

# TURYSTYKA WIEJSKA W PROCESIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH

**Marek KŁODZIŃSKI**

Akademia Rolnicza w Szczecinie

*Słowa kluczowe: agroturystyka, rozwój lokalny, rozwój obszarów wiejskich, rozwój zrównoważony, turystyka wiejska*

## Streszczenie

Utożsamianie rozwoju wsi tylko z rolnictwem i pracą na roli nabiera charakteru historycznego. Turystyka wiejska, a w niej agroturystyka, staje się stopniowo coraz większą szansą na tworzenie nowych miejsc pracy, a tym samym na poprawę dochodów ludności żyjącej na wsi. Turystyka wiejska wpisuje się więc w ważny proces dywersyfikacji gospodarki wiejskiej. W Polsce należy ją postrzegać jako ważną gałąź aktywności gospodarczej nie tylko w skali lokalnej, ale i międzynarodowej. Dla rozwoju tego kierunku turystyki ogromne znaczenie mają krajobraz wiejski i kulturowe dziedzictwo wsi – stające się obecnie nowym dobrem ekonomicznym polskiej wsi, za które turyści chcą płacić. Dlatego rolnik będzie pełnił coraz ważniejszą rolę w zarządzaniu obszarami wiejskimi, utrzymaniu bioróżnorodności i ochronie środowiska. Rozwój turystyki wiejskiej będą wspierały środki UE.

## PRÓBA DEFINICJI

W ostatnich latach obserwuje się znaczny wzrost zainteresowania turystyką wiejską. Nasilenie badań w zakresie tej tematyki (ekonomicznych, socjologicznych, geograficznych), liczba publikacji i organizowanych konferencji jest z całą pewnością odzwierciedleniem jej znaczenia w procesie aktywizacji społeczno-gospodarczej obszarów wiejskich. Ze zdefiniowaniem turystyki wiejskiej wiążą się dwa główne problemy. Pierwszy – to zbyt różnorodnie definiowana przestrzeń wiejska, a drugi – to znaczne zróżnicowanie form wypoczynku i rekreacji na ob-

---

Adres do korespondencji: prof. dr hab. M. Kłodziński, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, ul. Nowy Świat 72, 00-330 Warszawa; tel. +48 (22) 826-94-36, e-mail: irwir@irwirpan.waw.pl

szarach wiejskich. Dlatego też powstało wiele różnorodnych terminów, np.: turystyka alternatywna, turystyka ekologiczna, turystyka zielona, agroturystyka, turystyka miękka itd. Dość długo w polskiej literaturze określenie „agroturystyka” funkcjonowało zamiennie z turystyką wiejską i choć agroturystyka jest w Polsce terminem popularnym, to nadużywany, ponieważ stanowi jedynie wycinek tego, co oferuje turystom środowisko wiejskie [PAJĄK, 2002]. Turystyka wiejska to pojęcie szerokie i według WIATRAKA [1996] obejmuje całokształt gospodarki turystycznej na terenach wiejskich. DRZEWIECKI [1998] zawęża tę definicję, stwierdzając, że do kategorii turystyki wiejskiej można zaliczyć tylko te rodzaje rekreacji, w których bezpośrednio wykorzystuje się zasoby i walory wsi. Tymczasem nie wszystkie działania turystyczne na terenach wiejskich mają charakter ściśle „wiejski”, mogą one być w swojej formie „miejskie”, lecz zlokalizowane poza ośrodkami miejskimi (np. parki rozrywki) [LANE, 1994]. Należy więc mieć świadomość, że w sytuacji postępującego procesu urbanizacji często mamy do czynienia z niezbyt czystymi formami tego kierunku turystyki. Do tak szeroko pojmowanej turystyki wiejskiej, obejmującej różnorodne formy wypoczynku, rekreacji, związanych z przyrodą, dziedzictwem kulturowym, tradycjami, kontaktami ze społeczeństwem wiejskim itd., należy agroturystyka. Jest ona formą turystyki wiejskiej związaną bezpośrednio z gospodarstwem rolnym, zlokalizowaną wyłącznie na terenach rolniczych, bazującą na noclegach w gospodarstwie rolnym. Wykorzystuje się w niej szeroki zakres aktywności rekreacyjnych, zarówno w samym gospodarstwie rolnym, jak i jego otoczeniu [KOZUCHOWSKA, 1998]. Do najważniejszych specyficznych cech agroturystyki, odróżniających ją od turystyki masowej, należą te, które według GANNONA [1993] są związane z:

- 1) gospodarstwem rolnym:
  - rytm życia gospodarskiego,
  - obecność zwierząt domowych,
  - świeża żywność,
  - zapach, odgłosy, możliwość uczestniczenia w pracach gospodarskich itd.;
- 2) ludźmi (rodzina):
  - bezpośredni kontakt z rodziną gospodarza,
  - możliwość poznania zwyczajów rodziny,
  - gościnność,
  - nowe znajomości i przyjaźnie,
  - codzienne zajęcia mieszkańców wsi;
- 3) życiem wiejskim:
  - kultura i zwyczaje,
  - tradycja oraz historia wsi i regionu,
  - folklor;
- 4) przestrzenią:
  - kontakt z przyrodą,
  - swoboda poruszania się,

- cisza i spokój,
- możliwość rekreacji i sportu.

