

Anna Mazurek-Kusiak, Sylwia Golian

Katedra Turystyki i Rekreacji

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Ocena współpracy właścicieli nowo powstających gospodarstw agroturystycznych z samorządami, ODR-ami i jednostkami naukowymi w zakresie rozwoju promocji usług agroturystycznych

Wstęp

Według Adamowicza i Zająca [2006], pozarolnicza działalność gospodarza jest postrzegana jako jeden z najistotniejszych przejawów przedsiębiorczości w kontekście rozwoju regionalnego i lokalnego, w tym także rozwoju wielofunkcyjnego wsi. Najbardziej rentownymi pozarolniczymi formami przedsiębiorczości są: rozwój usług turystycznych na obszarach wiejskich, w tym usług agroturystycznych, sprzedaż bezpośrednia ekologicznych produktów spożywczych oraz świadczenie innych usług, których oczekują turyści w miejscu percepcji turystycznej. Stopniowo, wraz z rozwojem ruchu turystycznego na terenach wiejskich, agroturystyka staje się jednym z głównych czynników pobudzających koniunkturę gospodarczą, wyzwalającym kolejne inicjatywy lokalnych społeczności – przyczyniając się przez to do systematycznej poprawy materialnych warunków bytu rodzin wiejskich [Sawicki 2009].

Jednak w tworzeniu oferty turystycznej na obszarach wiejskich należy uwzględnić lokalną kulturę, specyfikę wsi i regionu, a także różnorodne usługi, które przedsiębiorcy miejscowej społeczności mogą świadczyć na rzecz turystów; chodzi tutaj o świadczenie usług gastronomicznych, kosmetycznych, rekreacyjnych itp. Pozwoli to na stworzenie lokalnej, oryginalnej oferty, która dzięki swej specyfice może znaleźć wielu nabywców. Odosobnione działania w tym zakresie poszczególnych gospodarstw agroturystycznych będą miały niewielką szansę na sukces ze względu na ich ograniczone możliwości. Widoczne efekty mogą natomiast przynieść zespołowe działania gospodarstw w ramach konkretnej wsi czy gminy, tym większe, im większe uzyskają wsparcie lokalnych samorządów. Ważną więc rolę mają tu do spełnienia istniejące regionalne stowarzyszenia agroturystyczne, ośrodki doradztwa rolnego, władze gminy i województwa [Mazurek, Rękas 2009].

Należy pamiętać też o tym, że w dobie gospodarki opartej na wiedzy duży wkład w wielofunkcyjny rozwój wsi oraz tworzenie usług agroturystycznych mogą wnieść jednostki naukowo-badawcze, uniwersytety i inne szkoły wyższe. Transfer wiedzy, technologii i innowacji oraz rynkowe wykorzystywanie wyników działalności naukowej jest domeną współczesnej gospodarki. Innowacyjne produkty turystyczne oraz nowe technologie stanowią istotny czynnik i siłę napędową rozwoju turystyki w regionie. Uczelnie powinny starać się pozytywnie wpływać na rozwój społeczno-gospodarczy regionu, w którym funkcjonują, między innymi przez wspieranie akademickiej przedsiębiorczości, współpracy środowiska naukowego z przedstawicielami gospodarki, upowszechnianie innowacyjnych pomysłów, technologii, produktów turystycznych oraz nowy sposób komunikacji z klientem.

Zadania i rola samorządów lokalnych, ODR-ów oraz jednostek naukowych w rozwoju usług agroturystycznych

Istotnym czynnikiem warunkującym rozwój agroturystyki oraz usług jej towarzyszących na terenach wiejskich jest odpowiedni stosunek do tych form przedsiębiorczości samorządów lokalnych. Samorząd gospodarczy w turystyce działa na dwóch poziomach terytorialno-organizacyjnych: wojewódzkim i gminnym [Butowski 2007].

Do głównych zadań województwa w zakresie turystyki należą promocja regionu, dostosowanie do miejscowych warunków szczegółowych celów polityki państwa w zakresie turystyki, nadawanie uprawnień przewodnikom turystycznym i pilotom wycieczek, zaszeregowanie obiektów hotelarskich i nadanie im kategorii, rejestr działalności regulowanej organizatorów i pośredników turystycznych, udzielanie pomocy gminom i powiatom we współpracy zagranicznej [Sawicki, Mazurek 2010].

