

WPŁYW AGROTURYSTYKI NA ZMIANĘ EKONOMICZNEGO MODELU FUNKCJONOWANIA GOSPODARSTW WIEJSKICH W WOJEWÓDZTWIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

Problematyka opracowania dotyczy charakteru uwarunkowań i powodowanych nimi skutków, które zdecydowały o powstaniu i rozwoju polskiego segmentu agroturystyki. Rozważania skoncentrowano na podstawowych źródłach, stymulatorach i działaniach, które tworzyły ewolucyjny proces zmian w systemie dochodowości wiejskich gospodarstw agroturystycznych. Na tle ogólnych przemian związanych z transformacją ustrojową i gospodarczą Polski, zaprezentowano atrakcyjność turystycznych walorów województwa świętokrzyskiego, służących rozwojowi lokalnej agroturystyki. Badania podjętej problematyki przeprowadzono w kilku miejscowościach województwa, wśród turystów przebywających w sezonie letnim w kwaterach agroturystycznych. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety.

WSTĘP

Podjęcie procesu transformacji ustrojowej, a w konsekwencji systemu gospodarczego Polski spowodowało głębokie przemiany w ekonomicznym i strukturalnym modelu wielu działów gospodarki narodowej, w tym powstanie znaczącego zakresu negatywnych skutków w rolnictwie. Dokonujący się wówczas proces, głównie dotyczący zmiany struktury własnościowej, ukierunkowany na wprowadzenie systemu gospodarki rynkowej, spowodował znaczący kryzys gospodarczy, w tym lawinowy upadek niemal wszystkich państwowych gospodarstw rolnych, dających zatrudnienie znaczącej liczbie mieszkańców wsi. Równocześnie zostały ograniczone uprawnienia i kompetencje działających do tej pory i zajmujących się problematyką rolniczą instytucji państwowych [9, s.14]. Całością tych działań spowodował zachwianie systemem funkcjonowania rolnictwa i niespotykany dotychczas wzrost bezrobocia na obszarach wiejskich. Charakterystyczną cechą w tym okresie było znaczące rozdrobnienie agrarne oraz niska kultura upraw powodująca niedostateczną produktywność, co uniemożliwiało utrzymanie się rolników z dochodów uzyskiwanych z uprawy ziemi. Ówczesna struktura zatrudnienia wykazywała, że znaczącą część ludności wiejskiej stanowili tak zwani dwuzawodowcy, którzy poza pracą na roli zatrudniali się także w okolicznych zakładach przemysłowych oraz komunalnych przedsiębiorstwach usługowych (np. znaczna liczba rolników pracowała w kopalniach, do których dowożono ich autokarami nieraz odległości przekraczającej 100 km).

Rozpoczynający się w tym okresie kryzys gospodarczy dotknął nie tylko rolnictwo lecz także przemysł, handel i usługi. Zmniejszenie produktywności w tych działach gospodarki, głównie na skutek ograniczenia siły nabywczej ludności, zaowocowało w pierwszej kolejności falą redukcji zatrudnienia. Nie trzeba uzasadniać dlaczego w pierwszej kolejności zaczęto zwalniać rolników argumentując to posiadaniem dochodów z uprawy ziemi. W konsekwencji sytuacja ludności wiejskiej stała się trudniejsza i można ją określić jako zapas ekonomiczną rozdrobnionych i przeludnionych gospodarstw rolnych. Sytuację pogarszało ogólnie zubożenie ludności w całym kraju, czego efektem było zmniejszenie popytu na produkty rolne i

spowodowany tym spadek cen. Całość tego procesu pogłębił proces zmniejszenia się dochodowości w przeważającej części gospodarstw wiejskich, które zaczęły poszukiwać alternatywnych źródeł przychodów w agroturystyce [2, s. 631].

1. POJĘCIE AGROTURYSTYKI I JEJ PODSTAWOWE FUNKCJE

Mimo, iż agroturystyka jest pojęciem powszechnie znanym, a jej forma, funkcje i powodowane skutki nie budzą dwuznacznych skojarzeń, to jednak, jak dotąd ta działalność nie doczekała się jednoznacznego zdefiniowania. Zarówno w opracowaniach naukowych jak i w prawie termin ten jest różnie interpretowany. Definicji agroturystyki nie podają także przepisy Unii Europejskiej stosując szerszy termin „turystyka wiejska” obejmujący wszystkie formy działalności turystycznej wykonywanej na obszarach wiejskich. To oznacza, że agroturystyka wchodzi w obręb szerzej definiowanej turystyki wiejskiej czyli formy rekreacji odbywającej się na terenach o charakterze rolniczym [6, s. 57].

Chcąc jednak ten rodzaj działalności określić w sposób kompleksowy należy podjąć próbę wyszczególnienia jej najważniejszych cech. W takim podejściu można stwierdzić, że polska agroturystyka to wyodrębniony rodzaj turystyki wiejskiej zwanej wcześniej „turystyką „pod gruszą”, który charakteryzują następujące cechy:

- wypoczynek odbywa się w warunkach wiejskich, czyli w gospodarstwach rolniczych świadczących usługi noclegowe, kulinarne i inne przez rolników prowadzących na własny rachunek działalność rolniczą,
- jest to działalność, którą cechuje specyficzny model obsługi klienta, w którym przeważa bezpośredni kontakt z oferentem (gospodarzem), co tworzy niemal rodzinne relacje, a ponadto klient zazwyczaj przebywa w naturalnym, niejednokrotnie ekologicznym lub uzdrowiskowym otoczeniu,
- z agroturystyką związany jest szerszy zakres form zaspokajania indywidualnych potrzeb. W zależności od cech środowiska istnieje między innymi możliwość uprawiania: wędkarstwa, myślistwa, podglądania natury, zbierania owoców leśnych, grzybów i ziół, jazdy konno lub bryczką, kuligów, wycieczek pieszych i ro-

werowych, uczestniczenia w folklorystycznych biesiadach i obrzędach.

- w wielu przypadkach goście uczestniczą w pracach ogrodowych, polowych oraz karmieniu i obrządzaniu inwentarza zwierzęcego, co daje szczególnie dzieciom dużo zadowolenia i możliwość obserwacji zwierząt oraz poznania procesu uprawy roli,
- spotykaną formą jest uczestniczenie gości w procesie regionalnego sporządzania potraw np.: serów, wędlin lub chleba,
- spotyka się agroturystyczne gospodarstwa, w których istnieje dostęp do tradycyjnego rzemiosła regionalnego np.: kowalstwa, wyplatania koszy oraz wykonywania wyrobów artystycznych z gliny, haftowania oraz szydełkowania.

