

**Współczesne problemy
rozwoju turystyki
w ujęciu regionalnym**

pod redakcją
Barbary Roszkowskiej-Mądrej i Michała Romana

Białystok 2015



POLSKIE TOWARZYSTWO EKONOMICZNE
Oddział w Białymstoku

**Współczesne problemy rozwoju turystyki
w ujęciu regionalnym**

pod redakcją

**Barbary Roszkowskiej-Mądrej
i Michała Romana**

Białystok 2015

Recenzenci: Dr hab. Mirosława Kozłowska-Burdziak, prof. UwB
Dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. SGGW
Dr inż. Ewa Jaska

Projekt okładki: Agencja EkoPress

Korekta językowa: Halina Lisicka

Redakcja techniczna: Michał Roman

Skład: Andrzej Poskrobko

ISBN 978-83-917772-1-3

© Copyright by Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Białymstoku
Białystok 2015

Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Białymstoku
15-062 Białystok, ul. Warszawska 63
<http://pte.uwb.edu.pl>, e-mail: pte@uwb.edu.pl

Druk i oprawa:
Partner Poligrafia Białystok

Spis treści

Wstęp	5
-------------	---

CZĘŚĆ I

TURYSTYKA JAKO CZYNNIK ROZWOJU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Michał Roman, Antoni Roman

Funkcjonowanie agroturystyki w oparciu o teorię ekonomii	8
--	---

Magdalena Staniszevska

Turystyka jako szansa na rozwój i promocję obszaru wybranych gmin	29
---	----

Agnieszka Karpińska

Postrzeganie agroturystyki w województwie podlaskim	43
---	----

Diana Griniuk

Wpływ agroturystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa podlaskiego	60
--	----

Angelika Parfieniuk

Czynniki rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim w świetle badań ankietowych	76
---	----

Iwona I. Panas

Turystyka zdrowotna w opinii mieszkańców województwa podlaskiego	91
--	----

CZĘŚĆ II

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W TURYSTYCE WIEJSKIEJ NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Monika Kalicka

Turystyka wiejska w perspektywie rozwoju przedsiębiorczości na Suwalszczyźnie 108

Dawid Bródka

Wpływ programu Natura 2000 i innych programów ochrony przyrody
na sytuację przedsiębiorców prowadzących działalność agroturystyczną
na Suwalszczyźnie 120

Joanna Stefańczyk

Gospodarstwa agroturystyczne jako rozwój przedsiębiorczości rolników
województwa podlaskiego 130

Karolina Sawośko

Działania przedsiębiorcze a konkurencyjność agroturystyki w gminie Suchowola
na przykładzie Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Uroczanka” 139

Wstęp

Województwo podlaskie należy do ważnych regionów rolniczych Polski, o czym świadczą korzystne warunki do produkcji rolnej i znaczne zasoby pracy. Trudna sytuacja obszarów wiejskich Podlasia i ograniczona liczba alternatywnych źródeł dochodów osób pracujących w rolnictwie często zmusza właścicieli gospodarstw rolnych do poszukiwania dodatkowych źródeł dochodów. Jedną z form dywersyfikacji działalności rolniczej jest turystyka wiejska, w tym agroturystyka. Może ona przyczynić się do uzyskiwania dodatkowych dochodów przez rolników oraz do poprawy jakości życia w gospodarstwach rolnych.

W monografii przedstawiono wyniki badań przeprowadzone w wybranych gminach województwa podlaskiego. Praca składa się z dwóch części: I *Turystyka jako czynnik rozwoju województwa podlaskiego* i II *Przedsiębiorczość w turystyce wiejskiej na przykładzie województwa podlaskiego*.

Pierwsza część publikacji została poświęcona ogólnym zagadnieniom rozwoju turystyki, w tym turystyki wiejskiej w województwie podlaskim. Zaprezentowano w niej podstawowe informacje dotyczące funkcjonowania działalności agroturystycznej, a także turystyki zdrowotnej. Skupiono się również na znaczeniu agroturystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa podlaskiego.

W drugiej części przybliżono zagadnienie przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Szczególną uwagę zwrócono na działalność turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki. W części tej podkreślono, że agroturystyka jest dodatkową działalnością gospodarczą na obszarach wiejskich. Może ona powiększać dochód rodziny rolniczej, np. dzięki sprzedaży produktów rolnych, wynajmowi kwater oraz świadczeniu różnych usług turystycznych.

Zdajemy sobie sprawę, że poruszane w publikacji zagadnienia nie wyczerpują wszystkich problemów rozwoju turystyki na obszarach wiejskich województwa podlaskiego oraz nie oddają całej jej złożoności. Jednakże mogą one stanowić inspirację do dalszych badań, wskazując kierunki poszukiwań badawczych. Obecność Autorów reprezentujących różne dyscypliny, w tym członków studenckich kół naukowych, wskazuje na potrzebę podejmowania badań o charakterze interdyscyplinarnym.

Pragniemy podziękować Autorom za trud przygotowania opracowań, a Recenzentom za wkład pracy w podniesienie jakości artykułów.

Dr hab. Barbara Roszkowska-Mądra, prof. UwB
Dr Michał Roman

CZĘŚĆ I

TURYSTYKA
JAKO CZYNNIK ROZWOJU
WOJEWÓDZTWA
PODLASKIEGO

1. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
2. Wiejskie Domy Pracy Twórczej „Uroczanka” w Okopach

Funkcjonowanie agroturystyki w oparciu o teorię ekonomii

The functioning of agritourism
based on economic theory

Streszczenie

Celem opracowania było przedstawienie istoty agroturystyki i jej funkcjonowania w oparciu o teorię ekonomii. Zaprezentowano w nim m.in. teorię Fischera-Clarka-Fourasti'ego, przedstawiającą zależności i prawidłowości w strukturze gospodarki, a także rolnictwa i działalności pozarolniczej we współczesnym, dynamicznie rozwijającym się organizmie gospodarczym. Zmiany strukturalne w polskiej gospodarce powinny w większym stopniu obejmować sektor pierwotny, w tym rolnictwa i sektor usługowy. „Nowa agroturystyka” (łącząca nowoczesność z tradycją wiejską, wiejskim charakterem turystyki wiejskiej) nie może dalej funkcjonować w sektorze rolnym, gdyż wyczerpała swoje możliwości rozwojowe. Jej miejscem jest sektor usługowy i przetwórczy. W prowadzeniu gospodarstw agroturystycznych należy wrócić do korzeni, a zatem do realizacji założeń turystyki sentymentalnej. Prawidłowemu funkcjonowaniu turystyki na obszarach wiejskich i zalesionych służy dobrze rozwinięta oraz skutecznie funkcjonująca infrastruktura: techniczna, społeczna i instytucjonalna.

Słowa kluczowe: teoria, rozwój, usługi, gospodarka, przedsiębiorczość, turystyka wiejska, agroturystyka

Summary

The aim of the study was to present the essence of rural tourism and its functioning on the basis of economic theory. The paper presents, among others, theory of Fischer-Clark-Fourasti'e, showing relationships and regularities in the structure of the economy, including agriculture and non-agricultural activities in today's booming economic body. Structural changes in the Polish economy should increasingly involve the primary sector, including agriculture and the service sector. "New agritourism" (combining modernity with tradition, character rural tourism) can't continue to operate in the agricultural sector, since exhausted its possibilities for development. Its place is the service sector and processing. In conducting agritourism farms should go back to the roots, to the objectives of sentimental tourism. The proper functioning of tourism in rural areas and wooded essential is well developed and effectively functioning technical infrastructure, social and institutional.

Key words: theory, development, service, economy, entrepreneurship, rural tourism, agritourism

Wstęp

Obecnie agroturystyka stała się możliwością do dywersyfikacji źródeł utrzymania dla wielu rodzin rolniczych. Bardzo często prowadzenie tradycyjnego gospodarstwa rolnego nie zapewnia już jego właścicielom satysfakcjonującego poziomu dochodu. Wielu rolników decyduje się na rozpoczęcie takiej działalności na obszarach wiejskich. W świadczeniu tego typu usług rolnik musi wykazać się wyjątkową pomysłowością, aby oferta była odpowiednio dobrana i realizowana zgodnie z charakterem wiejskości i potrzebami klienta. Rozwój usług agroturystycznych stwarza możliwości rozwoju polskiej gospodarki przez zmianę struktury rolnictwa i zatrudnienia na wsi.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych oferują turystom: usługi noclegowe, wyżywienie typowo wiejskie, uczestnictwo czynne i bierne w życiu wsi, w tym tego gospodarstwa, możliwości wykonywania pamiątek i zakupu produktów jadła wiejskiego. Poza główną atrakcją wypoczynku na wsi, jaką jest aktywność rekreacyjna związana z gospodarstwem rolnym (np.: hodowlanym, rybackim, ogrodniczym, szkółkarskim) duże znaczenie w ofercie mają propozycje spędzenia wolnego czasu w otoczeniu przyrodniczym czy poznania lokalnej kultury i historii.