Agroturystyka stanowi cenne źródło korzyści, zarówno dla gospodarstwa, jak również gości i regionu. Zaspokojenie różnorodnych potrzeb turystów w zakresie wypoczynku i rekreacji na terenach wiejskich zwiększa możliwość zarobkowania nie tylko osób przyjmujących bezpośrednio gości, ale i innych mieszkańców wsi, wyzwalając inne formy aktywności związane z ich obsługą. Ponadto turyści zwiększają popyt na dobra i usługi o charakterze nieturystycznym, poprawiając kondycję lokalnych przedsiębiorstw [CHUDY-HYSKI, 2001]. Ten kierunek turystyki wpływa korzystnie także na rozwój społeczny wsi – z jednej strony bowiem utrwała w turystach szacunek do ciężkiej pracy i systemu wartości społeczności wiejskiej, z drugiej zaś wzbogaca osobowość mieszkańców wsi przez kontakty z mieszkańcami miast.

### **ROLA, SZANSE I CZYNNIKI ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ**

Utożsamianie rozwoju wsi tylko z rolnictwem i pracą na roli nabiera charakteru historycznego. Przyczyn coraz mniejszego zatrudnienia w rolnictwie i konieczności poszukiwania dodatkowych źródeł dochodów poza gospodarstwem rolnym jest wiele. Stwarzają one konieczność wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Turystyka wiejska, a w niej agroturystyka, staje się więc stopniowo coraz większą szansą na tworzenie nowych miejsc pracy, a tym samym poprawę dochodów ludności żyjącej na wsi.

Turystyka wiejska wpisuje się tym samym w ważny proces dywersyfikacji gospodarki wiejskiej. Zarówno turystyka wiejska, jak i agroturystyka nie są zjawiskiem nowym. Od lat istniały regiony, w których popularne było przyjmowanie gości z miasta w gospodarstwach rolnych. Dziś mamy jednak do czynienia z odmiennym typem turystyki wiejskiej, chociażby z tego względu, że uczestniczy w niej znacznie więcej osób. Ze względu na formy i zakres obecnie w niewielkim stopniu kojarzy się ona z wsią, a więc i rolnictwem.

Ten kierunek turystyki obejmuje różnorodne formy – zarówno wspinaczkę górską, jak i różnego rodzaju sporty wodne (kajakarstwo, żeglarstwo), narciarstwo, jazdę konną, polowania, łowienie ryb, wycieczki rowerowe itd. Jest to zarówno jednodniowa wycieczka (bez noclegu) na wieś, jak i dłuższy pobyt w miejscowościach o dużej koncentracji różnego typu usług turystycznych. Wydaje się jednak, że nie można każdej działalności turystycznej na obszarach wiejskich zaliczyć do turystyki wiejskiej, dotyczy np. pobytu w kurortach nadmorskich lub ośrodkach narciarskich, gdzie hotele tworzą system zmasowanego przemysłu turystycznego. Niezależnie od szerszego czy węższego traktowania tego pojęcia, turystyka wiejska stanowi najszybciej rozwijającą się gałąź turystyki [ROBERTS, HALL, 2001]. Według danych szacunkowych stanowi ona od 10 do 20% ogólnej aktywności turystycznej mieszkańców Europy [Euro barometr, 1999]. W krajach UE średnio od 3

do 7% gospodarstw rolnych świadczy usługi turystyczne [MAJEWSKI, LANC, 2001]. Obecnie już około 23% biur podróży w UE wybiera wieś jako ważne miejsce wyjazdów turystycznych. Nie jest to jednak oferta stała, powtarzająca się co roku. W wielu krajach, regionach, jak i poszczególnych miejscowościach upatruje się w turystyce wiejskiej ważnego elementu rozwoju. Zatrudnienie w tej gałęzi gospodarki wiejskiej rośnie dość szybko, w Europie Zachodniej obecnie bardziej w usługach rekreacyjnych niż hotelarskich. Zdaniem KUTKOWSKIEJ [2003], turystyka masowa powoli ustępuje miejsca turystyce indywidualnej czy grupowej, a różnorodne preferencje turystów są zaspokajane przez wypoczynek na obszarach wiejskich. Niezależnie od atrakcyjności obszarów wiejskich, odsetek osób wypoczywających na wsi w połowie lat 90. XX w. w różnych krajach wynosił: Belgia – 25%, Dania – 35%, Niemcy – 43%, Grecja – 8%, Hiszpania – 27%, Francja – 29%, Irlandia – 27%, Włochy – 11%, Holandia – 39%, Wielka Brytania – 28% [ŚWIE-TLIKOWSKA, 2000]. W Austrii ok. 10% ogółu wszystkich gospodarstw oferuje łącznie 300 tys. miejsc noclegowych, w Niemczech 20 tys. gospodarstw z łączną liczbą 50 tys. łóżek, w Wielkiej Brytanii w 1992 r. na terenach wiejskich udzielono 100 mln noclegów, za które turyści zapłacili 1 250 mln funtów szterlingów [GÓR-NY, 1998].

Według szacunkowych danych z 1996 r. z ogólnej liczby obiektów wiejskiej bazy noclegowej w Polsce blisko połowę stanowiły obiekty agroturystyczne. Dysponowały one co najmniej 60 tys. miejsc noclegowych, w tym w gospodarstwach agroturystycznych od 25 do 26 tys. [STRZEMBICKI, 1997]. O ile w 1993 r. w Polsce było ok. tysiąca gospodarstw agroturystycznych, to w 1996 r. już około 6 tys. Dane liczbowe, zebrane przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi na podstawie informacji z ośrodków doradztwa rolniczego i stowarzyszeń agroturystycznych wskazują, że w 2002 r. gospodarstw tych było 7 336 [PRZEBORSKA, 2004]. W grupie gospodarstw zajmujących się agroturystyką przeważają gospodarstwa o powierzchni 1–5 ha (47,5%) oraz gospodarstwa większe, mające ponad 10 ha (20,4%). Wśród gospodarstw agroturystycznych istnieją takie, które zaniechały produkcji rolniczej lub sprzedają śladowe ilości produktów (43% gospodarstw oferujących usługi turystyczne nie przekracza sprzedaży za 3 tys. zł rocznie). Proces dywersyfikacji dochodów jest bardzo pożądanym, ale przestawienie się wyłącznie na usługi turystyczne eliminuje te podmioty z grupy gospodarstw agroturystycznych.