Wynika z tego że w gospodarstwie agroturystycznym zachodzi ścisły związek między funkcjami wypoczynkowymi a otoczeniem przyrodniczym i kulturowym [23, s.14], co wiąże się także ze znacznie szerszą strukturą podaży zróżnicowanych i autonomicznych usług. Model ten stwarza realne warunki służące rozwojowi tego rodzaju turystyki, który jednak bez zdecydowanego wsparcia administracji centralnej i lokalnej nadal nie będzie rozwijał się z możliwą do uzyskania dynamiką [1].

2. CHARAKTERYSTYKA OBSZARU BADAŃ

Województwo świętokrzyskie położone jest w środkowo-południowej części Polski na obszarze Wyżyny Kieleckiej, Niecki Nidziańskiej i Wyżyny Przedborskiej (rys.1). Świętokrzyskie graniczy z sześcioma województwami: mazowieckim, lubelskim, podkarpackim, małopolskim, śląskim i łódzkim, w których znajdują się największe aglomeracje w kraju – Kraków, Warszawa, Katowice i Łódź. Rolę administracyjnego, kulturalnego i gospodarczego centrum regionu odgrywają Kielce. Świętokrzyskie dzieli się na 14 powiatów i 102 gminy [12].



Rys.1. Województwo świętokrzyskie na mapie Polski [4]

Powierzchnia województwa wynosi 11 711 km² i stanowi 3,7 % powierzchni kraju. Zamieszkuje go około 1,3 mln osób, z czego na wsi 696 tys. osób. Gęstość zaludnienia jest 15,9 % mniejsza niż średnia w kraju. (tab.1).

Tab.1. Podstawowe wielkości charakteryzujące województwo świętokrzyskie na tle ogólnopolskim [1]

	Świętokrzyskie	Polska
Powierzchnia	11711 km ²	312679 km ²
Liczba ludności	1252,9 (wieś 696) tys.	38437,2 tys.
Gęstość zaludnienia	107,1 os/km ²	123 os/km ²
Stopa bezrobocia	11,0 %	9,7 %

Jest to obszar przemysłowo-rolniczy charakteryzujący się podziałem na przemysłową północ i rolnicze południe, który jest jednocześnie zapleczem żywności ekologicznej. Cechuje go również wysoki stopień koncentracji tradycyjnych działów przemysłu, związanych z obróbką metali, wydobywaniem i przetwórstwem surowców mineralnych oraz produkcją artykułów spożywczych. Charakteryzuje się także występowaniem mało efektywnych działów produkcji i niską zdolnością pewnych grup przedsiębiorstw do tworzenia i wdrażania nowych technologii [2].

Województwo należy do najmniej zurbanizowanych rejonów w kraju. Największe bogactwo naturalne regionu świętokrzyskiego stanowią kopaliny mineralne w tym pokłady kamienia gipsowego. Region zajmuje pierwsze miejsce w kraju pod względem wydobycia tego surowca. Występujące tu zasoby kopalin wykorzystywane są do produkcji materiałów budowlanych. Jest to obszar mniej zasobny w wodę. Najtrudniejsze warunki hydrogeologiczne występują w obrębie Gór Świętokrzyskich oraz w południowo-wschodniej jego części. Województwo należy do najczystszych ekologicznie terenów Polski, gdyż 66% powierzchni stanowi obszar o szczególnych walorach przyrodniczych [12]. Położenie regionu w otoczeniu dobrze rozwiniętych aglomeracji sprzyja aktywizacji jego przestrzeni ekonomicznej. Znajdują się tu grunty rolne niezanieczyszczone nawozami oraz występuje duży potencjał sadowniczy.

Świętokrzyskie zamieszkuje prawie 1253 tys. osób, z czego ponad połowa to ludność osiedlona na terenie wsi. Omawiany obszar charakteryzuje niski poziom życia pewnych grup mieszkańców, a przyczyn tego zjawiska należy upatrywać w występowaniu wysokiej stopy bezrobocia (11,0%) oraz w niewystarczającej kondycji ekonomicznej gospodarstw rolnych, które dodatkowo są rozdrobnione. Wszystko to wpływa na ograniczenie możliwości rozwoju zasobów ludzkich [8].

Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 2 ponad 60% mieszkańców badanego województwa znajduje się w wieku produkcyjnym, a więc są to osoby zdolne do pracy, co determinuje możliwość rozwoju regionu.

Tab.2. Ludność w wieku produkcyjnym i nieprodukcyjnym województwa świętokrzyskiego w 2015 roku [w tys.] [1, s. 244]

Ludność w wieku		
przedprodukcyjnym	produkcyjnym	poprodukcyjnym
211,7	780,9	264,6

Zjawiska demograficzne najsilniej oddziałują na gospodarkę poprzez liczbę i strukturę ludności w tej grupie wiekowej. Osoby w wieku produkcyjnym określają wielkość potencjalnych zasobów pracy, te zaś z kolei rozmiary potencjalnego zatrudnienia, dlatego też ta grupa jest istotnym elementem siły produkcyjnej społeczeństwa. Ludność w wieku przedprodukcyjnym, która w przyszłości zastąpi obecne osoby zdolne do pracy, w województwie stanowi ok. 17% ogólnej liczby społeczeństwa.

Województwo świętokrzyskie należy do najbardziej atrakcyjnych turystycznie regionów, posiada liczne walory środowiska przyrodniczego oraz kulturowego, w tym unikalne zabytki, co wpływa na pozytywny wizerunek regionu. Według Głównego Urzędu Statystycznego w 2016 roku w województwie świętokrzyskim znajdowało się 40 kwater agroturystycznych z 581 miejscami noclegowymi, z których w 2015 skorzystało 4,4 tys. turystów (tab. 3).

Tab.3. Kwatery agroturystyczne w województwie świętokrzyskim w 2015 roku [7, s. 452]

Kwatery agroturystyczne			
Obiekty	Miejsca noclegowe	Korzystający z noclegów	Udzielone noclegi
40	581	4,4 tys. osób	15,1 tys.

Jest to obszar stosunkowo łatwo dostępny dla potencjalnych turystów, chociaż region świętokrzyski jako jeden z niewielu w Polsce nie posiada obecnie wystarczającego dostępu do infrastruktury lotnicznej [12]. Transport lotniczy w województwie świętokrzyskim w chwili obecnej opiera się na lotnisku komunikacyjnym położonym w miejscowości Masłów koło Kielc. Jednak można zauważyć, że województwo świętokrzyskie stanowi zaplecze transportowe dla lotnisk znajdujących się w województwach ościennych, np. Warszawie, Lublinie, Krakowie i Łodzi. Na terenie województwa eksploatowanych jest 721 linii kolejowych i 13 603km dróg publicznych o twardej nawierzchni. Kielce znajdują się w odległości 180 km od Warszawy, 120 km od Krakowa, 180 km od Lublina i 160 km od Łodzi. Do tych miast można dotrzeć samochodem osobowym, autobusem i pociągiem.