Agroturystyka funkcjonuje w ramach gospodarki narodowej i powinna być podporządkowana tym samym prawom, co reszta podmiotów funkcjonujących w obrębie aparatu wytwórczego. Jej specyfiką jest oferowanie („wytwarzanie”) usług turystycznych w środowisku wiejskim. W przypadku gdy działalność turystyczna zaczyna dominować nad produkcją rolną, albo gdy całkowicie ją wypiera i na bazie tzw. gospodarstwa rolnego są świadczone wyłącznie specjalistyczne usługi turystyczne, jak

również zostały przekroczone limity nieopodatkowanej działalności agroturystycznej, wówczas będą obowiązywały przepisy prawne dotyczące prowadzenia mikroprzedsiębiorstw. W tej sytuacji rolnik staje się przedsiębiorcą¹.

Celem opracowania było przedstawienie istoty agroturystyki i jej funkcjonowania w oparciu o teorię ekonomii. Materiały wykorzystane w opracowaniu pochodziły m.in. z przeglądu literatury polskiej i zagranicznej oraz danych Głównego Urzędu Statystycznego.

Znaczenie i funkcje agroturystyki

W literaturze przedmiotu istnieje wiele definicji agroturystyki. W opinii autorów opracowania: *agroturystyka jest to część turystyki wiejskiej dotycząca wypoczynku (w tym aktywnego) osób w czynnym gospodarstwie rolnym, które oferuje różnego rodzaju usługi rekreacyjno-turystyczne na swoim obszarze i poza nim w sezonie turystycznym lub w ciągu całego roku kalendarzowego.*

Działalność agroturystyczna jest podejmowana ze względu na osiąganie przez rolników dodatkowych dochodów na obszarach wiejskich. Jest również tańszą formą wypoczynku w stosunku do innych obiektów turystycznych, np. hoteli. Należy jednocześnie dostrzec, że rokrocznie rośnie liczba nowych gospodarstw agroturystycznych, a co za tym idzie, zwiększa się zapotrzebowanie na doradztwo specjalistyczne związane z prowadzeniem gospodarstw agroturystycznych, a także z pozyskiwaniem środków na ich rozwój oraz promocję².

Działalność agroturystyczna przyczynia się do wielofunkcyjnego rozwoju wsi, ponieważ³:

- stwarza miejscowej ludności dodatkowe możliwości pracy w miejscu zamieszkania;
- poprawia efektywność wykorzystania zasobów mieszkaniowych;
- umożliwia zagospodarowanie pól rolnych dzięki sprzedaży żywności produkowanej w gospodarstwie lub w jego sąsiedztwie;
- służy podnoszeniu ogólnego poziomu kultury;
- podwyższa jakość i estetykę otoczenia gospodarstwa i jego infrastruktury;
- wpływa na ochronę środowiska;

¹ Por. U. Gołaszewska-Kaczan, *W czym interesie działa przedsiębiorstwo – przegląd wybranych teorii*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2008, nr 1 (37), s. 19-25.

² K. Młynarczyk (red.), *Agroturystyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2002, s. 13.

³ P. Trębowicz (red.), *Agroturystyka: elastyczny i bezpieczny model zatrudnienia*, Wydawnictwo Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok 2011, s. 11.

- konsoliduje mieszkańców do współdziałania w celu uatrakcyjnienia otoczenia ich miejscowości.

Obecnie znaczący wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych w Polsce wiąże się głównie z⁴:

- urynkowienia gospodarki, w wyniku czego spadły dochody z typowej produkcji rolniczej, rolnicy posiadający niewielkie gospodarstwa bądź słabe gleby byli zmuszeni poszukiwać dodatkowych źródeł utrzymania rodziny;
- mody, która pojawiła się na rynku turystycznym na wypoczynek w gospodarstwie „u rolnika”;
- polityki państwa sprzyjającej prowadzeniu takiej formy działalności przez rolników (zwolnienia podatkowe, fundusze strukturalne).

Rolnicy, którzy podejmują się prowadzenia usług agroturystycznych, mogą być całkowicie zwolnieni z podatku dochodowego, gdy⁵:

- wynajmowane pokoje znajdują się w budynkach mieszkalnych (nie podlegają zwolnieniu dochody uzyskane z wynajmowania domków turystycznych, a także pomieszczeń w budynkach, np. gospodarczych);
- budynki mieszkalne, w których wynajmowane pokoje należą do gospodarstwa rolnego;
- pokoje są wynajmowane osobom przebywającym na wypoczynku (zwolnienie nie dotyczy wynajmowania pokojów na stałe, wynajmowania robotnikom sezonowym, podnajmowania mieszkań i innych tego typu sytuacji);
- budynki mieszkalne, w których są wynajmowane pokoje, muszą być położone na terenach wiejskich (poza granicami administracyjnymi miast);
- liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza 5 (do tej liczby wlicza się jedynie pokoje oddawane do wyłącznej dyspozycji gości, bez jadalni, bawialni, werandy, innych pomieszczeń ogólnie dostępnych).

Agroturystyka to nie tylko nocleg w gospodarstwie rolnika, ale także rozwój pokrewnych form dodatkowego dochodu. Turyści oczekują szerokiego pakietu usług, związanych również z⁶:

- bezpośrednią sprzedażą produktów rolnych;
- sprzedażą produktów z gospodarstw z certyfikatem ekologicznym;
- sprzedażą wyrobów rękodzieła i rzemiosła artystycznego;
- wynajmem sprzętu rekreacyjnego, koni, usług transportowych;
- sprzedażą posiłków – potraw kuchni regionalnej;
- świadczeniem usług ogólnodostępnych: sklepy, bary.

⁴ P. Trębowski, op. cit., s. 11-12; B. Sawicki, J. Bergier, *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki związanej z obszarami wiejskimi*, PWSZ, Biała Podlaska 2005.

⁵ Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz.U. z 2010, Nr 51, poz. 307, ze zm.).

⁶ P. Trębowski, op. cit., s. 49.

Agroturystyka jako forma turystyki pełni liczne funkcje, tj.: wypoczynkową, zdrowotno-rekreacyjną, poznawczo-edukacyjną, wychowawczą, ekonomiczną, urbanizacyjną (miastotwórczą)⁷. Według Meyer, najczęściej wyodrębniane trzy grupy funkcji agroturystyki to⁸: socjopsychologiczne, ekonomiczne i środowiskowe. Pierwsze z nich są związane ze zwiększeniem szacunku do społeczności wiejskiej, wzajemnym przenikaniem się kultury wiejskiej i miejskiej oraz z możliwością kontaktu z tradycyjnym stylem życia ludności wiejskiej. Funkcje ekonomiczne dotyczą stymulacji rozwoju gospodarstw rolnych, ogrodniczych lub hodowlanych czy powstania dodatkowych źródeł dochodów zarówno dla wiejskich gospodarstw domowych (często bez dużych nakładów inwestycyjnych), jak i samorządów terytorialnych, gminy czy nawet województwa. Funkcje środowiskowe są związane z ochroną i dbałością o środowisko naturalne wsi.

W dalszej części opracowania zwrócono uwagę na działalność agroturystyczną jako integralną część gospodarki o charakterze usługowym.

Agroturystyka a teoria ekonomii

Każda gospodarka ma prawo do rozwoju: strategicznego (odzwierciedlającego tendencje rozwojowe), kompleksowego i bezpiecznego, płynnego, zrównoważonego, trwałego, dynamicznego, wewnętrznie spójnego, kulturowego i ekologicznego. Można to osiągnąć przez działania podnoszące efektywność, jakość i skuteczność gospodarowania na bazie realizacji postępu technicznego, który umożliwi wzrost wydajności pracy i zmianę struktury gospodarczej. Postęp techniczny daje nieograniczone możliwości rozwoju organizmu gospodarczego.

Agroturystyka jako integralna część gospodarki, funkcjonująca jednocześnie w sektorze pierwotnym, surowcowym (względnie zacofanym) i w sferze świadczenia usług turystycznych, podlega tym samym prawom rozwojowym co pozostała, dominująca część gospodarki⁹. Usługa to:

- proces świadczenia pracy, czyli uporządkowane, usystematyzowane czynności przy produkcji dóbr inwestycyjnych i konsumpcyjnych (usługa jest czynnością);
- funkcjonujący, kompleksowy, własny potencjał usługowy (wytwórczy), czyli skłonność ludzi i maszyn do wprowadzania pożądaných, użytecznych zmian bądź określonych stanów u ludzi, w obiektach lub w terenie, a także infrastruktura otoczenia zewnętrznego (społeczna, techniczna i instytucjonalna);

⁷ M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006, s. 192.