Rady gmin dysponują także ważnymi instrumentami oddziaływania na lokalną gospodarkę turystyczną, a do ich głównych zadań w zakresie rozwoju turystyki należą m.in.: tworzenie warunków do rozwoju turystyki, przygotowanie programów rozwoju turystyki, rozwój ofert kulturalnych i turystycznych, monitoring turystyki, promocja turystyczna [Kruczek 2008].

Samorządy są uprawnione do tworzenia strategicznych planów rozwoju społeczno-gospodarczego gminy, a więc mają możliwość promowania zasobów i osiągnięć gmin, a także mogą występować o dodatkowe środki finansowe pochodzące z instytucji międzynarodowych, Programu Rozwoju Obszarów Wiej-

skich, jak i Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Środki te mają za zadanie wesprzeć finansowo i organizacyjnie lokalne projekty gospodarcze, w tym także agroturystyczne [Rosner 2000]. Rozwój agroturystyki i usług jej towarzyszących możliwy będzie zatem, jeśli te formy przedsiębiorczości zostaną ujęte przez lokalne samorządy w planach strategicznych społeczno-gospodarczego rozwoju gmin, a w dalszej kolejności w planach operacyjnych.

Należy także dokonać diagnozy walorów turystycznych, infrastruktury gminy oraz wyznaczyć poziom chłonności i pojemności turystycznej danego regionu. Dla zapewnienia rozwoju turystyki w gminach niezbędna będzie promocja i dystrybucja ofert wypoczynku na obszarach wiejskich. Ponadto, na samorządach lokalnych spoczywa szczególna odpowiedzialność za kreowanie agroturystyki i turystyki wiejskiej zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz nadzorowanie standardu oferowanych usług, do czego zobowiązuje je także ustawa o usługach turystycznych [Strzembicki, Kmita 2004].

Kolejną organizacją wspomagającą rozwój usług agroturystycznych w Polsce są ośrodki doradztwa rolniczego, które działają na podstawie ustawy z dnia 22.10.2004 r. o jednostkach doradztwa rolniczego. Siedziba Centrum Doradztwa Rolniczego znajduje się w Brwinowie, a jego trzy oddziały – w Krakowie, Poznaniu i Radomiu. W każdym województwie znajduje się wojewódzki ośrodek doradztwa rolniczego.

Do głównych zadań wojewódzkich ODR-ów w zakresie turystyki należą w szczególności: prowadzenie szkoleń i doradztwa głównie w zakresie rozwoju usług turystycznych i agroturystycznych; wspieranie i inicjowanie działań mających na celu rozwój pozarolniczych form aktywności gospodarczej mieszkańców wsi; organizowanie wystaw, kiermaszów, targów, konferencji, promujących dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe wsi; promocja produktów lokalnych i regionalnych, gospodarstw agroturystycznych, produktów turystycznych.

Dużą rolę w wielofunkcyjnym rozwoju wsi pełnią też uniwersytety, jednostki naukowo-badawcze oraz szkoły wyższe. Jedną z głównych ich funkcji jest kształcenie kadr na potrzeby gospodarki, w tym także na potrzeby rozwoju usług agroturystycznych, gdyż polska agroturystyka uzyskała społeczną aprobatę i osiągnęła określony etap rozwoju. Jednak dalsze względnie szybkie przemiany w tym zakresie są możliwe tylko w przypadku wzrostu poziomu wiedzy wśród osób kreujących te formy turystyki oraz wśród samorządowców i pracowników ODR-ów, którzy powinni pełnić rolę wspierającą oraz inspirującą. Generalnie zapotrzebowanie na odpowiedni standard usług w agroturystyce wzrasta, a za nimi powinna podążać edukacja kwaterodawców, tymczasem zwykle odbywają oni 2–3-dniowe szkolenia agroturystyczne. W tej sytuacji należałoby stawiać na dobrze przeszkoloną kadrę legitymującą się dyplomami wyższych szkół turystycznych. To właśnie takie osoby powinny być liderami w pozarządowych or-