3. GENEZA AGROTURYSTYKI W WARUNKACH POLSKIEJ TRANSFORMACJI USTROJOWEJ I GOSPODARCZEJ.

W realiach rosnących negatywnych skutków transformacji bardziej aktywna część ludności wiejskiej zaczęła poszukiwać sposobu wyjścia z niekorzystnej sytuacji. Szansą na poprawę zasobności ekonomicznej było wstąpienie Polski do struktur Unii Europejskiej [6, s. 48]. W wyniku akcesji wieś została zasilona istotnym strumieniem środków finansowych, który stanowiły tak zwane dopłaty bezpośrednie. Nie będzie zatem przesady w stwierdzeniu, że ten fakt spowodował odwrócenie trendu kształtowania ekonomicznego modelu rozwoju polskiej wsi. Uzyskane środki zwiększyły zdolność nabywczą rolników, zaczęto kupować sprzęt rolniczy, narzędzia, budowano pomieszczenia gospodarcze i zmieniano kulturę agrarną. Istotnym wsparciem w dalszym rozwoju tego procesu było uzyskanie funduszy strukturalnych przeznaczonych na aktywizację obszarów wiejskich oraz unijnych funduszy celowych [10, s. 57]. Kolejne fazy tego procesu w znaczącym stopniu zwiększały dochody gospodarstw wiejskich oraz tworzyły fundamenty pod realizację bardziej ambitnych zamierzeń, między innymi podejmowanie działalności komercyjnej, której najbardziej efektywnym wyznacznikiem w środowisku wiejskim jest agroturystyka.

Korzystny klimat dla rozwoju agroturystyki wynikał w głównej mierze ze wzrostu dochodów gospodarstw rolniczych ale na dynamikę rozwoju tego segmentu usług znaczny wpływ miały także zmiany w centralnej i lokalnej polityce dotyczącej rolnictwa i turystyki [11, s. 62-63]. Korzyści płynące z organizacji ośrodków agroturystycznych odczuwali nie tylko oferenci tych usług, lecz także szersze kręgi społeczności gminnej. Takie postrzeganie tej działalności skutkowało powstaniem centralnych organów i funduszy przeznaczonych na rozwój tego segmentu turystyki. W środowiskach wiejskich otwierano agendy instytucjonalne, specjalizujące się w planowaniu, organizowaniu i wspieraniu tej działalności poprzez specjalistów zatrudnionych w ośrodkach doradztwa. Okazało się, że taki projekt aktywizacji gospodarstw wiejskich uzyskał szeroką akceptację w tym środowisku i stał się jednym z głównych stymulatorów rozwoju środowiskowego rynku usług turystycznych. Powstające w tej sytuacji znaczące zainteresowanie tą alternatywną formą zagospodarowania wolnego czasu i w wielu przypadkach istniejącej i dotąd niewykorzystanej pozarolniczej bazy materialnej (budynku lub

jego części) pobudziło do działania bardziej aktywną część wiejskich rodzin. Korzystając ze wsparcia środowiskowych instytucji, preferencyjnych kredytów, własnych środków i charakterystycznej w środowisku wiejskim szerokiej pomocy rodziny, zaczęto stopniowo tworzyć bazę służącą działalności agroturystycznej [4].

Oceniając ewolucyjny rozwój tego procesu należy podkreślić, że stał się on znaczącym i efektywnym sposobem ekonomicznego ożywienia i turystycznego rozwoju obszarów wiejskich oraz poprawy sytuacji materialnej wielu rodzin w tym środowisku [24, s. 9]. Mając na uwadze tworzącą się konieczność prawidłowego zarządzania rozwojem tego segmentu turystycznych usług, zasadnym staje się podjęcie analiz i ocen pozwalających na zbadanie jego uwarunkowań, zidentyfikowanie stymulatorów ekonomicznych w warunkach bieżącej rzeczywistości oraz dalszej perspektywie.

Naukowe zbadanie tego systemu turystycznej działalności, poza identyfikacją jego podstawowych cech (porusza punkt 1) wymaga w pierwszej kolejności zbadania jego specyficznych cech i determinant decydujących o znaczeniu, skutkach i generowanej wielkości dochodów oraz innych korzyści dla gminy oraz dla oferentów świadczonych usług.

4. ROLA AGROTURYSTYKI W GOSPODARCZYM ROZWOJU GMINY

Mimo iż działalność agroturystyczna jest ściśle związana z rodzinnym gospodarstwem wiejskim to poza skutkami jakie powoduje w tym gronie osób ma także istotny wpływ na kształtowanie ogólnego wizerunku gminy i konkretnych dokonań służących szerszej społeczności. Niewątpliwie podjęcie na terenie gminy co najmniej przez jedną rodzinę tego rodzaju działalności zmienia wewnętrzne relacje społeczne, głównie na skutek zaprezentowania pozostałym rodzinom wiejskim nowego wzorca skutkującego możliwością poprawy swojego statusu ekonomicznego. Bardzo często taki przykład uruchamia nieznane dotąd pokłady aktywności, poszerza zakres analitycznej oceny korzyści i ewentualnych barier, prowokuje środowisko do krytycznej oceny istniejącego ekonomicznego modelu funkcjonowania gospodarstwa i inicjuje poszukiwanie sposobu podniesienia jego dochodowości.

Nie można zaprzeczyć, że z chwilą powstania w danej wsi gospodarstwa agroturystycznego, rośnie turystyczna ranga tego środowiska, zmienia się sposób postrzegania naturalnych walorów wsi, otaczającej ją infrastruktury materialnej, a także rodzi się potrzeba dotarcia, a następnie uporządkowania genezy obszaru, tradycji oraz najciekawszych wydarzeń [10, s. 9]. Rozpoczyna się również nowy zakres administracyjnej działalności organów wiejskich, które zaczynają dostrzegać konkretną szansę zarówno dla poprawy dochodów oferentów agroturystycznych usług jak i wizerunku, potencjału i atrakcyjności turystycznej wsi czy też gminy. Generalnie nawet jedna zakończona biznesowym sukcesem agroturystyczna inicjatywa może wywołać znaczącą falę aktywności innych rodzin i organów gminy skutkujących bardziej skutecznymi działaniami umożliwiającymi szerszy zakres rozwoju tej tak potrzebnej, a zarazem bardzo efektywnej i pożytecznej działalności. Można z pełną odpowiedzialnością stwierdzić, że każde rozpoczęcie, a następnie dochodowe realizowanie działalności agroturystycznej staje się skutecznym źródłem rosnącej aktywności biznesowej w całym środowisku, ponieważ nic bardziej nie przekonuje do podejmowania nowych wyzwań jak dobry przykład.