Według danych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, liczba osób korzystających z usług turystyki wiejskiej w 2002 r. wynosiła ok. 940 390, w tym z typowej agroturystyki – 342 035 [Podstawy ..., 2003]. Ministerstwo szacuje, że w 2005 r. liczba gospodarstw agroturystycznych zwiększy się do ok. 10 500, a liczba innych obiektów bazy noclegowej – do ok. 7 500, co da w sumie 18 000 obiektów na wsi, dysponującymi ok. 174 tys. miejsc.

Rozmieszczenie gospodarstw, świadczących usługi agroturystyczne na terenach wiejskich, w Polsce jest bardzo nierównomierne – najwięcej znajduje się ich

na północy (jeziora i morze) i południu (góry) – w województwach: małopolskim (1 882), pomorskim (813), warmińsko-mazurskim (738), podlaskim (620), podkarpackim (510), zachodniopomorskim (360), dolnośląskim (354), wielkopolskim (353), śląskim (322) – dane z 2002 r. [PRZEBORSKA, 2004].

Turystyka wiejska daje szanse zatrudnienia, w sposób bezpośredni i pośredni, wielu mieszkańcom wsi. Potrzebni są ludzie nie tylko w usługach hotelarskich, gastronomicznych, w handlu, ale także w obsłudze i tworzeniu niezbędnej infrastruktury przyciągającej turystów. Zaletę turystyki wiejskiej stanowi otwarcie się społeczności lokalnej na innych ludzi (turystów), poznawanie ich, uczenie się tolerancji, wyrabianie sprawności organizacyjnej, a także konieczność współpracy wszystkich partnerów obsługujących turystów na danym terenie. Szansą dla turystyki wiejskiej jest nadmierne przeciążenie turystami i zbyt wysokie koszty w dotychczas modnych rejonach turystycznych. Ten kierunek turystyki oferuje możliwość bliskiego kontaktu z przyrodą, miejscową ludnością, poznawanie warunków jej życia, kultury, zwyczajów i problemów, a także lokalnych potraw sporządzanych na bazie lokalnych produktów.

Mimo że Polska przez długi czas pozostawała poza głównym nurtem rozwijającej się turystyki światowej, jednak jej potencjał, szczególnie w zakresie turystyki wiejskiej, jest znaczący. Przykłady wielu krajów wskazują, że wykorzystanie walorów turystycznych wymaga nie tylko kapitału, ale przede wszystkim pomysłów i wiedzy, jak je zrealizować. Mamy jeszcze wiele do zrobienia, aby sprostać oczekiwaniom klientów zagranicznych i dorównać technikom promocyjnym w innych krajach, jednak polska wieś pod tym względem nie jest już „pustynią” i wiele gospodarstw agroturystycznych z powodzeniem przyjmuje już gości także z innych krajów europejskich. Turystykę wiejską w Polsce należy postrzegać jako ważną gałąź aktywności gospodarczej nie tylko w skali lokalnej, ale i międzynarodowej. Produkt ten coraz częściej zaczyna być oferowany na rynku międzynarodowym. Poważną barierę stanowi często niski standard pomieszczeń i słaba znajomość języków obcych przez osoby przyjmujące zagranicznych turystów, braki w promocji oraz wspomniany już poziom czystości, a także warunki dojazdu (drogi).

Mimo że możliwości rozwoju turystyki wiejskiej są w Polsce bardzo zróżnicowane, zbyt wiele gmin upatruje w niej panaceum na dotychczasowe trudności. Z badań HEFFNERA i ROSNERA [2002] wynika, że gmin w których brak warunków do rozwoju turystyki lub mających duże ograniczenia i niewielkie możliwości w tym zakresie, jest w Polsce 1 833, natomiast gmin mających dobre lub bardzo dobre możliwości – 325. Taki podział nie jest, oczywiście, ostateczny, wykluczający np. daną społeczność lokalną z czerpania korzyści płynących z przyjmowania turystów. O sukcesach poszczególnych miejscowości czy gmin w tej branży decydują bowiem ludzie, ich determinacja, wykształcenie, pomysłowość, gościnność itd.

Agroturystyka i turystyka wiejska zaczynają stopniowo wpływać w Polsce na zwiększenie dochodów nie tylko rolników świadczących usługi turystyczne, ale i innych członków społeczności wiejskiej. Turystyka wiejska staje się nowym ele-

mentem gospodarki w wielu rejonach Polski. Uwzględnienie jej w polityce przestrzennego zagospodarowania kraju oraz poszczególnych województwach i gminach łączy się ściśle także z procesem modernizacji i rozbudowy infrastruktury turystycznej. Agroturystyka ma w Polsce duże szanse rozwoju, gdyż – jak stwierdza SIKORA [1999] – jako jedyny kraj w Europie Środkowo-Wschodniej zachowała dominującą pozycję indywidualnego gospodarstwa wiejskiego w strukturze rolnictwa oraz duże bogactwo dziedzictwa kulturowego, autentycznego ludowego folkloru, zwyczajów i obyczajów. Coraz więcej samorządów i władz gminnych dużą uwagę zwraca na renowację zabytków, zwiększenie estetyki miasteczek lub wsi i stworzenie nowych atrakcji turystycznych.