ganizacjach turystycznych oraz na odpowiednich stanowiskach w samorządach terytorialnych. Bez odpowiedniego wykształcenia nie będzie możliwe tworzenie odpowiednio opłacalnych produktów turystycznych przyciągających turystów na polską wieś [Sawicki 2009]. Jednak należy pamiętać o tym, że dotychczasowa rola jednostek naukowo-badawczych, opierająca się głównie na nauczaniu i badaniach naukowych, jest bardzo ważna, ale niewystarczająca. We współczesnym świecie dla uczelni, jednostek naukowo-badawczych oraz szkół wyższych kluczową sprawą jest współpraca z biznesem i lokalnym samorządem, a także działania na rzecz innowacyjności przedsiębiorstw, które przynoszą racjonalizację produkcji, obniżanie kosztów działalności oraz podnoszą jakość świadczonych usług.

Cel i metody badawcze

Celem opracowania jest ustalenie, jakiej pomocy oczekują osoby zamierzające założyć gospodarstwo agroturystyczne od pracowników urzędów gmin, samorządów wojewódzkich, ODR-ów oraz jednostek naukowo-badawczych.

Do badań zastosowano metodę sondażu diagnostycznego – technikę wywiadu bezpośredniego przeprowadzonego wśród 90 osób z województwa lubelskiego, które zamierzają założyć własne gospodarstwo agroturystyczne. Wszystkie osoby uczestniczące w badaniu przeszły szkolenie z zakresu zakładania i prowadzenia działalności agroturystycznej. Wśród badanych znalazło się 69% kobiet i 31% mężczyzn. Biorąc pod uwagę wiek respondentów, najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku poniżej 35 lat (35%) i 35–44 lata (34%), natomiast w wieku 45–54 lata było 26% respondentów, powyżej 55 lat miało 5% osób. Ponad 35% respondentów mieszkało od dzieciństwa na terenach wiejskich, 65% osób pochodziło z miasta, a gospodarstwo rolne odziedziczyli po przodkach lub dopiero zamierzają zakupić. W większości respondenci to osoby z wykształceniem wyższym (74%), średnie wykształcenie miało 22% osób, natomiast zawodowe tylko 4%.

Badania przeprowadzono od listopada 2009 do czerwca 2010 roku. Materiał uzupełniono literaturą przedmiotu.

Wyniki badań

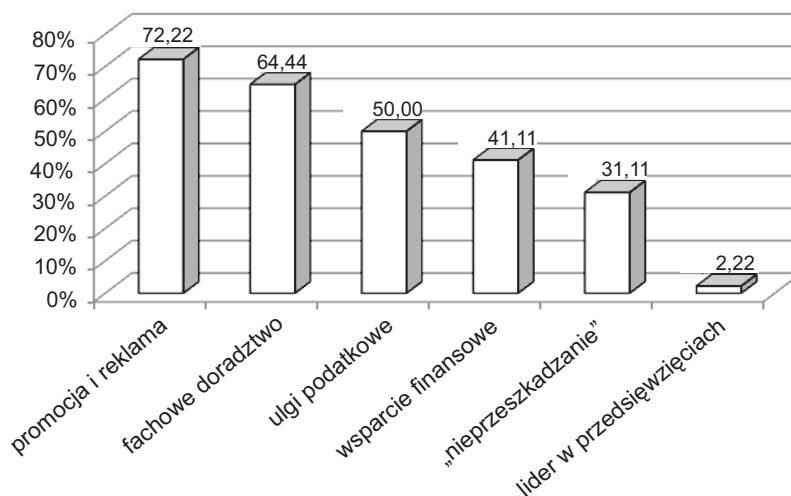
Podczas wywiadu bezpośredniego tylko 7% respondentów wskazało, że ich zdaniem na podstawie dotychczasowych doświadczeń władze lokalne pomagają przedsiębiorcom w tworzeniu i prowadzeniu działalności turystycznej. Pomoc ta

głównie polega na promocji regionu, jak i poszczególnych przedsiębiorstw oferujących usługi noclegowe, gastronomiczne oraz rekreacyjne. Często także przy pomocy organizacji pozarządowych organizują szkolenia z zakresu zarządzania i marketingu, ekonomiki i organizacji przedsiębiorstw, prowadzenia księgowości. Z kolei 67% respondentów uważało, że lokalni przedsiębiorcy z ich miejscowości nie otrzymują żadnej pomocy ani wsparcia ze strony urzędów gmin. Pozostałe 26% badanych osób nie miało własnego zdania na ten temat.