⁸ B. Meyer, *Funkcje turystyki*, [w:] *Ekonomika turystyki*, A. Panasiuk (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 34-39.

⁹ M. Sznajder, L. Przezbórska, op. cit, s. 15.

- wynik (efekty, korzyści) i jego komercjalizacja w bezpośrednim lub pośrednim zaspokajaniu potrzeb produkcyjnych czy konsumpcyjnych.

Usługa stanowi zatem użyteczny komercyjny produkt niematerialny, niematerialne dobro gospodarcze produkowane na zbyt, wytwarzane przez pracę ludzką w postaci czynności w procesie produkcji przez oddziaływanie na strukturę określonego obiektu. W procesie świadczenia usług człowiek jest traktowany jako osoba fizyczna, intelekt czy część określonej społeczności obdarzona konkretną wiedzą, informacją, kompetencjami, działająca w celu zaspokajania ludzkich potrzeb. Efekt (wynik, korzyści) dostrzega się dopiero wówczas, gdy widać pożądane przez nabywcę zmiany w nim samym, w określonych obiektach lub terenie¹⁰.

Usługi jako czynności społeczno-użyteczne stanowią w zasadzie dobra niematerialne, wytworzone w toku produkcji lub konsumpcji, a ich rezultaty służą zaspokajaniu potrzeb w sferze produkcyjnej bądź konsumpcyjnej, nie przyjmując postaci rzeczowej, nie stwarzają bezpośrednio nowych dóbr¹¹. Można również stwierdzić, że usługa to usystematyzowane czynności (działanie) podejmowane w celu zaspokojenia określonej potrzeby (lub potrzeb) materialnej albo duchowej, składanych obietnic na rzecz klienta i realizowane z udziałem klienta w celach komercyjnych. Usługa jest czynnością pożyteczną, użytecznym procesem niematerialnym, działalnością służącą zaspokajaniu potrzeb w sferze wytwarzania, tj.: produkcyjnych, przed- i poprodukcyjnych, a także ludzkich (w sferze konsumpcji), która nie znajduje ucieleśnienia w nowych dobrach materialnych. Przyjmując kryterium rodzajowe, mogą być usługi występujące w sferze:

- cyrkulacji powiązane z dobrami materialnymi (takimi jak: przewóz towarów, ich ochrona przed zepsuciem, magazynowanie, dostarczanie surowców, zatrudnianie pracowników);
- zaspokajania potrzeb ludzkich i na ogół są one konsumowane w chwili ich powstania, np.: leczenie, nauczanie, wypoczynek, działalność innowacyjna.

Inny podział usług ze względu na ich charakter to:

- usługi związane z rzeczą (np. usługi, które polegają na: naprawach, konserwacji, serwisie, świadczeniu usług transportowych lub w zakresie łączności);
- usługi odnoszące się do osoby, czyli skierowane bezpośrednio na człowieka, np. dotyczące: oświaty i wychowania, opieki społecznej, ochrony zdrowia, kultury, wypoczynku, usług rzemieślniczych (fryzjerstwo, kowalstwo), usług adwokackich, sprzątnia mieszkań;
- usługi dotyczące działalności podmiotów gospodarczych, np. usługi: bankowe, giełdowe, filatelistyczne, pocztowe, edukacyjne, opiekuńczo-wychowawcze,

¹⁰ Por. A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997, s. 9.

¹¹ K. Rogoziński, *Usługi rynkowe*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000, s. 93.

zdrowotne, turystyczne, podmiotów gospodarki komunalnej, opieki społecznej, administracji publicznej.

Usługa obejmuje czynności niematerialne (porady, reprezentowanie) lub materialne w postaci wykonania konkretnych przedmiotów, np.: dokumentów, pamiątek. Z uwagi na niematerialny charakter działalności usługowej dotyczą one:

- wiedzy;
- informacji;
- kwalifikacji zawodowych;
- porady;
- przeżywania,
- poprawy wyglądu, zdrowia, samopoczucia;
- satysfakcji;
- pośrednictwa finansowego;
- relaksu;
- obsługi nieruchomości;
- odpoczynku;
- odprężenia psychicznego;
- poczucia bezpieczeństwa, tożsamości;
- wynajmu maszyn, sprzętu;
- prowadzenia prac naukowych, badawczo-rozwojowych i wdrożeniowych.

Usługi to również skłonność i zdolność ludzi i maszyn do wprowadzania pożądaných zmian bądź określonych stanów u ludzi, w obiektach lub w terenie. Usługodawca oferuje więc konkretną, akceptowaną gotowość (zdolność) do świadczenia określonych czynności niematerialnych, tj. usług. Taka gotowość i zapowiedzi stanowią dla nabywcy, odbiorcy, klienta wyłącznie obietnicę. Dopiero w momencie bezpośredniego kontaktu usługodawcy z usługobiorcą albo jego obiektem umowy powstaje nowa wartość, czyli usługa. Są zatem dwa etapy świadczenia usług¹²:

- zapowiedzi i obietnica połączone z gwarancją solidnego wykonania czynności ze strony usługodawcy i zaufaniem ze strony usługobiorcy na bazie ustalonej ceny i warunków realizacji umowy;
- realne wykonanie (wywiązanie się) ze składanych obietnic.

Można wyodrębnić następujące grupy cech usług¹³:

1. Pierwotne:

- niematerialność (Proces realizacji usług ma charakter niematerialny, co oznacza, że nie można ich spróbować bądź usłyszeć przed dokonaniem zakupu. Niematerialność usług sprawia, że klienci mają trudność z oceną jakości i porównywa-

¹² Por. A. Jonas, *Metody pomiaru jakości usług*, [w:] *Kierunki rozwoju marketingu usług*, R. Czubała i J. Wiktor (red.), Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu w Chrzanowie, Chrzanów 2002, s. 74.

¹³ A. Jonas, *Metody pomiaru jakości usług*, op. cit., s. 74-75.

niem. Przed wykonaniem usług występuje ryzyko u klienta, gdyż są to obietnice. Stąd też usługobiorcy kładą nacisk na własne źródła informacji, co pomaga im w dokonaniu zakupu);

- ryzyko nabywcy i niezbędne zaufanie do usługodawcy;
- nietrwałość, gdyż usług nie można: magazynować, przechowywać, inwentaryzować;
- różnorodność i indywidualizacja, czyli standaryzacja i kontrola usług jest utrudniona;
- nierozdzielność, tj. niemożliwe staje się fizyczne rozłączenie usługi między odbiorcą (klientem) a osobą ją wykonującą;
- heterogeniczność (różnorodność wykonania), czyli usługa nie może być dokładnie tak samo wykonana, lecz jest uzależniona od tego, kto, kiedy i gdzie ją wykonuje;
- komplementarny i substytucyjny charakter w stosunku do dóbr materialnych;

2. **Wtórne:**

- usługi nie można odsprzedawać ani magazynować;
- niektóre specyficzne cechy usług są traktowane jako instrumenty marketingu;
- usługi mają zdolność do absorpcji nadwyżek siły roboczej w gospodarce, co ma znaczenie w łagodzeniu problemu bezrobocia i napięć na rynku pracy przez tworzenie nowych miejsc zatrudnienia i zmiany struktury w gospodarce.

Ofertę usługową w agroturystyce (produkt agroturystyczny) tworzą i urzeczywistniają gospodarstwa agroturystyczne zgodnie z zapotrzebowaniem klientów oraz możliwościami i charakterem wiejskości oferenta w ramach turystyki na obszarach wiejskich i zalesionych. Gospodarstwo agroturystyczne stanowi czynne, aktywne gospodarstwo rolne, w którym świadczenie usług turystycznych dokonuje się na bazie zabudowy, gruntów oraz innych zasobów: materialnych, finansowych, intelektualnych (kompetencyjnych), przyrodniczych i kulturowych tego gospodarstwa, bez zmiany ich charakteru, tj. wiejskości i naruszania podstawowej funkcji, jaką jest zachowanie, utrzymanie i rozwój zdolności do produkcji rolnej (zwierzęcej i roślinnej). Atrakcyjność agroturystyki wynika z walorów terenów wiejskich (wartości otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego obszarów rolnych i leśnych), takich jak:

- piękne krajobrazy;
- zdrowe środowisko, w tym czyste powietrze i woda;
- bogactwo naturalne świata roślinnego i zwierzęcego;
- zabytki architektury wiejskiej;
- lokalna i regionalna kuchnia;
- kultura ludowa i bogata historia terenu;
- życzliwi gospodarze i pozostali mieszkańcy wsi;
- spokój i bezpieczeństwo (osobiste, finansowe, informacyjne) podczas wypoczynku.