Rozwojem turystyki wiejskiej są zainteresowane liczne, bardzo różne grupy społeczne. Pojedynczy region czy gmina stanowią kompleksowy układ elementów i zależności, w których turystyka to jeden z jego elementów. Dlatego istnieje konieczność znacznie szerszego niż dotychczas pojmowania jej rozwoju i umiejętnego wkomponowania w rozwój całego regionu bez szkody dla innych działów, gdyż np. niektóre inwestycje turystyczne mogą być sprzeczne z zasadami czy priorytetami ochrony środowiska. Zarządzanie turystyką wymaga więc interdyscyplinarnego podejścia.

Władze lokalne mają świadomość, że najistotniejszym czynnikiem przyciągnięcia turystów jest nieskażone środowisko. Nie ma możliwości rozwoju turystyki tam, gdzie np. w lasach co kilkaset metrów napotyka się dzikie wysypiska śmieci, a ścieki odprowadza do rzeki, jeziora lub rowów melioracyjnych, a przedsięwzięcia mające na celu ochronę środowiska, ze względu na brak środków finansowych, są często odkładane przez gminy na lepsze czasy. Trzeba jednak przyznać, że w tym względzie zrobiono w Polsce bardzo wiele. Władze lokalne są już świadome, że w turystyce, niezależnie od jej formy, czyste środowisko to niezbędny warunek osiągnięcia sukcesu. Przyroda, krajobraz wiejski i całe otoczenie stanowią bowiem dla turysty najważniejszy motyw decyzji o spędzeniu urlopu na wsi. Dlatego gminy, planujące długofalowy rozwój turystyki, coraz częściej starają się dbać o tworzenie takiej infrastruktury, jak: oczyszczalnie ścieków, wysypiska śmieci itd. Ochronie muszą podlegać nie tylko walory przyrodnicze, ale i całe otoczenie, łącznie z krajobrazem i zabudową – chodzi o estetykę i harmonię architektury z krajobrazem. Krajobraz wiejski został bowiem w wielu miejscach zdegradowany, a budynki są nijakie pod względem architektonicznym. W niektórych wsiach rzadkością stały się ogród i sad przydomowy. Największe zmiany nastąpiły tam, gdzie wcześniej rozwijało się intensywne rolnictwo (osiedla byłych PGR-ów). Gminy stawiające w swych strategiach na rozwój turystyki wiejskiej muszą planować rozwój infrastruktury ułatwiającej pobyt turystom, tj.: dróg, gastronomii, urządzeń rekreacyjnych itd.

Wśród infrastruktury techniczno-ekonomicznej ważną rolę odgrywa sieć dróg, warunkująca dostępność obszarów mających duże walory przyrodniczo-rekreacyjne i kulturowe. Infrastruktura musi powstawać w miarę harmonijnie z otaczającą

przyrodą. Na przykład w pewnych miejscach należy ograniczyć nadmierny ruch samochodowy, kierując nim tak, aby nie docierał bezpośrednio do pięknych i malowniczych zakątków, lecz tylko do pewnych punktów, z których rowerami, bryczkami lub pieszo można udać się do miejsca docelowego. Przyjmowanie zbyt dużej liczby turystów także może wywołać ujemne skutki. Dlatego coraz częściej mówi się o turystyce zrównoważonej, łagodnej, w której istnieje konieczność lepszego rozpoznania wielopłaszczyznowych relacji między turystyką a środowiskiem przyrodniczym [KRZYŻANOWSKA, 2004].

Mimo że polska wieś zmienia się dość szybko, to jednak w zakresie rozwoju turystyki pozostało bardzo wiele do zrobienia. Do uatrakcyjnienia oferty mogą przyczynić się różne czynniki, np. czyste jezioro, rezerwat przyrody, możliwość degustacji miejscowych potraw, a nawet dobrze strzeżony parking. Warunkiem rozwoju agroturystyki jest także pozytywny stosunek do turystyki głównych zainteresowanych, tj. poza turystami – mieszkańców wsi. Decydując się na przyjmowanie gości, należy pamiętać, że swoim zachowaniem, życzliwością i otwartością można wiele zyskać, ponieważ głównie te cechy będą podstawą do oceny świadczonych usług turystycznych. Członkowie rodziny sami muszą ocenić zalety i wady swych osobowości w aspekcie prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego. Agroturystyka bowiem to przedsięwzięcie rodzinne, wymagające zaangażowania wszystkich członków gospodarstwa. Trudno rozpocząć takie przedsięwzięcie, jeśli którykolwiek z członków rodziny będzie niechętny turystom. Ważna jest również postawa całej społeczności lokalnej. Mimo bardzo atrakcyjnej miejscowości, niechętny stosunek mieszkańców do gości będzie stawiał rozkwit turystyki pod znakiem zapytania. Zarówno kontakty z bezpośrednimi dostawcami usługi turystycznej, jak i całą miejscową ludnością muszą prowadzić do przyjemnego i odprężającego wypoczynku.