Właścicielami gospodarstwa rolnego było 53% respondentów. Pozostali zamierzali zakupić ziemię w celu założenia gospodarstwa rolnego. Własne środki finansowe na założenie gospodarstwa agroturystycznego posiadało 16% badanych osób, 40% zamierzało zaciągnąć kredyt bankowy, 29% właścicieli nowo powstałych gospodarstw agroturystycznych chciało skorzystać z dofinansowań ze środków UE, 14% przyszłych przedsiębiorców chciało skorzystać z pożyczki udzielonej od członków rodziny, a 1% z pożyczki udzielonej przez znajomych.

Respondenci wypowiedzieli się na temat pomocy, jaką spodziewają się otrzymać od urzędu gminy, prowadząc własne gospodarstwo agroturystyczne (rys. 1).

Najczęściej uczestniczące w badaniu osoby, które zamierzają założyć gospodarstwa agroturystyczne, oczekują, że urząd gminy zapewni promocję i reklamę walorów turystycznych danej miejscowości (ponad 72% wskazań). Głów-



Rysunek 1

Pomoc urzędów gmin, na jaką oczekują osoby zamierzające założyć gospodarstwa agroturystyczne (respondenci mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi)

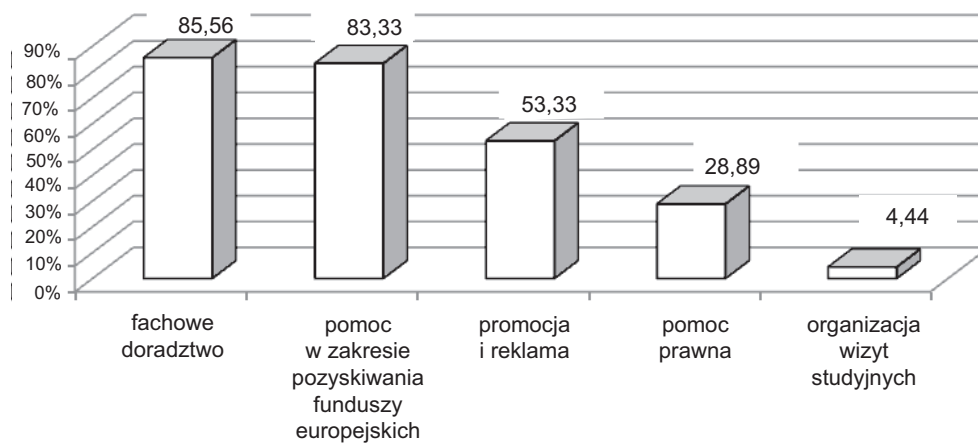
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

nie chodzi tutaj o druk folderów turystycznych i bezpłatnych przewodników po gminie, promocję gminy jako miejscowości turystycznej, prowadzenie strony internetowej, która będzie zawierała bazę danych o miejscach noclegowych, gastronomicznych oraz atrakcjach turystycznych. Prawie 65% respondentów oczekuje, że pracownicy gminy powinni udzielać fachowego doradztwa w zakresie zakładania własnej działalności gospodarczej, zarządzania finansami oraz tworzenia produktu turystycznego w gospodarstwie agroturystycznym.