Usługi agroturystyczne realizowane w gospodarstwie rolnym mają charakter ograniczony ze względu na obowiązujące prawo i w niewielkim rozmiarze przynoszą dodatkowe dochody w toku zasadniczej działalności rolniczej gospodarstwa. Turyści korzystają z: usług hotelarskich (noclegowych), żywienia typowo wiejskiego, uczestnictwa czynnego i biernego w życiu wsi, w tym tego gospodarstwa, możliwości wykonywania pamiątek i zakupu produktów jadła wiejskiego. Poza główną atrakcją wypoczynku na wsi, jaką jest aktywność rekreacyjna związana z gospodarstwem rolnym (hodowlanym, rybackim, ogrodniczym, szkółkarskim), duże znaczenie w ofercie mają propozycje spędzenia wolnego czasu w otoczeniu przyrodniczym, poznania lokalnej kultury czy historii.

Szczegółowa oferta pobytowa w gospodarstwie agroturystycznym przedstawia się następująco:

- noclegi (w oddzielnym domu, oddzielnym mieszkaniu lub pokoju, z własną łazienką i toaletą);
- wyżywienie (całodobowe lub wybrane posiłki, dania wiejskie, dietetyczne lub wegetariańskie);
- usługi przewodnickie (konie, bryczką, saniami, traktorem, rowerem, pieszo);
- wypożyczanie sprzętu rekreacyjno-turystycznego i sportowego;
- przechowywanie przyczep kempingowych, sprzętu sportowego, głównie wodnego po sezonie;
- opieka nad dziećmi turystów;
- kontakt ze zwierzętami gospodarskimi (nie tylko jazda konna, lecz także karmienie konia, podbieranie jaj w kurniku itp.);
- nauczanie rzemiosła ludowego (wyplatanie kosza czy wykonywanie tkanin, a efekty samodzielnych prac stanowią pamiątkę z pobytu w gospodarstwie);
- robienie regionalnych lub lokalnych przetworów domowych z owoców i warzyw,
- zbieranie i przetwarzanie owoców runa leśnego i ziół;
- degustacja win i nalewek własnej produkcji;
- uczestnictwo w pracach gospodarskich i polowych;
- możliwość obserwowania unikalnych gatunków roślin i zwierząt w gospodarstwach położonych na obszarach chronionych lub w pobliżu rezerwatów.

W świadczeniu usług agroturystycznych rolnik musi wykazać się wyjątkową pomysłowością, aby oferta była odpowiednio dobrana i realizowana zgodnie z charakterem wiejskości i potrzebami klienta. Rozwój usług agroturystycznych stwarza możliwości rozwoju polskiej gospodarki przez zmianę struktury rolnictwa i zatrudnienia na wsi.

Znaczenie sektora usługowego w rozwoju gospodarki dostrzegli Allan G.B. Fischer (nowozelandzki ekonomista), Colin Clark (angielski ekonomista) i Jean Fourasti'e (francuski ekonomista), którzy w swoim modelu wzrostu gospodarczego wykazali, że w rozwoju gospodarczym zmniejsza się rola sektora pierwotnego (wtórne-

go, względnie stagnacyjnego), w którym dominuje rolnictwo, jak też po okresie stabilizacji maleje udział sektora przetwórczego (przemysłu i budownictwa), natomiast przez cały czas rośnie ranga sfery usługowej, w tym usług świadczonych na obszarach wiejskich. Zmienia się bowiem struktura rolnictwa w kierunku działalności wielkoobszarowej. Pozostała część zatrudnienia na wsi może obejmować różnego rodzaju usługi, w tym agroturystyczne. O wzroście znaczenia usług w gospodarce decyduje:

- rozwój usług finansowo-bankowych oraz usług usprawniających organizację i zarządzanie gospodarką i społeczeństwem, w których wykorzystano osiągnięcia postępu technicznego, w tym nowoczesnych technologii, np. Internet;
- wzrost czasu wolnego dzięki postępowi technicznemu i rosnący popyt na usługi w: rekreacji, turystyce, sporcie i rozrywce;
- popyt na usługi edukacyjne, medyczne i opiekuńcze, które zapewniają wyższy poziom (standard) życia oraz spokojną, bezpieczną i godną starość w warunkach starzejącego się społeczeństwa;
- popyt na usługi telekomunikacyjno-transportowe, przesyłkowe, w tym: pocztowe, doradcze, ubezpieczeniowe, wymiaru sprawiedliwości oraz usługi związane z pracami naukowymi, badawczo-rozwojowymi i wdrożeniowymi, determinowany dynamicznymi przemianami współczesnej rzeczywistości (gospodarki i społeczeństwa).

Fischer badał wpływ dochodowej elastyczności popytu na rezultaty (produkty) działalności gospodarczej¹⁴, Clark analizował fizyczny charakter rezultatów pracy¹⁵, a Fourasti'e interesowała problematyka postępu technicznego w gospodarce, zmiany zatrudnienia i wpływ postępu technicznego na wyniki działalności gospodarczej w poszczególnych sektorach gospodarczych¹⁶. Zauważył, że sektor pierwotny, a także rolnictwo, charakteryzuje się średnią dynamiką postępu technicznego, sektor przetwórczy (przemysłowy) odznacza się wysoką dynamiką postępu technicznego, zaś sektor usługowy niską dynamiką postępu technicznego.

Zgodnie z teorią Fischera-Clarka-Fourasti'ego rozwój gospodarczy na poziomie ogólnogospodarczym, w skali regionalnej lub lokalnej, wykazuje pewną prawidłowość i następuje według trzech etapów rozwoju produkcji¹⁷:

- na pierwszym etapie dominuje: produkcja rolna, rybołówstwo, leśnictwo i wydobycie surowców naturalnych, a dotyczy to krajów o niskim dochodzie;
- drugi etap charakteryzuje się rozwojem przemysłu i budownictwa, natomiast obejmuje kraje o średnim poziomie dochodu;

¹⁴ A. G. B. Fisher, *A Note on Tertiary Production*, „The Economic Journal” 1952, nr 12, s. 820-822 oraz A. G. B. Fisher, *Economic Progress and Social Security*, Macmillan, London 1945, s. 57.

¹⁵ C. Clark, *The Conditions at Economic Progress*, London 1957, s. 491.

¹⁶ J. Fourasti'e, *Die grosse Hoinung des zwanzigsten Jahrhunderts*, Rösner, Köln-Deutz 1954, s. 81.

¹⁷ Por. K. Rogoziński, *Usługi rynkowe*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000, s. 93.

- trzeci etap rozwoju gospodarki z dominacją usług, w tym edukacyjnych, osiągają kraje dojrzałe pod względem rozwoju gospodarczego z wysokim poziomem dochodu.

W krajach wysoko rozwiniętych w sektorze pierwotnym zatrudnienie wynosi kilka procent, a w sektorze usługowym zatrudnienie znajduje około 75% ogółu pracujących w gospodarce narodowej i takie zjawisko nosi nazwę serwicyzacji organizmu gospodarczego. Zmiany strukturalne w gospodarce można również analizować na podstawie teorii Rostowa, identyfikując kolejne fazy rozwoju społeczeństwa. Prawidłowości przedstawia tabela 1.

Tabela 1.
Fazy rozwoju społeczeństwa

Lp.	Fazy	Cechy	Kierunki zmian
1.	Spółeczeństwo preindustrialne	Dominacja sektora rolnego Niski poziom kwalifikowanej siły roboczej Niewielki udział przemysłu	Rozwój rolniczo-przemysłowy
2.	Spółeczeństwo industrialne	Ograniczona rola rolnictwa Dynamiczny rozwój tradycyjnego przemysłu Wzrost znaczenia technokratów i kadry inżynierskiej	Rozwój przemysłowo-rolniczy
3.	Spółeczeństwo postindustrialne	Niewielka rola rolnictwa Ograniczone znaczenie tradycyjnego przemysłu Rosnący udział sektora usługowego i <i>high-tech</i> (oprządzowanie, optyka, mikroelektronika, komputery, telekomunikacja)	Rozwój przemysłowo-usługowy
4.	Spółeczeństwo informacyjne (według Daniela Bella poprzemysłowe, ponowoczesne)	Według R. Atkinsona i R. Courta gospodarka oparta (zbudowana) na wiedzy Wysoki poziom kwalifikowanej siły roboczej Dominacja sektora <i>high-tech</i> Wzrost znaczenia nowoczesnych technologii (przemysł oparty na osiągnięciach naukowych przyszłości – biotechnologia, inżynieria materiałowa, badania kosmosu itp.) Rozwój sektora usług nowoczesnych, dominacja gospodarki usług	Rozwój usługowo-przemysłowy

Źródło: opracowanie własne.