Rozwój turystyki na danym terenie, mimo wymiernych korzyści, wymaga również długofalowych nakładów, obciążających wszystkich mieszkańców danej miejscowości. Dlatego podejmowanie działań na rzecz rozwoju turystyki w gminie powinno być poprzedzone skrupulatnym rachunkiem korzyści i zagrożeń, a następnie uwzględnienia w strategii gminnej. Szanse gminy, miasteczka, wsi czy pojedynczego gospodarstwa na rynku turystycznym muszą być dokładnie ocenione. Rozwoju agroturystyki, tak jak każdej innej działalności gospodarczej, nie można opierać na pragnieniach i życzeniach. Wszystkie mocne i słabe punkty rozwoju turystyki na danym terenie, czy w konkretnym gospodarstwie powinny być dokładnie i profesjonalnie przeanalizowane. Rozwój turystyki wiejskiej nie musi przynosić efektów na każdym obszarze. Zbyt dużo gmin, jak już wspomniano, wiąże wygórowane nadzieje z jej rozwojem, gdy tymczasem ocenia się, że tylko na terenie ok. połowy gmin istnieje szansa na rozwój turystyki. Należy też brać pod uwagę, że według badań CBOS z października 2000 r. ok. 72% dorosłych Polaków nie wyjechało nawet na tygodniowy urlop, a jako najczęstszy powód 81% respondentów mieszkańców miast podawało „brak pieniędzy” [ŻELAZNA, 1998]. Do listy

problemów dochodzi brak profesjonalizmu w obsłudze oraz jakość świadczonych usług. Bez ciągłej poprawy jakości oferty usługowej wielu gospodarstwom trudno będzie utrzymać się na rynku.

O rozwoju tego kierunku turystyki w znacznej mierze decydują ceny oferowanego produktu. Rozsądna cena tych usług i jednoczesna poprawa jakości przyczynia się do ich większej atrakcyjności w stosunku do ofert znanych kurortów. Oferta ta musi być jednak różnorodna. Warunkiem rozwoju turystyki wiejskiej jest bowiem stworzenie pakietu różnorodnych propozycji spędzania wolnego czasu – nie można ograniczyć się do noclegu i wyżywienia. Chcąc, aby turysta zostawił w danej miejscowości więcej pieniędzy, ale nie poprzez podnoszenie cen usług, należy wprowadzić wiele dodatkowych atrakcji. W praktyce istnieje wiele sposobów rozszerzenia oferty usługowej. Należy pomyśleć o wydłużeniu sezonu turystycznego przez wprowadzenie nowych funkcji, niezależnie od warunków klimatycznych, zorganizowaniu wyżywienia opartego na kuchni regionalnej, dodatkowych atrakcjach, jak: jazda konna, ciekawe wycieczki, grzybobranie z możliwością ich suszenia i marynowania, a nawet wspólna praca w gospodarstwie. Wachlarz różnych atrakcji stwarzanych turystom jest ogromny i może go współtworzyć kilka okolicznych gospodarstw. Wymaga to pewnego profesjonalizmu, dlatego niezbędne są szkolenia w tym zakresie. Miałyby one na celu nie tylko podwyższenie poziomu usług, ale także dostarczenie wiedzy związanej z planowaniem przedsięwzięcia, marketingiem, finansami i zarządzaniem. Kursy podstawowe w pierwszym etapie w późniejszym okresie należy przekształcać w kursy dalszego doskonalenia umiejętności osób działających w agroturystyce. Często na terenach wiejskich zastrzeżenia budzi obojętność lub wręcz bezpodstawna zazdrość tej części społeczności wiejskiej, która nie czerpie bezpośrednich korzyści finansowych z pobytu turystów, tymczasem z rozwoju turystyki w danej miejscowości korzystają niemal wszyscy – właściciele i pracownicy sklepów, zakładów fryzjerskich, stacji benzynowych i in. Uświadomienie tego lokalnej społeczności jest bardzo ważnym zadaniem, zarówno władz gminy, jak i różnego typu organizacji. Ze sferą tą wiąże się, występująca u części mieszkańców wsi, niechęć do wszelkich zmian i nowości, odbiegających od usankcjonowanych tradycją stereotypów zachowań. Mimo że sezon turystyczny pokrywa się w większości z okresem intensywnych prac rolnych, jednak w warunkach nadmiaru zasobów siły roboczej w gospodarstwach i rosnącym bezrobociu na wsi nie powinno to powodować zaniedbań w obsłudze gości.

Niektóre regiony w Polsce są pod względem przyrodniczym wręcz unikatowe w Europie. Aby nastąpił większy wzrost zainteresowania turystyką wiejską, zarówno ze strony cudzoziemców jak i Polaków, należy stworzyć sprawniejszy, łatwo dostępny system informacji i rezerwacji usług turystycznych. W Polsce szwankuje promocja i reklama, które powinny docierać do szerokiego grona odbiorców. Co prawda, coraz częściej zawiązują się lokalne stowarzyszenia osób świadczących usługi turystyczne w celu prowadzenia wspólnej promocji, jednak



w wielu gminach brak jeszcze tego typu działań zespołowych. Turystyka wiejska weszła jednak zdecydowanie w nowy etap działalności. Powstała Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwo Gościnne”, reprezentująca ogół podmiotów zajmujących się turystyką wiejską w naszym kraju. W skład tej Federacji wchodzi już większość regionalnych stowarzyszeń. Ośrodki doradztwa rolniczego wnoszą również wiele inicjatyw w szkolenia, marketing i organizację agroturystyki na swoim terenie. Federacja wprowadziła kategoryzację obiektów agroturystycznych. Zaistniała też możliwość koordynacji działań i programowania dalszego rozwoju oraz uczestnictwa w targach międzynarodowych.