Połowa badanych osób spodziewa się ulg w podatku rolnym oraz w podatku od nieruchomości, zwłaszcza w pierwszym roku prowadzenia działalności agroturystycznej. Konieczność zastosowania ulg motywują tym, że podczas rozpoczynania działalności gospodarczej ponosi się wysokie nakłady na wyposażenie pokoi, zagospodarowanie ogrodu i przystosowanie gospodarstwa do prowadzenia działalności agroturystycznej, a w przypadku podatku rolnego nie ma możliwości zaliczenia tych wydatków do kosztów uzyskania przychodów. Wsparcia finansowego w formie dotacji czy niskooprocentowanych kredytów oczekuje ponad 41% badanych osób. Aż 31% przyszłych przedsiębiorców uważa, że najlepszą pomocą, jaką mogą otrzymać od urzędu gminy, jest „nieprzeszkadzanie” w prowadzeniu działalności gospodarczej, a chodzi tutaj głównie o sprawne wydawanie koncesji, zezwoleń na budowę, dokonywanie przyłączeń elektrycznych, gazowych czy telefonicznych. Tylko 2% przyszłych właścicieli gospodarstw agroturystycznych oczekuje, że urząd gminy powinien być liderem w przedsięwzięciach turystycznych. Powinien inicjować tworzenie wiosek i szlaków tematycznych, tworzyć lokalny produkt turystyczny.

Opinie badanej zbiorowości przyszłych właścicieli gospodarstw agroturystycznych o pomocy, jakiej oczekują od ośrodków doradztwa rolniczego, przedstawia rysunek 2.

Ponad 85% ankietowanych osób było zdania, że pracownicy ODR-ów powinni udzielać fachowego i indywidualnego doradztwa głównie w zakresie pisania biznesplanów, tworzenia produktów agroturystycznych, przystosowania budynku mieszkalnego, ogrodu i gospodarstwa rolnego do potrzeb gości. Niewiele mniej, bo aż 83%, respondentów oczekuje, że pracownicy ODR-ów pomogą pisać przedsiębiorcom projekty, które umożliwią otrzymanie wsparcia finansowego z funduszy europejskich. Ponad 53% badanych osób spodziewa się, że ODR zajmie się promocją ich gospodarstw agroturystycznych, głównie przez stworzenie internetowego systemu rezerwacji miejsc noclegowych oraz baz danych o gospodarstwach agroturystycznych i oferowanych przez nich produktach. Pomocy prawnej w formie doradztwa kredytowego, sporządzania umów, wypełniania formularzy oczekuje prawie 29% respondentów. Z kolei 4% ankietowanych osób oczekuje, że ODR umożliwi im odbycie wizyty studyjnej krajowej i zagranicznej w innych gospodarstwach agroturystycznych. Taka wizyta jest konieczna

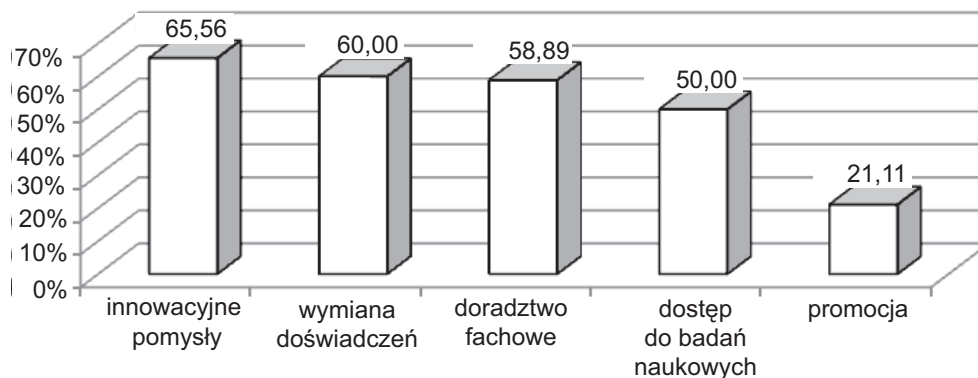


Rysunek 2

Pomoc, jakiej oczekują od ODR-ów osoby zamierzające założyć gospodarstwa agroturystyczne (respondenci mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

do zdobycia praktycznych umiejętności i wiedzy z zakresu tworzenia ofert usług agroturystycznych, wykorzystania lokalnego potencjału kulturowo-przyrodniczego do kreowania nowych produktów turystycznych, osobistego przeżycia wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym (rys. 3).