Polska gospodarka weszła na drogę rozwoju przemysłowo-usługowego. Nastąpiło odejście od tradycyjnego przemysłu i nadszedł rozwój sektora usługowego, w tym usług turystycznych na wsi. Gospodarstwa agroturystyczne powinny oferować wię-

skość, „powrót do korzeni” w „nowoczesnym opakowaniu”, a nie turystykę miejską na wsi, często nazywaną turystyką małopolską. Zmiany strukturalne w polskim organizmie gospodarczym pod względem zmian w zatrudnieniu w poszczególnych sektorach gospodarki w latach 2004 i 2010 w ujęciu procentowym prezentuje tabela 2.

Tabela 2.
Zatrudnienie w poszczególnych sektorach gospodarki w latach 2004 i 2010 (%)

Województwo	Rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo i rybołówstwo		Przemysł i budownictwo		Usługi	
	2004	2010	2004	2010	2004	2010
dolnośląskie	8,6	8,8	32,0	31,6	59,4	59,6
kujawsko-pomorskie	18,5	15,8	29,6	30,0	51,9	54,2
lubelskie	38,4	38,8	18,2	17,6	43,4	43,6
lubuskie	9,8	11,3	31,0	32,3	59,2	56,4
łódzkie	21,7	19,0	29,5	29,0	48,8	52,0
małopolskie	18,2	22,3	26,8	24,6	55,0	53,1
mazowieckie	15,8	13,5	22,2	20,0	62,0	66,5
opolskie	17,3	16,3	30,2	31,2	52,5	52,5
podkarpackie	25,0	33,2	28,2	24,5	46,8	42,3
podlaskie	35,9	31,8	19,1	20,4	45,0	47,8
pomorskie	9,5	8,9	29,9	30,0	60,6	61,1
śląskie	4,8	6,3	37,9	36,7	57,3	57,0
świętokrzyskie	33,5	32,6	22,2	23,6	44,3	43,8
warmińsko-mazurskie	17,4	16,4	28,6	29,7	54,0	53,9
wielkopolskie	17,4	16,0	32,9	31,8	49,7	52,2
zachodnio-pomorskie	9,3	9,8	27,7	26,9	63,0	63,3
Polska	17,3	17,3	28,3	27,4	54,4	55,3

Źródło: Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.stat.gov.pl., data wejścia:10.05.2015].

Z tabeli wynika, że najlepiej ukształtowaną strukturę gospodarczą posiada województwo śląskie, chociaż odbiega to od modelowych rozwiązań strukturalnych w gospodarce europejskiej i światowej, głównie Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej i Wielkiej Brytanii. W tym ostatnim przypadku zatrudnienie w I sektorze

wynosi 1,3%, w II sektorze 21,9%, a w III sektorze 76,5% (dane z 2006 roku). Potrzebny jest rozwój usług i ograniczanie zatrudnienia w rolnictwie. Te wymagania może spełnić agroturystyka, oferując usługi, w których tradycyjny, wiejski sposób egzystencji człowieka, inaczej wiejskość wraz z sentymentalnym charakterem wypoczynku i „powrotem do korzeni”, można połączyć z nowoczesnością. To zadowoli wykształconego, dociekliwego i mobilnego współczesnego turystę.

Z teorii Fischera-Clarka-Fourasti'ego wynikają następujące wnioski:

1. Wysokie zatrudnienie w usługach nie zawsze świadczy o wysokim poziomie i dynamice rozwoju gospodarczego kraju. Przykładem są kraje nierozwinięte, w których w sektorze rolnym panuje przerost zatrudnienia w rolnictwie i usługach na rzecz rolnictwa, a usługi z nisko kwalifikowaną kadrą są mało urozmaicone i prymitywne, natomiast w sferze przemysłu dominuje przetwórstwo tradycyjne oparte na przestarzałych technologiach, a przez to istnieje niskie zapotrzebowanie na działalność usługową i zatrudnienie w niej; przemysł kreuje potrzeby związane z wytwarzaną produkcją, zaś w sferze usług ich poziom rozwoju podąża za rozwojem przemysłu;
2. Usługi mają charakter różnorodny i ich poziom rozwoju jest ściśle skorelowany z poziomem i strukturą wypracowanego poziomu dochodu narodowego. Stąd też o poziomie rozwoju gospodarczego decyduje wielkość, jakość i struktura zatrudnienia w określonych rodzajach działalności usługowej, a nie w usługach jako takich;
3. Przemysł nowoczesnych technologii angażuje relatywnie mniej zatrudnienia w procesie wytwarzania, a więcej w działalności usługowej na rzecz przetwórstwa jako funkcji uzupełnienia i wspomagania;
4. Wzrost zatrudnienia w sferze usługowej nie oznacza wzrostu konsumpcji usług, lecz wzrost poziomu obsługi procesów wytwórczych;
5. Dynamiczny i ciągły rozwój sektora usługowego zależy od wykształcenia specjalistycznych kadr;
6. Wysoki poziom zatrudnienia w usługach może być przejawem bogactwa lub nędzy. W krajach słabo rozwiniętych jest on rezultatem przeludnienia i ukrytego bezrobocia, zaś w krajach wysoko rozwiniętych świadczy o sile gospodarki.

Uzupełnieniem teorii Fischera-Clarka-Fourasti'ego przedstawiającej zależności i prawidłowości w strukturze gospodarki, w tym miejscu rolnictwa i działalności pozarolniczej we współczesnym, dynamicznie rozwijającym się organizmie gospodarczym, są: teoria szkoły harwardzkiej stworzona pod koniec lat pięćdziesiątych XX wieku (J. Bain, W. Baumol) i teoria szkoły chicagowskiej powstała w latach siedemdziesiątych XX wieku (R. Posner, G. J. Stigler, G. S. Becker, M. Friedman), które dotyczą zagadnień prawidłowo ukształtowanej struktury funkcjonującego mechanizmu rynkowego i jej znaczenia w zrównoważonym rozwoju gospodarczym,

a przy tym efektywnej alokacji zasobów¹⁸. Przedstawiciele pierwszej szkoły naukowej twierdzili, że najkorzystniejszą sytuacją dla gospodarki rynkowej jest ukształtowanie struktury rynku zbliżonego do modelu konkurencji doskonałej, a w tym powołania dużej ilości automatycznie funkcjonujących podmiotów do rywalizacji między sobą, przez co żaden z nich nie może wpłynąć na ceny ukształtowane na rynku. W tej sytuacji, aby utrzymać się na powierzchni życia gospodarczego i podnosić efektywność, muszą one obniżyć koszty i podnosić jakość oferowanej produkcji. Bain stworzył paradygmat, tj. zbiór pojęć i teorii tworzących podstawy zagadnień „strukturalizacja zachowanie się-efektywność (sprawność gospodarowania, wynik)”¹⁹. Problem ten był analizowany na poziomie branży (grupy podmiotów gospodarczych konkurujących ze sobą) i ukazywał funkcjonalną zależność między cechami struktury rynku branżowego, zachowaniami podmiotów działających na tym rynku oraz efektywnością jego uczestników. Struktura rynku zbliżonego do wolnej konkurencji determinuje zachowanie rywalizujących ze sobą jednostek, a zachowanie oddziałuje na wyniki rynkowe.

Z kolei szkoła chicagowska, powołująca się również na teorię dotyczącą modeli strukturalnych (model efektywnej struktury gospodarki rynkowej), zaproponowała inne podejście do wyjaśnienia racjonalnej zależności między strukturą rynku a wynikami konkurujących ze sobą podmiotów gospodarczych. Przedstawiciele tej szkoły również uznają pozytywny wpływ koncentracji produkcji i kapitału na wyniki gospodarowania. Ich wywody naukowe są oparte na teorii kosztów krańcowych (kosztów marginalnych, a więc kosztów, jakie ponosi wytwórca dóbr materialnych lub niematerialnych, czyli usług w związku ze zwiększeniem ilości produkcji danego dobra o jednostkę). Podmiot gospodarczy ponosi dodatkowe koszty, gdy zwiększy produkcję o kolejną jednostkę. Stąd też koszt krańcowy to koszt wyprodukowania dodatkowej jednostki dobra. Podmioty bardziej efektywne (o niższych kosztach krańcowych) mają większą siłę i zdolność do konkurowania i przez to osiągają większe zyski oraz wyższą pozycję konkurencyjną na rynku. Ponadto w teorii szkoły chicagowskiej zakłada się, że podmioty bardziej efektywne niż konkurenci, aby utrzymać wysoką pozycję konkurencyjną, muszą realizować jedną z przeciwstawnych sobie strategii działania. W pierwszej maksymalizuje się zyski dla współudziałowców dzięki utrzymaniu na dotychczasowym poziomie cen i rozmiarów przedsięwzięcia gospodarczego. Druga strategia działania polega na maksymalizacji zysków przez obniżkę cen, co umożliwia zwiększenie udziału danego podmiotu na rynku. W obu

¹⁸ J. Kraciuk, *Koncentracja produkcji w polskim przemyśle spożywczym*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, „Problemy Rolnictwa Światowego” 2008, t. 5 (XX), s. 34-35 oraz M. Gorynia, *Teoria i polityka regulacji megasystemów gospodarczych a transformacja postsocjalistycznej gospodarki Polski*, Zeszyty Naukowe – Seria II Akademii Ekonomicznej w Poznaniu 1995, nr 141, s. 86-89.