Pobudzenie społecznej aktywności w środowisku wiejskim nie jest jedynym pozytywnym rezultatem rozwoju usług agroturystycznych. Trudno nie dostrzec tworzącego się wielokierunkowego łańcucha logistycznych powiązań i zależności. Prawidłowe urządzenie gospodarstwa agroturystycznego wymaga specyficznego wyposa-

zenia. Niezbędne zakupy aktywizują handel tworząc proces, który istnieje w dłuższym okresie ponieważ ten typ gospodarstwa wymaga ciągłych zakupów m.in. żywności, środków czystości, pościeli, mebli i usług dodatkowych, takich jak np. szybki Internet i rozszerzona oferta programów telewizyjnych. Rozwój gospodarstw agroturystycznych oddziałuje również na kształtowanie jakości, zakresu i funkcji podaży i unowocześnienia środowiskowej infrastruktury sportowo rekreacyjnej oraz służącej rozwojowi działalności kulturalnej [5, s. 57].

Rozumiejąc szeroki zakres związanych z agroturystyką środowiskowych korzyści, w gminie powstają plany dotyczące poprawy dostępności komunikacyjnej, gospodarki wodno-ściekowej, budowania urządzeń sportowo-rekreacyjnych, rewitalizacji pomników pamięci i unikatowych miejsc naturalnego środowiska przyrodniczego oraz walorów związanych z historią, obrzędowością, kulturą i lokalną tradycją. Z punktu widzenia miejscowej administracji agroturystyka jest najtańszym stymulatorem korzystnych przemian w ekonomicznym modelu funkcjonowania obszarów wiejskich. Dzięki niej tworzy się nowa struktura dochodów ludności oraz korzystna atmosfera dla podejmowania komercyjnych przedsięwzięć.

Nie bez znaczenia jest fakt, że agroturystyczny ośrodek wypoczynkowy powstaje niemal w całości ze środków własnych inwestora. Mimo systematycznie rosnącego zakresu centralnych i środowiskowych systemów wsparcia, to wyłącznie inwestor (właściciel ośrodka) ponosi pełne osobiste ryzyko związane z uruchomieniem i prowadzeniem tego rodzaju działalności. To powoduje, że tempo rozwoju agroturystyki nie jest tak imponujące jak mogło by być, biorąc pod uwagę generowany zakres rodzinnych i społecznych korzyści. Przyspieszenie dynamiki rozwoju tego rodzaju usług jest możliwe pod warunkiem zdecydowanego rozszerzenia efektywnych form wsparcia zarówno w wymiarze ekonomicznym jak i organizacyjnym.

5. ROZWÓJ AGROTURYSTYKI A OFERENCI TEGO SEGMENTU USŁUG.

Postawiona wcześniej teza, że polska agroturystyka mogłaby się rozwijać z większą dynamiką znajduje uzasadnienie w atrakcyjności walorów naturalnego środowiska wiejskiego, dostępności turystycznej, umiarkowanych cenach pobytu, poprawie zakresu i jakości świadczonych usług oraz poszerzających się formach stosowania udogodnień, promocji i doradztwa ze strony organów lokalnej administracji. Wiadomo również, że zarówno ze strony oferentów jak i odbiorców agroturystycznych usług istnieje zapotrzebowanie na rozwój tego zakresu działalności. W tej sytuacji rodzi się proste pytanie, dlaczego nie nastąpił lawinowy rozwój agroturystyki chociaż z oceny już istniejących ośrodków wynika, że ten rodzaj działalności może generować satysfakcjonujące dochody.

Stwierdzenie, „może”, nie oznacza, że w każdym przypadku zyski są zapewnione. Agroturystyka, podobnie jak każda inna działalność komercyjna jest obarczona ryzykiem, który w wielu przypadkach uniemożliwia osiągnięcie zamierzonego celu. Poza tym, podjęcie tej działalności wymaga nie tylko dobrych chęci lecz przede wszystkim określonej kwoty środków pieniężnych, bazy materialnej, prawidłowo sporządzonego biznesplanu, precyzyjnego planu zbudowania lub zaadaptowania poszczególnych elementów wewnętrznej i zewnętrznej bazy materialnej (co przy świadczeniu jedynie usług noclegowych jest stosunkowo proste, jednak przy równoczesnym oferowaniu wyżywienia i szerszych programów wycieczkowych, kulturalnych lub obrzędowych, na pewno bardziej skomplikowane) oraz odpowiedniej wiedzy i umiejętności. Ten zakres wymagań w wielu przypadkach stanowi barierę trudną do pokonania, przy czym należy dostrzec, że w zasadzie w każdym z tych elementów

oferenci muszą zapewnić co najmniej „przyzwoity” poziom oferowania, ponieważ jego całość tworzy markę stanowiącą dla odbiorcy podstawę wyboru usługodawcy i miejsca pobytu. Zasygnalizowane tu pojęcia usługodawcy i miejsca pobytu zostały użyte celowo, ponieważ w prawie żadnej innej działalności turystycznej nie mają tak decydującego znaczenia jak w agroturystyce. Z doświadczenia wiadomo, że wielu turystów ponawia, nawet kilkakrotnie swój pobyt w tym samym ośrodku, ponieważ jest usatysfakcjonowana empatią i gościnnością gospodarzy, którzy potrafią stworzyć niezapomnianą atmosferę pobytu, niejednokrotnie z cechami nobilitacji gości.

Determinantę dotyczącą miejsca pobytu można łatwiej zdiagnozować. Do niej należy przede wszystkim zaliczyć jakość świadczonych usług obejmujących bazę noclegową, urządzenia sanitarne, bazę żywieniową, urządzenia sportowo-rekreacyjne, parkingi, place z elementami zabaw, altany i sprzęt sportowy. Zazwyczaj w momencie rozpoczęcia działalności, rzadko oferent dysponuje pełną paletą wyżej wymienionej podaży (z pewnością warto ją stopniowo uzupełniać), lecz elementy podstawowe (baza noclegowa i żywieniowa) muszą funkcjonować na odpowiednim poziomie.

