz, *Rozwój turystyki wiejskiej drogą do zwiększenia konkurencyjności obszarów wiejskich*, w: P. Palich (red.), *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, Gdynia 2009, s. 278; M. Matlegiewicz, *Atrakcyjność działalności agroturystycznej*, w: M. Jalinik, R. Ziółkowski, *Rynek usług turystycznych*, Białystok 2012, s. 228; D. Knecht, *Agroturystyka w agrobiznesie*, Warszawa 2009, s. 154; M.W. Kozak, *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*, Warszawa 2006, s.10.

Podsumowanie

Obszary wiejskie powinny stać się dla mieszkańców Polski konkurencyjnym terenem, zarówno do zamieszkania, jak i prowadzenia różnorodnych form działalności gospodarczej i produkcyjnej. Polska wieś, bogata w regionalne tradycje, jest właściwym miejscem do tworzenia tradycyjnych produktów regionalnych, niepowtarzalnych, unikatowych, odznaczających się wysoką jakością. Produktem są zatem rzeczy fizyczne, usługi, czynności, miejsca, osoby, pomysły i idee lub ich kombinacja. Nowe trendy społeczne i moda na zdrowy styl życia przyczyniły się do stworzenia na obszarach wiejskich innowacyjnych produktów turystycznych regionalnych i tradycyjnych na bazie miejscowych surowców i zasobów⁹. Oferowane produkty o charakterze regionalnym i tradycyjnym są elementem dziedzictwa kulturowego, przyrodniczego i historycznego określonego regionu.

Przystąpienie Polski do struktur Unii Europejskiej przyczyniło się do poszerzenia promocji rodzimych produktów tradycyjnych i regionalnych. Zwiększająca się ilość wytwarzanych w kraju produktów regionalnych powoduje wzrost ich sprzedaży, co sprzyja rozwojowi m.in. turystyki na obszarach wiejskich, to zaś przyczynia się do rozwoju społecznego i gospodarczego regionu. Usługodawcy dbają również o wysoką jakość produktu, co powoduje znaczny wzrost zainteresowania oferowanym produktem wiejskim. W ostatnich latach obserwuje się znaczny podstęp w promocji działalności agroturystycznej. Nową, intensywnie rozwijającą się formą promocji są różnotematyczne jarmarki, w ramach których rolnicy prezentują i sprzedają własne wyroby i produkty. Ta forma promocji stanowi nowe źródło zarobku rolników. Przykładem cyklicznych jarmarków mogą być m.in. Jarmark Jagielloński, Jarmark Jakubowy, Jarmark Dominikański, Jarmark Wdzydzki, Jarmark Joannitów.

Nad jakością i niepowtarzalnością produktu czuwają unijne instytucje, które wydają rolnikom na te produkty określone certyfikaty. Są to: Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP), Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG) oraz Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS) i w ten sposób chronią te produkty przed nieuczciwą konkurencją.

Różnorodne formy przedsiębiorczości na wsi, umożliwiające poszukiwanie przez rolników dodatkowych dochodów, aktywizują nie tylko miejscową ludność, lecz wzbogacają również lokalną gospodarkę. Zaprezentowane w pracy nowe formy biznesu na Polskiej wsi nie wyczerpują wszystkich możliwości rolników w poszukiwaniu źródeł dochodów z aktywizacji gospodarczej własnych zasobów i własnych inicjatyw.

⁹ J. Sikora, *Agroturystyka, Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Siedlce 2012, s. 133.

Literatura

- Andreeva N., *Turystyka zdrowotna jako współczesny trend rozwojowy*, w: M. Jalinik, S. Snarski (red.), *Przedsiębiorczość w turystyce*, Białystok 2014
- Drzewiecki M., *Agroturystyka*, Bydgoszcz 1995
- Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, Warszawa 1994
- Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*, Powszechny Spis Rolny 2010, Warszawa 2013
- Knecht D., *Agroturystyka w agrobiznesie*, Warszawa 2009, s. 154; M.W. Kozak, *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*, Warszawa 2006
- Kozak M.W., *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*, Warszawa 2006
- Matlegiewicz M., *Atrakcyjność działalności agroturystycznej*, w: M. Jalinik, R. Ziółkowski, *Rynek usług turystycznych*, Białystok 2012
- Matlegiewicz M., *Rozwój turystyki wiejskiej drogą do zwiększenia konkurencyjności obszarów wiejskich*, w: P. Palich (red.), *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, Gdynia 2009
- Niedzielski P., Dołowy A., Milewski D., Szostak D., *Turystyka. Innowacyjność i struktury klastrów w województwie zachodniopomorskim*, Szczecin 2008
- Program rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007-2013*, Warszawa 2007, www.arimr.gov.pl
- Przezbórska- Skobiej L., *Polityka rozwoju obszarów wiejskich Unii Europejskiej a rozwój turystyki wiejskiej*, w: W. Kamińska, M. Wilk- Grzywna (red.), *Turystyka wiejska i agroturystyka. Nowe paradygmaty dla XXI wieku*, TOM CL XII, Warszawa 2015
- Przezbórska-Skobiej L., *Polityka rozwoju obszarów wiejskich Unii Europejskiej a rozwój turystyki wiejskiej*, w: W. Kamińska, M. Wilk-Grzywna (red.), *Turystyka wiejska i agroturystyka. Nowe paradygmaty dla XXI wieku*, Warszawa 2015
- Sikora J., *Agroturystyka, Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Siedlce 2012
- Skórski R., *8 pomysłów na wiejski biznes*, „Pierwszy Milion. Magazyn dla Przedsiębiorczych” 2013 nr 5
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, art. 21 pkt 43, (Dz.U. 1991 nr 80 poz. 350)