¹⁹ J. Bain, *Industrial Organization*, New York 1959.

przypadkach zwiększająca się efektywność jednostki gospodarczej prowadzi do wzrostu koncentracji mocy wytwórczych na rynku²⁰.

Gospodarstwa agroturystyczne prowadzą działalność usługową na rzecz turystów w ścisłym powiązaniu z produkcją rolną. Jeśli działalność turystyczna zaczyna dominować nad produkcją rolną albo gdy całkowicie ją wypiera i są świadczone wyłącznie specjalistyczne usługi turystyczne na bazie tzw. gospodarstwa rolnego, jak też przekroczone limity nieopodatkowanej działalności agroturystycznej, wówczas będą obowiązywały przepisy prawne dotyczące prowadzenia mikroprzedsiębiorstw. W tej sytuacji rolnik staje się przedsiębiorcą. Niewykluczone jest, aby przedsiębiorstwo turystyczne rolnika lub rolników powiększało potencjał wytwórczy przez koncentrację produkcji i kapitału oraz centralizację produkcji i kapitału (między innymi w ramach turystycznych inicjatyw klastrowych agro-ekoturystycznych) i zatrudniało menedżerów w zakresie agroturystyki. Ważny jest przy tym cel funkcjonowania i rozwoju tego typu przedsiębiorstwa (w tym interes grup zawodowych i właścicieli), które nie jest odizolowanym podmiotem, ale działa w konkurencyjnym otoczeniu. W odniesieniu do tych przypadków zastosowanie ma teoria przedsiębiorstwa²¹.

W teoriach przedsiębiorstwa przedstawiono problem funkcjonowania i interesy (cele krótko- i długookresowe, poparte zasobami) działalności społeczno-gospodarczej podmiotów wytwórczych o różnym rodzaju własności, organizacji i sposobu zarządzania. Analizę teorii przedsiębiorstwa trzeba najpierw odnieść do teorii klasycznej (A. Smith, D. Ricardo, Th. R. Malthus, W. Petty, P. Boisguillebert, D. Hume, F. Quesnay, J. B. Say, J. Ch. L. Simonde de Sismondi, J. S. Mill), w której podmiot gospodarczy działa w interesie jego właściciela, tj. osiągnięcia korzyści i skłonności do poprawy swojego bytu (a nie w poszukiwaniu korzyści społecznej) w otoczeniu konkurencji doskonałej, sterowanej przez „niewidzialną rękę rynku”. Podstawowymi czynnikami tworzącymi bogactwo narodów jest praca, kapitał i ziemia. W sferze filozoficznej klasyczna ekonomia jest oparta na trzech podstawach²²: wolności osobistej i gospodarczej, równości wobec prawa i poszanowania własności prywatnej (święte prawo własności).

Z kolei w modelu neoklasycznej teorii ekonomii (J. E. Meade, R. Solow, A. Marshall, W. S. Jevons, J.B. Clark, L.M. Walras, V. Pareto, C. Menger) zwraca się uwagę na funkcjonowanie konkurencji doskonałej i mechanizm cenowy, dzięki któremu następuje racjonalna i optymalna alokacja zasobów w gospodarce. Teoria neoklasyczna oparta na stworzonej przez A. Smitha ekonomii klasycznej i następnie wyparta przez keynesizm zakłada²³:

²⁰ Por. B. E. Ross, *The Elgar Companion to the Chicago School of Economics*, Edward Elgar, Cheltenham 2010.

²¹ U. Gołaszewska-Kaczan, op. cit., s. 19-25.

²² Por. D. Beggt, S. Fischer, R. Dornbusch, *Makroekonomia*, PWE, Warszawa 2007, s. 391.

²³ A. Smith, *The Theory of Moral Sentiments*, Henry G. Bohn, London 1853, s. 112.

- istnienie konkurencji doskonałej;
- istnienie mechanizmu rynkowego w gospodarce (liberalizm gospodarczy);
- prawo rynków Sava (w długim okresie wszystko to, co oferują producenci na rynku, zostanie sprzedane i skonsumowane przez odbiorców – występuje tu pełne wykorzystanie czynników produkcji);
- ilościową teorię pieniądza (w długim okresie pieniądz jest neutralny, a więc nie wpływa na pobudzenie sektora realnego, jeżeli podaż pieniądza zostanie zwiększona, wzrośnie jego nominalna wartość, a więc inflacja).

Przedstawiciele tego nurtu ekonomii nie interesują procesy zachodzące wewnątrz przedsiębiorstwa, które traktowano jako „czarna skrzynka”. W tej teorii nie oddziela się funkcji właściciela od zarządzającego firmą (menedżera) i nie uwzględnia się interesów zawodowych grup pracowniczych i jednostek spoza przedsiębiorstwa. Celem firmy jest maksymalizacja zysku (lub dochodu) w krótkim okresie i maksymalizacja stopy zysku (lub stopy dochodu) w długim okresie zgodnie z zasadami *optimum*, czyli doskonałej racjonalności. Rozwój form prowadzenia działalności gospodarczej i postępujący proces oddzielenia się własności od zarządzania spowodował powstanie koncepcji teorii menedżerskich. Przyjęto dwa założenia²⁴:

- przedsiębiorstwo nie jest utożsamiane z jednoosobowym przedsiębiorcą-właścicielem, lecz występuje w nim koalicja grup, które zgłaszają i artykułują różne interesy;
- przedsiębiorstwa nie rozpatruje się jako „czarnej skrzynki”, ale uwzględnia się i analizuje różne relacje między podmiotami wewnątrz jego struktury organizacyjno-zarządczej.

Berle i Means wykazali w swoich badaniach, że przy silnym rozproszeniu akcji i akcjonariuszy, menedżerowie dużych korporacji prowadzą własną politykę, realizują własne interesy i niekoniecznie dążą do realizacji celów właścicieli. Menedżerowie maksymalizują swoje funkcje użyteczności o wielu zmiennych (płace osobiste, władza, prestiż, bezpieczeństwo pracy) w warunkach uwzględnienia interesów „koalicjantów”, tj.: akcjonariuszy, pracowników, banków²⁵.

Baumol zauważa, że celem działania firmy jest maksymalizacja sprzedaży, aby wypracować korzystne zyski potrzebne na: rozwój firmy, zapewnienie akcjonariuszom zadowolających dywidend, zwiększenie dochodów menedżerów, wzrost ich prestiżu, władzy i bezpieczeństwa pracy²⁶.

Z kolei w modelu Marris menedżer dąży do osiągania stopy wzrostu firmy w długim okresie przez wzrost rozmiarów produkcji i zatrudnienia, co w rezultacie

²⁴ J. M. Dobbs, *Managerial Economics*, Oxford University Press, Oxford 2000, s. 10.

²⁵ A. A. Berle, G. C. Means, *The modern corporation and private property*, „Revue Économique” 1969, vol. 20, issue 6, s. 1042.

²⁶ W. J. Baumol, *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, The MIT Press, Cambridge MA 1993, s. 14.

prowadzi do zwiększenia: bezpieczeństwa pracy, odpowiedzialności, władzy, prestiżu i realizacji działań na rzecz ekspansji i poprawy konkurencyjności firmy²⁷.

W teorii Williamsona menedżerowie nie są obojętni na co są poczynione różne wydatki firmy. Zależy im, aby wpłynęły na zwiększenie dochodów osobistych i ich prestiż w przedsiębiorstwie. Stąd też są preferowane wydatki na: personel administracyjny (co może stanowić miarę sukcesu firmy, dawać władzę i prestiż menedżerom²⁸), dochody, zyski i inne korzyści o charakterze okresowym (menedżerowie mogą mieć dostęp do zaciągania korzystnych pożyczek, korzystania z podróży, luksusowych biur i samochodów służbowych), uznaniowe wydatki inwestycyjne zgodne z rachunkiem ekonomicznym i upodobaniami, preferencjami menedżerów, a także na satysfakcjonujące dochody wypłacane akcjonariuszom w postaci dywidend. Firmy realizują wiązkę celów, takich jak: maksymalizacja sprzedaży, wzrost i umocnienie pozycji konkurencyjnej na rynku²⁹.