W wielu gospodarstwach agroturystycznych posiłki dla gości są sporządzane z wyrobów własnej produkcji (drób, wołowina, cielęcina, mleko, masło, warzywa oraz wypieki), która w znacznym stopniu podnosi walory kulinarne i zdrowotne posiłków, co niejednokrotnie decyduje o wyborze oferenta, szczególnie przez osoby preferujące zdrową żywność. Z tym wiąże się również wysoko oceniana przez gości możliwość elastycznego ustalenia godzin posiłków, która co prawda komplikuje rytm życia w ośrodku, jednak dla wielu (np. dla narciarzy) jest podstawowym warunkiem zrealizowania celu pobytu.

Jak zatem wynika to z powyższych rozważań zorganizowanie na wsi ośrodka agroturystycznego, szczególnie oferującego usługi na wyższym poziomie jakości nie jest zadaniem łatwym. Wymaga to podjęcia znacznego zakresu inicjatyw i uzgodnień, wykonanie prac, a przede wszystkim dysponowania znacznym zasobem środków finansowych. Do podstawowych wymogów trzeba również zaliczyć potrzebną liczbę osób do obsługi, minimalny stan wiedzy dotyczącej podejmowanej działalności oraz predyspozycje tych osób, z których do najważniejszych należy zaliczyć umiejętność empatycznej współpracy ze zróżnicowaną grupą ludzi oraz jak najmniej kontrowersyjny sposób rozwiązywania powstałych problemów. Oczywiście rozmiar koniecznych do rozwiązania zadań będzie miał inny wymiar kiedy budynek gospodarczy lub jego część wymaga jedynie adaptacji do prowadzenia tej działalności, a inny gdy bazę będzie trzeba zbudować od postaw. Podobnie przedstawia się problem w przypadku, gdy całość agroturystycznej obsługi jest wykonywana przez rodzinę a inaczej gdy przez osoby zatrudnione z zewnątrz.

Przedstawiony, podstawowy zakres uwarunkowań i wymogów związanych z agroturystyką wykazuje, że optymalna realizacja tego modelu usług nie jest prosta. Jednak z badań i rozmów przeprowadzonych z osobami świadczącymi usługi agroturystyczne wynika, że warto taki wysiłek podjąć. Praktyka wykazuje, że najczęściej oferowanie w ramach tej działalności rozpoczyna się od usług hotelowych (noclegi lub noclegi z dostępem do kuchni). Ten profil stosunkowo szybko zostaje wzbogacony usługami kulinarnymi (wyżywienie), zorganizowaniem świetlicy, altany z grillem i budową w obszarze urządzeń sportowych i placu zabaw dla dzieci. W ten sposób uzyskuje się podstawowy zakres kompleksowego świadczenia usług agroturystycznych, który najczęściej odpowiada oczekiwaniom osób, które preferują lub chcą poznać środowisko i atmosferę spędzania w tych warunkach okresu wypoczynku [3, s. 8].

Przedstawiony schemat ewolucyjnego rozwoju ośrodka agroturystycznego ma pełne uzasadnienie w stopniowym gromadzeniu niezbędnych na kolejne inwestycje środków finansowych. Od stopnia opłacalności aktualnego oferowania zależy dalszy zakres uru-

chomienia nowych usług, co w konsekwencji podnosi rangę ośrodka a tym samym skutkuje pozyskaniem szerszych grup społecznych i zwiększeniem liczby gości [27, s. 62-63]. Jest to zatem właściwa i efektywna droga kumulowania zysków czyli realizacji podstawowego celu każdej działalności komercyjnej. Ponadto istnieje także wiele korzyści pochodnych, do których między innymi należy zaliczyć zatrudnienie najczęściej wszystkich członków bliskiej, a niejednokrotnie dalszej rodziny, podniesienie opłacalności własnej produkcji rolniczej, zwierzęcej, warzywno-sadowniczej, rękodzielniczej, a także zdobycie kompetencji przewodnika i doradcy.

Dawny rolnik poprzez tą działalność zdobywa nowy status w środowisku wiejskim. Będąc przez pewien czas rolnikiem prowadzącym jednocześnie działalność agroturystyczną staje się z czasem typowym biznesmenem. W ten sposób zmienia się struktura społeczności wsi, rośnie jej potencjał turystyczny generujący wyższe dochody rodzin wiejskich i wzbogacający budżety gminne. W konsekwencji mniej opłacalna staje się uprawa małych obszarów rolniczych i nielicznych zwierząt. Można zatem przewidywać, że równoległe z rozwojem agroturystyki rolnicy będą pozbywali się małych arealów ziemi i części posiadanych zwierząt zatrzymując jedynie przy ośrodkach areal i liczbę niezbędną do realizacji nowych celów. Można w tym procesie dostrzec dwukierunkowe korzyści – poprawę sytuacji materialnej osób prowadzących gospodarstwa agroturystyczne oraz koncentrację ziemi w dużych, bardziej wydajnych gospodarstwach rolnych zapewniających wyższą zyskowność osobom prowadzącym typowe gospodarstwa rolne.

6. METODOLOGIA I PYTANIA BADAWCZE

Głównym celem artykułu jest określenie atrakcyjności turystycznej województwa świętokrzyskiego dla turystów przebywających w gospodarstwach agroturystycznych. Badania zostały przeprowadzone na terenie miejscowości znajdujących się w województwie świętokrzyskim, wśród turystów przebywających w kwaterach agroturystycznych metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Doboru próby dokonano metodą celowo - losową, wykorzystując wiedzę na temat lokalizacji kwater.

Badania zostały przeprowadzone w okresie od 01.07. 2015 r. do 30.08.2015 r. czyli w sezonie letnim, w którym na wsi przebywa najwięcej turystów

W badaniu wzięło udział 110 osób. Analizie poddano 108 prawidłowo wypełnionych ankiet.