Istnieje potrzeba bardziej nowatorskiego poszukiwania rynków zbytu dla turystyki wiejskiej w Polsce. DZIEDZIC [2001] zwraca uwagę, że bardzo niewiele ofert, zamieszczanych np. w Internecie, zredagowanych jest w innym języku niż polski. Treść tych ofert również jest w pewnym sensie standardowa, najczęściej zawiera informacje o kwaterach i okolicy. Bardzo rzadko spotyka się propozycje skierowane do konkretnych segmentów rynku, np. zainteresowanych turystyką weekendową, rodzin z dziećmi, osób starszych itd. Powszechnie wiadomo, że trasy turystyczne, przygotowane dla określonej grupy odbiorców, mające jakąś ideę przewodnią, cieszą się dużym zainteresowaniem, jednak jest ich niewiele. Dobrze zorganizowana trasa wymaga zatrudnienia przewodnika, nawiązania kontaktu z różnymi podmiotami obsługującymi turystów na trasie, nie mówiąc o kooperacji w tym zakresie między gminami i poszczególnymi wsiami itd. Zdaniem KUTKOWSKIEJ [2004], przygotowanie profesjonalnej oferty turystycznej, sposób jej prezentowania, promowania i dystrybucji przekracza możliwości pojedynczego gospodarstwa. W Polsce coraz częściej działania te podejmują stowarzyszenia agroturystyczne.

Dalszy rozwój turystyki wiejskiej będzie się wiązał z powstawaniem projektów konkurencyjnych na europejskim rynku turystycznym, eksponujących polską gościnność, spontaniczność, przyrodę, a także historię. Operatorzy turystyki nadal sądzą, że wakacje to dobry hotel i jedzenie. Tymczasem, aby turystę zainteresować naszym krajem, trzeba zapewnić mu rozrywkę, nieomal od rana do wieczora. Nasi fachowcy nie zdają sobie z tego sprawy, proponując Łebę lub Mazury. W sytuacji, gdy przez dwa tygodnie pada deszcz, trzeba wyjeżdżać, gdyż poza plażą i jeziorem nie ma innych rozrywek. Polska ma trochę zabytków, mnóstwo atrakcyjnych terenów, ale turyści sami z siebie nie przyjadą, trzeba ich czymś zainteresować, zaproponować całą gamę rozrywek. Są ludzie, którzy chcą wędrować szlakami ciekawych zabytków, zdarzeń, inni szukają atrakcyjnych obszarów przyrodniczych i Polska ma dla nich interesującą ofertę. Muszą jednak być przewodnicy, którzy znają języki, potrafią wziąć małą grupkę i pokazać jej żerujące dziki lub – jak młody rolnik z Suwałk – pojechać z grupą osób na wycieczkę rowerową po okolicy. Ciekawy pomysł miał były wojewoda słupski, który planował uczynić z Bornego Sulinowa, gdzie znajdowały się rakiety rosyjskie, wycelowane w miasta Europy Zachodniej, parku trzech kultur – polskiej, niemieckiej i rosyjskiej, do którego

ściagać będą nie tylko turyści z Zachodu, ale i Wschodu. Trzeba próbować różnorodnych form budowy turystyki wiejskiej. Od podejmowania takich prób, jak również europejskich i krajowych tendencji rozwoju turystyki, będzie zależała skala wykorzystania naszego potencjału.

### WALORY KULTUROWE A ROZWÓJ TURYSTYKI

Dla rozwoju turystyki wiejskiej ogromne znaczenie mają dobra kultury, takie jak: tradycyjne rzemiosło, imprezy folklorystyczne, gwara, stroje ludowe, regionalne dania, obiekty historyczne, elementy krajobrazu, np. kościoły, pałace, dworki, karczmy, cmentarze itd. Dziedzictwo kulturowe to całokształt materialnego i duchowego dorobku polskiej wsi, który może być atrakcyjny z punktu widzenia turystów. Coraz częściej turysta poszukuje na wsi czegoś specyficznego, oryginalnego, związanego zarówno z historią, jak i teraźniejszością [Podstawy ..., 2003]. Dziedzictwa kulturowego nie należy utożsamiać wyłącznie z historią, tworzą je także ludzie żyjący obecnie na wsi, np. malarze, rzeźbiarze, muzycy, poeci i inni. Dziedzictwo kulturowe to także przyroda i krajobraz rolniczy, decydujące o wyborze danej miejscowości jako miejsca do wypoczynku.

Krajobraz wiejski i jego dziedzictwo kulturowe są obecnie nowym dobrem ekonomicznym, za który turyści płacą. Za konserwację i utrzymanie krajobrazu wiejskiego rolnikowi – jako strażnikowi tych dóbr – będzie także płacić Unia Europejska. Rolnictwo jako główny użytkownik terenów wiejskich wywiera największy wpływ na środowisko wiejskie. Dlatego rolnik spełnia tak ważną rolę w zarządzaniu obszarami wiejskimi, utrzymaniu bioróżnorodności i ochronie środowiska [ADAMOWICZ, 2004]. Wszystkie wymienione wyżej zasoby stanowią potencjał rozwoju regionalnego i lokalnego. Trudno dziś wyobrazić sobie markowy produkt turystyczny, który by nie bazował na wyróżnikach kulturowych i przyrodniczych regionu, gminy czy pojedynczych wsi [KOTOWICZ-BOROWY, 2004]. Ostatnia z cytowanych autorek przytacza przykład Związku Gmin Kurpiowskich, który stawia na promocję regionu przez turystykę kulturową, wykorzystując wszystkie znane i zbadane, zinwentaryzowane zasoby dziedzictwa kulturowego zarówno z zakresu kultury materialnej, jak i duchowej. Aktywizując ludność kurpiowską w dziedzinie obsługi turystów bazuje się na tradycji i żywym jeszcze przekazie kulturowym wśród mieszkańców. Wyznaczone szlaki kulturowe są jednocześnie ścieżkami dydaktycznymi wytyczonymi z myślą o miejscowej młodzieży szkolnej. Lekcje muzyki i plastyki w szkołach są nastawione na naukę folkloru kurpiowskiego itd.