Duże znaczenie w określaniu zasad funkcjonowania firmy ma teoria behawioralna (H. Simon), która zauważa, że przedsiębiorstwo nie jest indywidualnym i racjonalnym decydem, lecz stanowi koalicję różnych grup interesów (menedżerów, właścicieli, kapitałodawców, pracowników, dostawców, klientów), którzy oczekują osiągnięcia określonych korzyści. Stąd potrzebne jest stałe negocjowanie oczekiwań, żądań poszczególnych grup interesu w firmie i zawieranie ugody, kompromisów, a w ten sposób przedsiębiorstwo nie realizuje jednego celu, ale wiązkę zadań do realizacji. Działania te są obarczone pewnym ryzykiem w warunkach niepewnego otoczenia (wewnętrznego i zewnętrznego) i zmierzają w kierunku rozwiązań zadowalających wszystkie skonsolidowane grupy interesu. W takiej sytuacji nie są to działania optymalne, gdyż nie występuje pełna racjonalność z takich powodów, jak³⁰:

- brak pełnej wiedzy i informacji na rynku (asymetria informacji);
- trudność z przewidywaniem konsekwencji określonych wyborów i podjętych decyzji, ponieważ przedsiębiorstwo funkcjonuje w warunkach ryzyka i otaczającej go niepewności;
- problem z uwzględnianiem wszystkich możliwych wariantów działań alternatywnych, a jedynie tylko nielicznych.

Rolę grup interesów w firmie rozwija teoria kosztów transakcyjnych, sformułowana przez R. Coase'a i rozwinięta przez O. E. Williamsona. Dostrzega się w niej, że

²⁷ R. Marris, *The Economic Theory of Managerial Capitalism*, Published by Macmillan, London 1967, s. 13.

²⁸ Por. W. R. Samuelson, S.G. Marks, *Ekonomia menedżerska*, R. Rapacki (red.), PWE, Warszawa 1998, s. 323.

²⁹ O. E. Williamson, *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu: firmy, rynki, relacje kontraktowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 65.

³⁰ H. A. Simon, *Theories of Decision Making in Economics and Behavioural Science*, „Surveys of Economic Theory”, vol. 3, New York 1966.

wymiana rynkowa i przedsiębiorstwo są alternatywnymi formami organizowania i regulowania transakcji rynkowych tzw. kontraktów. W tych operacjach duże znaczenie ma rada nadzorcza, sprawująca funkcje kontrolne, aby³¹:

- zabezpieczyć strukturę zarządzania w relacjach firmy i właścicieli udziałów kapitałowych;
- ochronić zależności kontraktowe między kierownictwem, a pozostałą częścią firmy.

Z kolei teoria praw własności koncentruje uwagę na powiązaniach praw własności, a efektywnością gospodarowania (H. Demsetz, S. Pejovich). Prawa własności mogą mieć charakter³²:

- wyłączności (ekskluzywności);
- transferowalności (możliwości przenoszenia praw własności, uprawnień).

Święte prawo własności prywatnej powinno służyć właścicielowi (lub właścicielom) przedsiębiorstwa, w której ponosi pełną odpowiedzialność za jego funkcjonowanie (obciążają oni za negatywne skutki użytkowania zasobów i nagradzają w postaci zysków za racjonalne wykorzystanie potencjału wytwórczego).

Teoria agencji (N. A. Shankman, M.C. Jensen, W.H. Meckling) przedstawia funkcjonowanie firmy przez pryzmat analizy relacji agencji jako kontraktu, w zakresach którego osoba (lub grupa osób, czyli agent) ma do zrealizowania zobowiązania wobec innej osoby (albo grupy osób, tj. pryncypała). Przedsiębiorstwo stanowi więc więźbę kontraktów pomiędzy osobami, które mogą również reprezentować inne organizacje³³. W tych okolicznościach (w ramach agencji) określone grupy (agenci) otrzymują prawa decyzyjne i przez to wpływają na działalność firmy oraz różnych grup podmiotów (właściciel jako dostawca kapitału i jednocześnie centralny agent, menedżer)³⁴.

Teoria kontraktualna również ocenia działalność firmy w ramach zawieranych kontraktów między właścicielami zasobów (interesariuszami) a menedżerami. Dostarczycielami kapitału są akcjonariusze, którzy nie są właścicielami firmy, a jedynie mają prawo do osiągnięcia korzyści z tytułu dostarczenia kapitału finansowego. Pierwszeństwo tych praw mają właściciele³⁵.

³¹ T. Gruszecki, *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 135-136.

³² H. Demsetz, *The exchange and enforcement of property rights*, „Journal of Law and Economics”, October 1964, vol. 7.

³³ M. C. Jensen, *A Theory of the Firm*, Harvard University Press, Cambridge 2003, s. 65.

³⁴ M. C. Jensen, W. H. Meckling, *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*, „Journal of Financial Economics” 1976, no. 3, s. 305-360.

³⁵ A. Alchian, H. Demsetz, *Production, Information Costs and Economic Organization*, „The American Economic Review” 1972, no. 62.

Kooperacyjna teoria M. Aokiego przyjmuje, że przedsiębiorstwo stanowi koalicję trzech grup interesów³⁶: udziałowców, pracowników i menedżerów, a efektywność gospodarowania w nim zależy od zgrania, harmonii i równowagi tych interesów jako rezultat gry kooperacyjnej. Następuje to dzięki kontroli menedżerów z jednej strony przez pracowników, a z drugiej strony przez właścicieli kapitału³⁷.

Grupy interesu w przedsiębiorstwie najszerzej opisuje teoria *stakeholders* R. Freeman. Uznaje ona, że firma działa w interesie wszystkich zainteresowanych grup-interesariuszy (*stakeholders*), tj.: właścicieli, pracowników, klientów, dostawców, partnerów strategicznych i społeczności lokalnej. Zarządzanie, a szerzej kierowanie firmą to pogodzenie, często przeciwstawnych, interesów i żądań poszczególnych interesariuszy, jak również współdziałanie wśród wielu sprzeczności. Ważne jest przy tym odpowiednie zarządzanie kontraktami z interesariuszami, co pozwala firmie realizować wszystkie jej założone cele (J. Jonker, D. Foster). Teoria *stakeholders* stanowi bazę powstania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, czyli odpowiedzialności firm za ich wpływ na społeczeństwo (dbałość podmiotów gospodarczych o: środowisko przyrodnicze i kulturowe, pracowników i ich warunki pracy, ład organizacyjny i produkt)³⁸.

Podsumowanie

Współczesna gospodarka rynkowa musi być wysoce efektywna, konkurencyjna, aby utrzymać się na powierzchni życia społeczno-gospodarczego. Kwestie te wyjaśnia teoria Fischera-Clarka-Fourasti'ego, teoria szkoły harwardzkiej, szkoły chicagowskiej i teoria przedsiębiorstwa. Innymi słowy, do osiągnięcia określonych celów są potrzebne: sprawny i skuteczny potencjał wytwórczy, konkurencyjny produkt i odpowiednia struktura gospodarki. W świetle wywodów naukowych istnieje konieczność restrukturyzacji polskiego rolnictwa w kierunku tworzenia i rozwijania działalności pozarolniczej, w tym agroturystyki, a ponadto przetwórstwa surowców wytwarzanych w sektorze rolnym na potrzeby turystyki wiejskiej. Zmiany strukturalne w polskiej gospodarce powinny w większym stopniu obejmować sektor pierwotny, a zwłaszcza rolnictwa i sektor usługowy. „Nowa agroturystyka” (łącząca nowoczesność z tradycją wiejską czy wiejskim charakterem turystyki wiejskiej) nie może nadal funkcjonować w sektorze rolnym, gdyż wyczerpała swoje możliwości rozwojowe.

³⁶ M. Aoki, *Toward a Comparative Institutional Analysis*, The MIT Press, Cambridge-Mass., London 2001, s. 35.

³⁷ M. Aoki, *Mechanisms of Endogenous Institutional Change*, SIEPR Discussion Paper, no. 05-13, 2006, s. 7.

³⁸ R. E. Freeman, *Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, „Perspectives in Business Ethics Sie” 2001, vol. 3, s. 144.

Jej miejscem jest sektor usługowy i przetwórczy. Do tego są niezbędne specjalistyczne kadry turystyczne i rozwinięta infrastruktura w środowisku wiejskim.