Rysunek 3

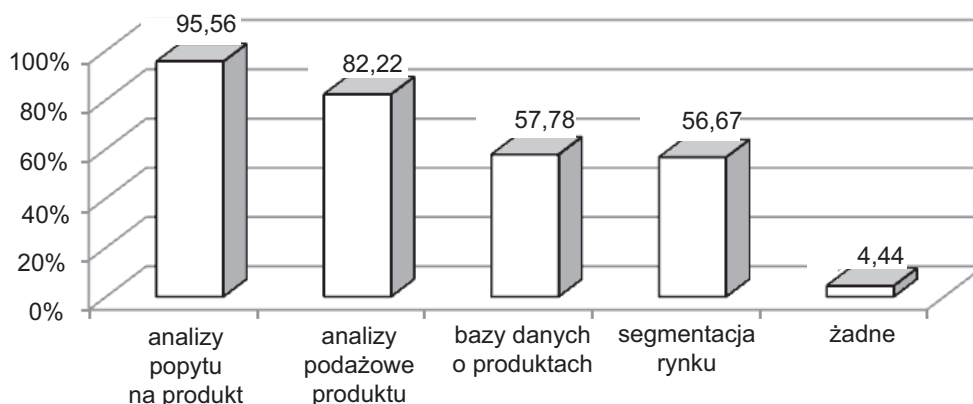
Pomoc, jakiej oczekują osoby zamierzające założyć gospodarstwa agroturystyczne od jednostek naukowo-badawczych (respondenci mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Rysunek 3 wskazuje, że najczęściej (ponad 65%) przyszłych właścicieli gospodarstw agroturystycznych oczekuje od jednostek naukowo-badawczych pomysłów na innowacyjną, oryginalną ofertę agroturystyczną, taki produkt, którego jeszcze nie ma i nie było na rynku. Najlepiej, jeżeli produkt ten opierałby się na badaniach naukowych i służyłby do edukacji młodego pokolenia. Wymiany doświadczeń między naukowcami a praktykami oczekuje 60% respondentów, ponadto ankietowani uważają, że uniwersytety powinny być miejscem cyklicznych spotkań praktyków z naukowcami. Spotkania te w formie seminariów miałyby na celu przekazanie najnowszej wiedzy z danej dziedziny, nawiązywanie nowych kontaktów ze światem biznesu oraz wspólne rozwiązanie problemów, z którymi boryka się branża agroturystyczna. Fachowego doradztwa w formie pisania biznesplanów, planowania przyszłej działalności agroturystycznej oczekuje prawie 59% przyszłych przedsiębiorców. Dostęp do najnowszych badań z zakresu agroturystyki i turystyki chciałaby mieć połowa badanych osób. Promocji gospodarstw agroturystycznych przez uniwersytety, szkoły wyższe oraz jednostki badawcze spodziewa się 21% respondentów.

Podczas wywiadu z przyszłymi przedsiębiorcami zapytano ich także o opinię na temat badań naukowych i informacji, jakich brakuje na rynku, a które byłyby pomocne do założenia i prowadzenia gospodarstw agroturystycznych (rys. 4).

Respondenci wskazali także na tematy badań, jakimi powinny zajmować się oraz udostępniać przedsiębiorcom uniwersytety, szkoły wyższe oraz jednostki



Rysunek 4

Rodzaje badań naukowych i danych brakujących na rynku pomocnych do założenia i prowadzenia gospodarstw agroturystycznych w opiniach respondentów (respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