Postawione pytania badawcze dotyczyły:

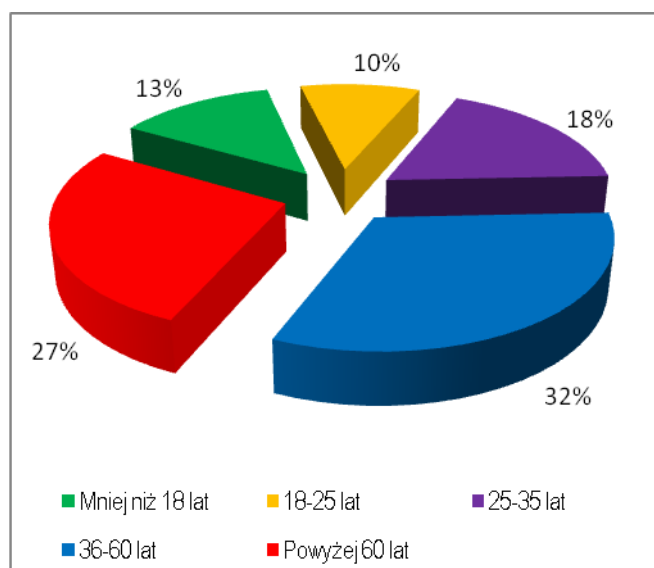
- analizy cech podnoszących atrakcyjność świadczeń agroturystycznych,
- oceny źródeł informacji o usługach turystycznych,
- oceny motywów skłaniających do odwiedzenia województwa świętokrzyskiego
- oceny działań promocyjnych kwaterodawców prowadzących gospodarstwa agroturystyczne,
- oceny warunków i jakości usług świadczonych przez kwaterodawców,
- oceny elementów infrastruktury współistniejącej z bazą podstawową,
- możliwości skorzystania z usług dodatkowych świadczonych poza usługami podstawowymi,
- analizy wysokości ceny w stosunku do warunków i jakości proponowanych usług w czasie pobytu w gospodarstwie,
- oceny elementów infrastruktury współistniejącej z bazą podstawową,
- możliwości kontaktu z naturalnym środowiskiem, zwierzętami domowymi i żyjącymi na wolności oraz z folklorem.

W procesie badawczym wykorzystano nie tylko dane pierwotne lecz także z opracowania dostępnej literatury oraz materiały opublikowanych w Internecie. Do przedstawienia oraz zinterpretowania uzyskanych wyników posłużono się metodą krytycznej analizy literatury przedmiotu i metodą graficzną.

7. WYNIKI BADAŃ

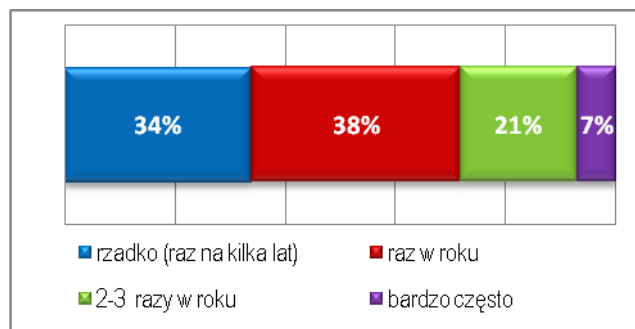
Podstawowy zakres uzyskanych informacji i wyników osiągniętych w toku przeprowadzonych badań zaprezentowano graficznie na kolejnych rysunkach, dodając krótki komentarz wyjaśniający istotne elementy analizy. Strukturę wiekową respondentów zaprezentowano na rysunku 2.

Z tej grupy 9% respondentów mieszkało na wsi, 21% w małych miastach, 34% w średnich miastach natomiast 26% w dużych miastach. Ich status przedstawiał się następująco – 18% miało status ucznia i studenta, 52% umowę o pracę, 22% było emerytami. Zano-towano także 3% bezrobotnych i 5% na utrzymaniu współmałżonka.



Rys. 2. Struktura wiekowa respondentów

Ważnym wskaźnikiem charakteryzującym agroturystykę jest częstotliwość korzystania z tego rodzaju usług. Zagadnienie to zostało zaprezentowane na rysunku 3. Z przedstawionych danych wynika, że najczęściej osób korzysta z usług agroturystycznych raz w roku oraz rzadziej (odpowiednio 34% i 38%). 21% respondentów korzysta z usług gospodarstw agroturystycznych 2- 3 razy w roku, natomiast 7% bardzo często. Jest to segment docelowy generujący największe zyski dla usługodawcy.



Rys.3. Częstotliwość korzystania z usług agroturystycznych

Kolejnym aspektem poddanym analizie były cechy podnoszące atrakcyjność świadczeń agroturystycznych. Z analizy wyników

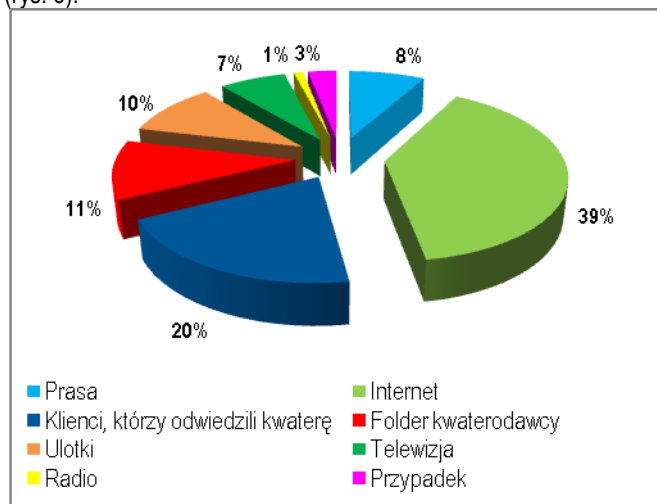
badania, przedstawionych na rysunku 4 wynika, że najważniejszymi aspektami istotnymi dla osób odwiedzających gospodarstwo agroturystyczne są: wysoka jakość bazy, dobra kuchnia, bezpieczny parking i korzystna cena. W dalszej kolejności respondenci wymieniali ciszę w obiekcie, empatyczną obsługę, szybki Internet oraz atrakcje dla dzieci. Dla gości znaczenia miały także: uzgadnianie czasu posiłków, bliskość atrakcji turystycznych, akceptacja pobytu zwierzęcia oraz brak nieprzyjemnych zapachów.



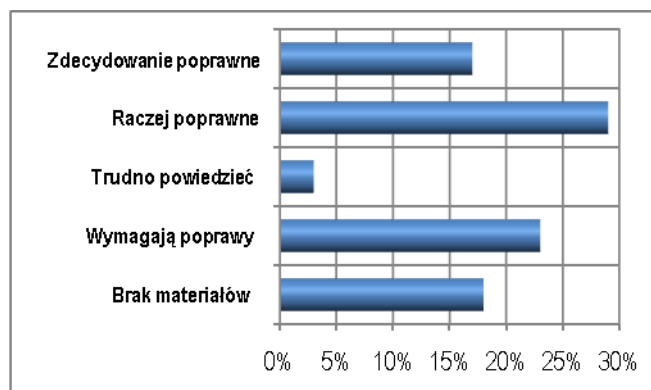
Rys. 4. Cechy podnoszące atrakcyjność świadczeń agroturystycznych

Bez skutecznego dotarcia do klienta nawet najlepszy ośrodek agroturystyczny nie uzyska maksymalnej opłacalności swoich usług. Badania wykazały, że najlepszą drogą prowadzącą do tego celu są ogłoszenia w Internecie (39%) i oraz opinie osób, które zrealizowały pobyt w ośrodku (20%). Wyniki badań dotyczące tego zagadnienie zostały zaprezentowane na rysunku 5. Pozostałymi formami promocji usług są folder kwaterodawcy oraz ulotki, a także ogłoszenie w prasie, reklamy w telewizji regionalnej i radiu.