Z badań KOTOWICZ-BOROWY [2004] wynika, że wybrani wójtowie i burmistrzowie, związani z danym terenem z racji pochodzenia, mają większe poczucie tożsamości kulturowej niż wójtowie niezwiązani z terenem, na którym przyszło im pracować. Dlatego też zdarza się, że w dokumentach przestrzennego zagospodarowania gminy nie przywiązuje się zbyt dużej wagi do sporządzenia dobrego studium

środowiska kulturowego. Nie powinno się zapominać, że walory kulturowe w znacznym stopniu mogą służyć promocji gminy.

O wadze dziedzictwa kulturowego świadczy też fakt, że w Unii Europejskiej zaczyna się je traktować jako czynnik łączący kraje Europy i wspomagający budowę Wspólnoty Europejskiej. Mimo różnic kulturowych między poszczególnymi krajami, dziedzictwo kulturowe można uznać jako wspólne – europejskie.

## FINANSOWANIE TURYSTYKI WIEJSKIEJ

Od kilku lat rozwój turystyki wiejskiej w Polsce jest w części zasilany ze środków finansowych UE. Już w latach 1994-1996 realizowano program Tourism II, którego jednym z priorytetów była turystyka wiejska i zalesianie. Na ten cel UE przeznaczyła 3,3 mln euro [BALIŃSKA, 2004].

Środki na turystykę wiejską znalazły się również w programie SAPARD. Druga oś priorytetowa SAPARD – tworzenie i utrzymanie miejsc pracy (przez rozwój infrastruktury wiejskiej oraz różnicowanie działalności gospodarczej na obszarach wiejskich) – w dużej mierze skupiała się na wsparciu rozwoju turystyki oraz działań okołoturystycznych. W ramach działania „Zróżnicowanie działalności gospodarczej na obszarach wiejskich” zaplanowano następujące obszary wsparcia:

- tworzenie źródeł dodatkowego dochodu w gospodarstwach rolnych,
- tworzenie miejsc pracy na obszarach wiejskich,
- publiczna infrastruktura turystyczna na obszarach wiejskich.

Na finansowanie tych działań przeznaczono 331 mln zł.

Finansowanie przedsięwzięć turystycznych odbywało się także w ramach Programu PHARE oraz Programu Współpracy Przygranicznej. Turystyka na obszarach wiejskich w latach 2004–2006 będzie finansowana głównie w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego – „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich”. Co prawda, turystyka w tym programie nie jest wyeksponowana, tak jak w SAPARD, jednak w większości działań można znaleźć sposoby wsparcia rozwoju turystyki i infrastruktury turystycznej. Turystyka wiejska znalazła też miejsce w Zintegrowanym Programie Operacyjnym Rozwoju Regionalnego. Na razie brak informacji, jak dużym zainteresowaniem cieszą się fundusze strukturalne w zakresie ich wykorzystania dla turystyki. Ponadto dla firm działających w obszarze turystyki, a więc także rolników, przewidziano możliwość ubiegania się o środki finansowe w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego – Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw.

Potrzeba dostosowania standardu usług polskiej gospodarki turystycznej do standardów jakościowych Unii Europejskiej, jak i poprawa jej konkurencyjności stały się priorytetami w zakresie szkolenia i doskonalenia kadr dla turystyki. Organizacja tych szkoleń może być wspierana finansowo z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach SPO „Rozwój Zasobów Ludzkich”.

W pilotażowym programie LEADER+ można podejmować także działania w celu zwiększenia atrakcyjności turystycznej obszarów wiejskich.

Należy też wspomnieć o preferencyjnych kredytach lub pożyczkach, rzadziej subwencjach udzielanych przez takie instytucje, jak: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Fundacja Wspomagania Wsi, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Fundacja „Fundusz Współpracy” – Program Agrolinia, Agencja Nieruchomości Rolnych czy Fundacja na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa.

W latach 2004–2006 przedsięwzięcia turystyczne na szczeblu krajowym, jak i regionalnym mają szansę uzyskać wsparcie w wysokości nie mniejszej niż 500 mln euro. Rzeczywiste wykorzystanie tych środków będzie jednak zależało od aktywności i przygotowania potencjalnych beneficjentów, a więc samorządów i przedsiębiorstw.