badawcze. Największe zapotrzebowanie na rynku usług agroturystycznych stanowią analizy popytu oraz podaży na konkretny produkt turystyczny (odpowiednio 96 i 82% wskazań). Prawie 58% respondentów wskazało, że pracownicy naukowcy powinni stworzyć bazę danych, która zawierałaby dokładne informacje o wszystkich usługach i produktach agroturystycznych zlokalizowanych w województwie lubelskim. Informacje te powinny być uzupełnione zdjęciami i filmami o warunkach i miejscach zakupu. Dane te były potrzebne przedsiębiorcom do nawiązywania wzajemnej współpracy oraz tworzenia sieciowych produktów turystycznych. Według opinii prawie 57% respondentów, jednostki naukowo-badawcze powinny dokonać podziału rynku na jednorodne grupy konsumentów, które z uwagi na podobieństwo cech ujawniają podobny popyt na usługi agroturystyczne, oraz wskazać rodzaje potrzeb, które te grupy pragną zaspokajać w gospodarstwach agroturystycznych. Taka analiza ułatwiłaby gospodarstwom agroturystycznym przygotowanie oferty, która wychodziłaby naprzeciw potrzebom potencjalnych klientów, a w konsekwencji umożliwiłaby uzyskanie przewagi rynkowej na rynku usług noclegowych, wypoczynkowych i rekreacyjno-edukacyjnych. Tylko 4% badanych osób nie widzi żadnych możliwości wykorzystania badań naukowych do prowadzenia i promocji gospodarstwa agroturystycznego.

Podsumowanie

Podsumowując należy stwierdzić, iż lokalny charakter działalności gospodarstw agroturystycznych powoduje, że warunki stworzone przez władze samorządowe są istotnym czynnikiem ich rozwoju, wpływającym na zakres i skalę promocji oraz aktywności tych gospodarstw. Osoby prowadzące gospodarstwa agroturystyczne najczęściej korzystają na promocji gminy, gdyż samodzielnie nie posiadają wystarczających środków finansowych na ogólnokrajową reklamę (72% wskazań). Od pracowników ośrodków doradztwa rolniczego przyszli przedsiębiorcy oczekują przede wszystkim fachowego doradztwa (86% wskazań) oraz pomocy w zakresie pisania wniosków o dotacje finansowe pochodzące z funduszy krajowych i instytucji Unii Europejskiej (83% wskazań). Pracownicy naukowcy mogą pomóc właścicielom gospodarstw agroturystycznych przede wszystkim przez opracowanie innowacyjnych produktów turystycznych (66% wskazań), jak również dzięki organizowaniu spotkań nauki z biznesem (60% wskazań).

Na podstawie przeprowadzonej w artykule analizy można stwierdzić, że współpraca przedsiębiorców prowadzących gospodarstwa agroturystyczne z pracownikami naukowymi oraz pracownikami ośrodków doradztwa rolniczego i urzędów władzy lokalnej może dać wymierne korzyści i ułatwić prowadzenie własnego przedsiębiorstwa.

Literatura

- KRUCZEK Z. 2008: *Kompendium pilota wycieczek*, Wyd. Proksenia, Kraków, s. 34.
- MAZUREK-KUSIAK A., RĘKAS A. 2009: *Perspektywy rozwoju wiosek tematycznych jako markowego produktu turystycznego w województwie lubelskim*. [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, (red.) Palich P., Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, s. 192.
- ROSNER A. 2000: *Samorządy lokalne i ich wpływ na średnią i drobną przedsiębiorczość lokalną*. *Więś i Rolnictwo*, nr 1(106), s. 12.
- SAWICKI B. 2009: *Kreowanie marki w agroturystyce i turystyce wiejskiej*. [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, (red.) Palich P., Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, s. 11.
- SAWICKI B., MAZUREK-KUSIAK A. 2010: *Agroturystyka w teorii i praktyce*. Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczego, Lublin, s. 26.
- STRZEMBICKI L., KMITA E. 2004: *Agroturystyka – formą przedsiębiorczości ludności rolniczej w Polsce*. *Biuletyn Regionalny Zakładu Doradztwa Rolniczego*, nr 309, Akademia Rolnicza w Krakowie, s. 3.

Assessment of the cooperation of owners of start-ups agritourism farm with local governments, agricultural advisory centre and scientific institutions in the development and promotion of agritourism service

Abstract

The paper presents the forms of assistance which are expected by people who intend to establish an agritourism in the Lublin region from employees of municipalities, provincial governments, ODR-s and research institutes. The study was conducted diagnostic survey method, using the direct interview technique. The prospective entrepreneurs primarily expect from the institutions mentioned above expert advice, ideas for the development of innovative tourism products and cooperative promotion of tourism in the region. Action team owners of agritourism farms, employees of research institutes and ODR-in with the support of the local authority can bring visible results.