Respondenci różnie oceniają poziom promocji gospodarstw agroturystycznych. Znaczna część uważa, że te działania są zdecydowanie pozytywne i raczej pozytywne lecz nie brakuje opinii iż wymagają one poprawy oraz że brakuje materiałów promocyjnych (rys. 6).

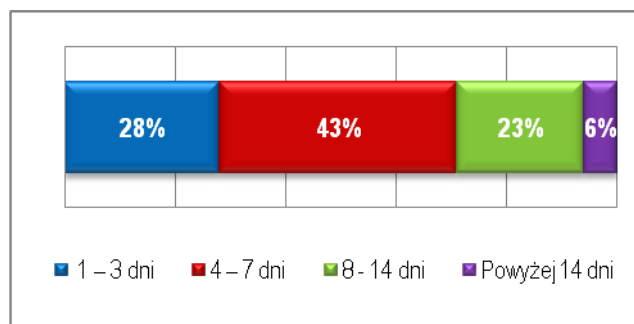


Rys. 5. Źródła informacji o kwaterze



Rys. 6. Ocena jakości materiałów promocyjnych

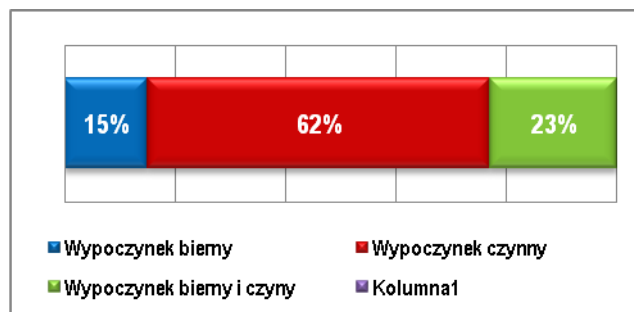
Dla działalności gospodarstwa agroturystycznego duże znaczenie ma zwyczajowa długość pobytu gości. Na rysunku 7 zaprezentowano wyniki badań przeprowadzone w tym zakresie. Okazuje się, że najczęściej osób preferuje 4-7 dniowe pobyty (43%), chociaż krótsze, od 1 do 3 dni również mają wielu zwolenników (28%), co świadczy o popularności wyjazdów weekendowych do gospodarstw agroturystycznych. Znaczna liczba respondentów (23%) wyjeżdża na pobyty dłuższe, trwające od 8 do 14 dni, a jedynie 6% odpoczywa na wsi dłużej niż 2 tygodnie.



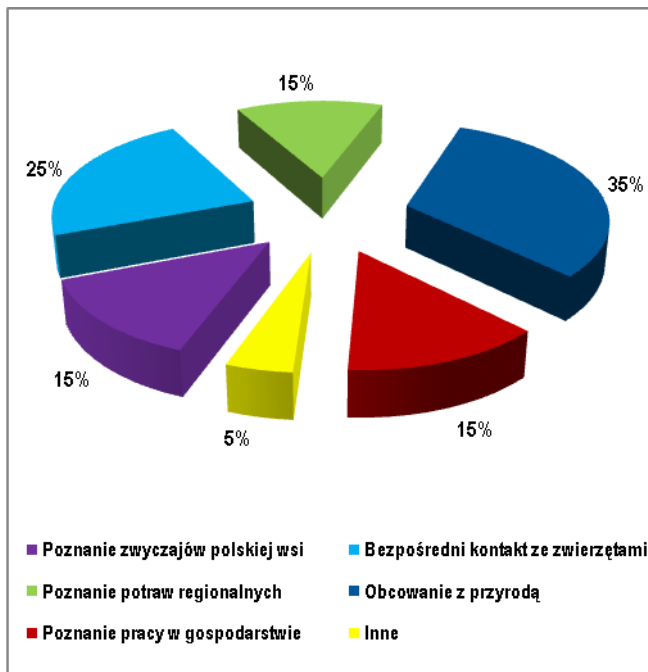
Rys. 7. Długość pobytu w gospodarstwie

Ważny zakres badań dotyczył również infrastruktury transportowej. Na pytanie jak respondent ocenia dojazd do obiektu, który jest związany z jakością dróg i oznakowaniem dojazdu, 16% oceniło, że do gospodarstwa można łatwo dojechać, 38% uznało, że droga do obiektu jest w dobrym stanie ale źle oznakowana, natomiast 27% stwierdziło, że stan dróg jest zły a oznakowanie dobre. Pozostali respondenci (15%) uważa, że stan dróg jest zły a oznakowanie do obiektu niewłaściwe.

Kolejna sfera badań dotyczyła formy wypoczynku (rys. 8). Uzyskane wyniki wykazały, że bardzo duża grupa respondentów (62%) preferuje wypoczynek czynny, natomiast jeśli chodzi o oczekiwania dotyczące środowiska zdecydowaną przewagę zyskała możliwość bezpośredniego kontaktu z przyrodą (rys. 9).



Rys. 8. Forma wypoczynku



Rys. 9. Ocena kontaktu ze środowiskiem

Znaczącą wartość dla oferentów, głównie w zakresie planowania nowych rozwiązań w podaży usług ma ocena hierarchii podstawowych oczekiwań klienta. Badania tego zakresu oczekiwań wykazały prymat atmosfery w ośrodku oraz jakości usług gastronomicznych (rys. 11).

Na uwagę zasługują również odpowiedzi na pytanie, jak respondent ocenia otoczenie obiektu i jego zagospodarowanie. Prawie 31% badanych odpowiedziało, iż ocenia je bardzo dobrze, 27% dobrze, 24% przeciętnie a 16% źle. Ocena jakości usługi w stosunku do ceny jest w tym zakresie działalności zdecydowanie pozytywna w opinii 46% respondentów. Raczej pozytywnie ocenia ją 23% badanych, raczej źle 19% natomiast zdecydowanie źle 2%. Na pytanie czy w przyszłości klient odwiedzi ośrodek ponownie, aż 84% badanych odpowiedziało pozytywnie. Podobnie ukształtowały się odpowiedzi czy ośrodek jest wart polecenia, gdyż prawie 90% odpowiedzi było pozytywnych. W skali od 1-5 (gdzie 1 oznacza ocenę najniższą a 5 najwyższą) respondenci ocenili odwiedzane gospodarstwa agroturystyczne średnio na 4,1.