## LITERATURA

- ADAMOWICZ M., 2004. Krajobraz wiejski jako produkt wytwarzania w rolnictwie i ważny element popytu turystycznego. W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Pr. zbior. Red. I. Sikorska-Wolak. Warszawa: SGGW s. 187–200.
- BALIŃSKA A., 2004. Instrumenty finansowe wspierające rozwój turystyki na obszarach wiejskich. W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Pr. zbior. Red. I. Sikorska-Wolak. Warszawa: SGGW s. 313–320.
- BARTOSZEWICZ W., SKALSKA T., 2004. Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2003 roku. Warszawa: Inst. Turystyki ss. 119.
- CHUDY-HYSKI D., 2001. Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich jako instrument walki z bezrobociem. W: *Turystyka wiejska czynnikiem ożywienia terenów wiejskich*. Mater. konf. 9. Ogólnopolskie Symp. Agroturyst., Złotów, 9–12 września. Kraków: Krak. Centr. Doradztwa Rozw. Rol. Obsz. Wiej. s. 21–29.
- DZIEDZIC E., 2001. Konkurencyjność obszarów wiejskich a turystyka. W: *Turystyka wiejska czynnikiem ożywienia terenów wiejskich*. Mater. konf. 9. Ogólnopolskie Symp. Agroturyst., Złotów, 9–12 września. Kraków: Krak. Centr. Doradztwa Rozw. Rol. Obsz. Wiej. s. 15–27.
- DRZEWIECKI M., 1998. Pojęcie turystyki wiejskiej. *Turyzm* t. 8 z. 1 s. 21–27.
- Euro barometr, 1999. *Facts and figures on the European's Holiday*. Brussels: European Commission.
- GANNON A., 1993. *Agroturyzm a rozwój wsi*. Wprowadzenie do rozwijania przedsięwzięć agroturystycznych. Kraków: Centr. Doradztwa Eduk. Rol.
- GÓRNY M., 1998. Uwarunkowania turystyki i ich znaczenie dla ekorozwoju. W: *Agroturystyka*. Pr. zbior. Red. U. Świetlikowska. Warszawa: SGGW s. 30–36.
- HEFFNER K., ROSNER A., 2002. Czynniki specyficzne wywierające wpływ na potencjał rozwojowy obszarów wiejskich. W: *Wiejskie obszary kumulacji barier rozwojowych*. Pr. zbior. Red. A. Rosner. Warszawa: IRWiR PAN s. 133–151.
- KACZMAREK J., STASIAK A., WŁODARCZYK B., 2002. Produkt turystyczny albo jak organizować poznanie świata. Łódź: UŁ ss. 54.
- KOTOWICZ-BOROWY I., 2004. Antropologiczne dylematy turystyki kulturowej. W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Pr. zbior. Red. I. Sikorska-Wolak. Warszawa: SGGW s. 45–51.
- KOŻUCHOWSKA B., 1998. Podstawowe pojęcia, cechy, składniki agroturystyki oraz formy samoorganizacji usługowców. W: *Agroturystyka*. Pr. zbior. Red. U. Świetlikowska. Warszawa: SGGW s. 24–30.

- KRZYŻANOWSKA K., 2004. Szkody w środowisku przyrodniczym i społeczno-kulturowym powodowane przez turystykę. W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Pr. zbior. Red. I. Sikorska-Wolak. Warszawa: SGGW s. 238–249.
- KUTKOWSKA B., 2003. Podstawy rozwoju agroturystyki. Wrocław: AR ss. 59.
- KUTKOWSKA B., 2004. Procesy integracyjne na obszarach wiejskich na przykładzie stowarzyszeń agroturystycznych na Dolnym Śląsku. *Rocz. Nauk. Stow. Ekonom. Rol. Agrobizn.* t. 62 z. 4 s. 121–126.
- LANE B., 1994. What is rural tourism. *J. Sustainable Tourism* nr 2 s. 7–21.
- MAJEWSKI J., LANC B., 2001. *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*. Poznań: Fundacja Fundusz Współpracy.
- PAJĄK W., 2002. Portugalski model rozwoju turystyki wiejskiej. Wrocław: U. Wroc. maszyn. ss. 16.
- Podstawy strategii zintegrowanego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich w Polsce, 2003. Pr. zbior. Red. J. Wilkin. Warszawa: UW ss. 363.
- PRZEBORSKA L., 2004. Działalność pozarolnicza gospodarstw rolnych w Polsce w zakresie agroturystyki w latach 1996–2002. *Rocz. Nauk. Stow. Ekonom. Rol. Agrobizn.* t. 6 z. 4 s. 174–180.
- ROBERTS L., HALL D., 2001. *Rural tourism and recreations: principles to practice*. Wallingford: CABI Publ.
- SIKORA J., 1999. *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*. Warszawa: WSiP.
- SMITH T., 2001. *Eden*. London: Corgi Books ss. 286.
- STRZEMBICKI L., 1997. Determinanty rozwoju turystyki wiejskiej w Polsce. W: *Determinanty sukcesu w turystyce wiejskiej*. 5. Ogólnopolskie Symp. Agroturyst. Kazimierz Dolny.
- ŚWIETLIKOWSKA U., 2000. Agroturystyka w innych krajach – wybrane zagadnienia. W: *Agroturystyka*. Pr. zbior. Red. U. Świetlikowska. Warszawa: SGGW s. 41–49.
- WIATRAC A., 1996. Wpływ agroturystyki na zagospodarowanie obszarów wiejskich. *Zagadn. Ekon. Rol.* nr 1 ss. 252.
- WIATRAC A., 2004. Zagadnienia kształtowania produktu turystycznego obszarów wiejskich W: *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Pr. zbior. Red. I. Sikorska-Wolak. Warszawa: SGGW s. 147–158.
- WTO (World Tourism Barometer), 2004. Vol. 2 no. 1.
- ŻELAZNA K., 1998. Marketing usług agroturystycznych. W: *Agroturystyka*. Pr. zbior. Red. U. Świetlikowska. Warszawa: SGGW s. 489–495.

*Marek KŁODZIŃSKI*

#### **TOURISM IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS**

*Key words: agro-tourism, development of rural areas, local development, rural tourism, sustainable development*

#### **S u m m a r y**

Identification of rural development exclusively with agriculture and field cultivation becomes obsolete nowadays. Rural tourism, including agro-tourism, gradually becomes a chance for generating new labour and thus for improving the incomes of rural inhabitants. Therefore, rural tourism is an important element of diversification of rural economy. In Poland it should be treated as an important branch of economy in the local and international scale. Rural landscape and cultural heritage are of great importance for the development of rural tourism – they are a new economic value tourists are

willing to pay for. For these reasons farmers will play increasingly important role in the management of rural areas, in maintaining biodiversity, and in environmental protection. Donations of the EU should favour the development of rural tourism.

---

Recenzenci:

*prof. dr hab. Bogdan Klepacki*

*prof. dr hab. Andrzej P. Wiatrak*

Praca wpłynęła do Redakcji 28.04.2005 r.