PODSUMOWANIE

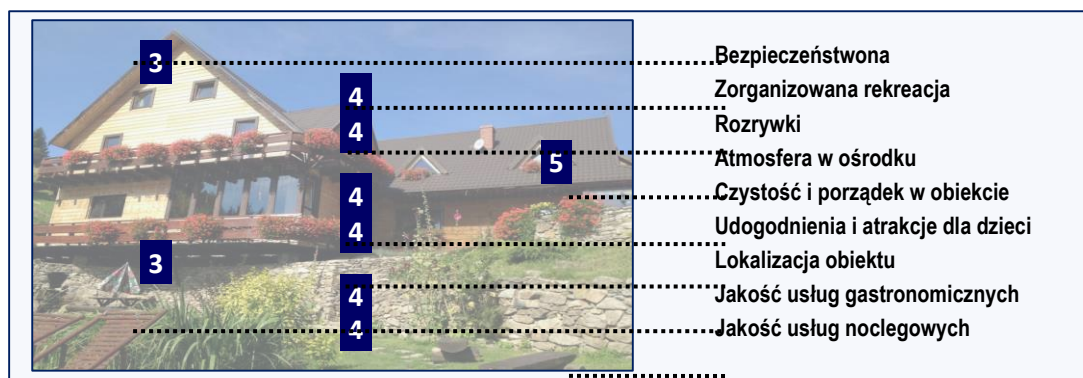
Mimo znacznego postępu w rozwoju polskiej agroturystyki, jej model znacznie odbiega od istniejącego np: we Francji, Niemczech czy Wielkiej Brytanii. Jednak w odniesieniu do realiów polskiej drogi kształtowania tego zakresu usług należy zauważyć, że stała się ona

wiodącą formą aktywizacji i ekonomicznego ożywienia obszarów wiejskich. Z wachlarza wielu pozytywnych skutków tej działalności na szczególne podkreślenie zasługuje zwiększenie zatrudnienia, wzrost dochodów rodzin rolniczych podnoszących bezpieczeństwo ekonomiczne, korzystna zmiana struktury społecznej wsi, znaczące oddziaływanie na rozwój środowiskowej gastronomii, handlu i przetwórstwa oraz aktywizacja miejscowej administracji dotycząca rozwoju turystyki, systemów komunikacyjnych, gospodarki wodno-ściekowej, zadań sportowo-rekreacyjnych oraz związanych z ekologią i promowaniem środowiskowego wypoczynku.

Przeprowadzone konsultacje i badania wykazały, że większość wiejskich rejonów Polski posiada znaczące walory przyrodnicze, zdrowotne, kulturowe i krajoznawcze, tworzące korzystne warunki dla rozwoju agroturystyki. Widoczne jest także coraz szersze zainteresowanie tym systemem usług zarówno oferentów, jak i odbiorców. Warto zatem uaktywnić zarówno krajowy jak i lokalne systemy wsparcia, tworząc korzystne otoczenie organizacyjne i prawne dla rozwoju tej działalności, ponieważ rośnie liczba turystów preferujących tą formę spędzania wypoczynku.

BIBLIOGRAFIA

- Balińska A., *Kierunki rozwoju agroturystyki w Polsce i w wybranych krajach europejskich*, Materiały Wydziału Nauk Ekonomicznych SGGW, <http://witrynawiejska.org.pl/przesiebiorcosc/agroturystyka/item/20318-kierunki-rozwoju-agroturystyki-w-polsce-i-w-wybranych-krajach-europejskich> [dostęp, 12.01.2016].
- Brelík A. *Agroturystyka formą rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich [w:] Zarządzanie wiedzą w agrobiznesie w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Prace Naukowe nr 3, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2006.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2009.
- Drzewiecki M., *Podstawy agroturystyki*, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego Sp. z o.o., Bydgoszcz 2001.
- Gaworecki W., *Turystyka*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
- Jasińska A., Skolimowski M., Sosnowski J., *Agroturystyka jako produkt turystyczny w Polsce i wybranych krajach Europy*, [w:] *Agroturystyka – stan i perspektywy rozwoju*, Jalinik M., Ziółkowski R., (red.) Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2007.
- Rocznik Statystyczny Województw 2016, Zakład Wydawnictw Statystyczny, Warszawa 2016.
- Strategia Rozwoju Województwa Świętokrzyskiego do roku 2020, Kielce 2005.
- Sawicki B., Mazurek – Kusiak A.K., *Agroturystyka w teorii i prak-*



Rys. 11. Hierarchia znaczenia podstawowych cech usług w czasie pobytu w agroturystycznym gospodarstwie

tyce, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego Lublinie, Lublin 2010.

10. Sikora J., *Agroturystyka przykładem przedsiębiorczości na wsi* [w:] *Turystyka wiejska czynnikiem ożywienia terenów wiejskich*, Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, Oddział w Krakowie, Kraków 2011.
11. Walasek J., *Agroturystyka szansą rozwoju polskiej wsi*, [w:] *Agroturystyka i usługi towarzyszące*. (red.) Musiał W, Kania J, Leśniak L, Małopolskie Stowarzyszenie Doradztwa Rolniczego w Krakowie, Kraków 2005.
12. Zeman-Miszewska E, *Konkurencja i konkurencyjność regionów*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.

The impact of agriculture on the change of the economic model functioning of farming rural holding in the świętokrzyskie voivodeship

The issue of the study deals with the nature of the conditions and the effects that have resulted in the establishment and development of the Polish agritourism sector. The reflections were centered on the basic sources, stimulators and activities that created the evolutionary process of change in

the income system of rural agritourism farms. Against the background of the general changes connected with the political and economic transformation of Poland, the attractiveness of the tourist attractions of the świętokrzyskie voivodeship supporting the development of local agritourism was presented. The research of the problem was carried out in several localities of the voivodeship, among tourists staying in the summer season in agrotouristic accommodation. The research used a diagnostic survey method using the author's questionnaire survey.

Autorzy:

dr hab. Joanna Hawlena – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Agrobiotechnologii, Katedra Turystyki i Rekreacji, email – hawlana@interia.pl

mgr Ewelina Surdacka – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Turystyki i Rekreacji, 20-950 Lublin; ul. Akademicka 15. Tel: +48 81 445 66 53, Fax: + 48 48 533 35 49, E-mail: surdackaewelina@wp.pl

mgr Magdalena Pieniążek – Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, Wydział Nauk o Zdrowiu, Michałowskiego 12, 31-126 Kraków, pieniazek.m@interia.pl