Bibliografia

1. Alchian A., Demsetz H., *Production, Information Costs, and Economic Organization*, „The American Economic Review” 1972, no. 62.
2. Aoki M., *Mechanisms of Endogenous Institutional Change*, SIEPR Discussion Paper, no. 05-13, 2006.
3. Aoki M., *Toward a Comparative Institutional Analysis*, The MIT Press, Cambridge-Mass., London 2001.
4. Baumol W.J., *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, The MIT Press, Cambridge MA 1993.
5. Beggt D., Fischer S., Dornbusch R., *Makroekonomia*, PWE, Warszawa 2007.
6. Berle A. A., Means G. C., *The modern corporation and private property*, „Revue Économique” 1969, vol. 20, issue 6.
7. Bain J., *Industrial Organization*, New York 1959.
8. Clark C., *The Conditions of Economic Progress*, London 1957.
9. Demsetz H., *The exchange and enforcement of property rights*, „Journal of Law and Economics”, October 1964, vol. 7.
10. Dobbs J.M., *Managerial Economics*, Oxford University Press, Oxford 2000.
11. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.stat.gov.pl., data wejścia:10.05.2015].
12. Fisher A. G. B., *Economic Progress and Social Security*, Macmillan, Londyn 1945.
13. Fisher A. G. B., *A Note on Tertiary Production*, The Economic Journal 1952, no. 12.
14. Fourasti'e J., *Die grosse Hoiiung des zwanzigsten Jahrhunderts*, Rösner, Köln-Deutz 1954.
15. Freeman R.E., *Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, „Perspectives in Business Ethics Sie” 2001, vol. 3.
16. Gołaszewska-Kaczan U., *W czyim interesie działa przedsiębiorstwo – przegląd wybranych teorii*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2008, nr 1 (37).
17. Gorynia M., *Teoria i polityka regulacji megasystemów gospodarczych a transformacja postsocjalistycznej gospodarki Polski*, Zeszyty Naukowe – Seria II Akademii Ekonomicznej w Poznaniu 1995, nr 141.
18. Gruszecki T., *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
19. Jensen M.C., *A Theory if the Firm*, Harvard University Press, Cambridge 2003.
20. Jensen M.C., Meckling W.H., *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*, „Journal of Financial Economics” 1976, no. 3.
21. Jonas A., *Metody pomiaru jakości usług*, [w:] *Kierunki rozwoju marketingu usług*, R. Czubała i J. Wiktor (red.), Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu w Chrzanowie, Chrzanów 2002.

22. Kraciuk J., *Koncentracja produkcji w polskim przemyśle spożywczym*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie „Problemy Rolnictwa Światowego” 2008, t. 5 (XX).
23. Marris R., *The Economic Theory of Managerial Capitalism*, Published by Macmillan, London 1967.
24. Meyer B., *Funkcje turystyki*, [w:] *Ekonomika turystyki*, A. Panasiuk (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
25. Młynarczyk K. (red.), *Agroturystyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2002.
26. Payne A., *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997.
27. Rogoziński K., *Usługi rynkowe*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000.
28. Ross B.E., *The Elgar Companion to the Chicago School of Economics*, Edward Elgar, Cheltenham 2010.
29. Samuelson W.R., Marks S.G., *Ekonomia menedżerska*, R. Rapacki, red.), PWE, Warszawa 1998.
30. Sawicki B., Bergier J., *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki związanej z obszarami wiejskimi*, PWSZ, Biała Podlaska 2005.
31. Simon H.A., *Theories of Decision Making in Economics and Behavioural Science*, „Surveys of Economic Theory”, vol. 3, New York 1966.
32. Smith A., *The Theory of Moral Sentiments*, Henry G. Bohn, London 1853.
33. Sznajder M., Przezbórska L., *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006.
34. Trębowicz P. (red.), *Agroturystyka: elastyczny i bezpieczny model zatrudnienia*, Wydawnictwo Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok 2011.
35. *Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych* (Dz.U. z 2010, Nr 51, poz. 307, ze zm.).
36. Williamson O.E., *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu: firmy, rynki, relacje kontraktowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Turystyka jako szansa na rozwój i promocję obszaru wybranych gmin

Tourism as an opportunity for the development and promotion of the area of selected municipalities called gmines

Streszczenie

Celem opracowania było ukazanie wpływu wywieranego przez turystykę na wzrost społeczno-gospodarczy wybranych gmin Suwalszczyzny. W części pierwszej scharakteryzowano obszar badawczy, natomiast w drugiej części pracy przedstawiono wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród kwaterodawców gospodarstw agroturystycznych oraz turystów, dotyczące oferty agroturystycznej na Suwalszczyźnie. Część trzecią w całości poświęcono perspektywom rozwoju działalności agroturystycznej na Suwalszczyźnie, w tym celu naświetlono możliwe źródła pozyskiwania środków na wsparcie rozwoju i promocji turystyki na tym obszarze.

Słowa klucze: turystyka, agroturystyka, rozwój, promocja, województwo podlaskie

Summary

The aim of the study, was to show the influence of the tourism on socio-economic growth of selected municipalities of Suwalszczyzna. The first part presents the characteristics of the research area and the second part consists of the results of the surveys conducted among the accommodation providers of tourist farms and the tourists, connected with the area of Suwalki. The third part is entirely dedicated to the development prospects of agritourism activity in Suwalki. It also includes the possible sources of funds to support the development and promotion of tourism in this area.

Key words: tourism, agritourism, development, promotion, Podlaskie Voivodeship

Wstęp

Turystyka jest zjawiskiem złożonym i wielopłaszczyznowym. Obejmuje swym zasięgiem ogół czynności osób, zwanych turystami, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych i innych, z uwzględnieniem założenia, iż czas spędzony poza miejscem swojego codziennego otoczenia nie przekracza roku. Turystyka pozytywnie oddziałuje na wiele aspektów życia człowieka, m.in.: pozwala na regenerację sił, rozwija ciekawość świata, kształtuje osobowość.

Za początki rozwoju turystyki w Polsce uznaje się wiek XIX i XX, kiedy to zaczęły powstawać pierwsze organizacje turystyczne i społeczne kadry turystyki. Różnice w rozumieniu jej dawniej i dziś są niezaprzeczalnym dowodem na to, że cały czas ewoluuje. Turystyka z biegiem czasu zaczęła odgrywać coraz większą rolę w funkcjonowaniu poszczególnych regionów, a co a tym idzie, również i całego państwa. Niewątpliwie oddziałuje ona na wykształcenie się różnego rodzaju usług turystycznych, które w zależności od umiejętności wykorzystania posiadanego przez region potencjału turystycznego, mogą mieć diametralnie odmienny wpływ na jego rozwój i promocję. Potencjał turystyczny ma duże znaczenie wówczas, gdy jest mowa o rozwoju turystyki na terenie danego regionu. Jest on definiowany jako antropogeniczne i przyrodnicze elementy środowiska wraz z zachowaniami człowieka, które pozwalają na uprawianie turystyki, a także korzystanie z dostarczanej przez nią bogatej oferty. Zatem odpowiednia konfiguracja elementów powyższych składników tworzy bazę, na podstawie której może być budowana pozycja turystyczna regionu¹.

Sektor turystyczny w Polsce, pomimo spowolnienia gospodarczego, wciąż notuje stały wzrost, przyczyniając się do zmniejszenia bezrobocia. Udział turystyki w PKB w Polsce w pierwszych latach XXI wieku wynosił około 1,5%. W roku 2004 nastąpił nagły wzrost udziału turystyki w PKB, co było spowodowane przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej. Umożliwiła to organizacja imprez promocyjnych przez państwa członkowskie Unii Europejskiej. Kolejne projekty działań promocyjnych prowadzone w następnych latach, których docelowymi odbiorcami byli potencjalni zagraniczni turyści, przyniosły pozytywne skutki w postaci wzrostu udziału turystyki w tworzeniu PKB. W latach 2006-2007 udział ten kształtował się na poziomie 6,5%. Przełomowym wydarzeniem była współorganizacja Euro 2012, która pozwoliła na uzyskanie najwyższego od 2007 roku udziału turystyki w tworzeniu PKB – ponownie przekroczył on 6%². Świadczy to o stwarzaniu przez turystykę realnych szans na ożywienie gospodarcze obszaru, na którym następuje jej rozwój, a w związku z tym i jego promocję.

¹ G. Spychalski, *Agroturystyka jako element przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo AR w Szczecinie, Szczecin 1998.

² *Strategia rozwoju turystyki na lata 2008-2014*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, 2008.

Celem niniejszego opracowania było ukazanie wpływu, jaki wywiera turystyka, a dokładniej jej szczególna forma – agroturystyka, na ożywienie gospodarcze obszaru, na którym jest rozwijana. W celu rzetelnego wykazania, w jakim stopniu oraz w jaki sposób agroturystyka może oddziaływać na rozwój i promocję obszaru, na którym jest uprawiana, praca została wzbogacona o materiał badawczy zgromadzony dzięki badaniom ankietowym przeprowadzonym w czerwcu 2014 roku na obszarach wybranych gmin, takich jak: Giby, Nowinka, Płaska, Sejny, Suchowola, Suwałki oraz Jeleniewo. Wykorzystano w nim także wyniki badań związane z rozpatrywanym tematem i obecne w literaturze przedmiotu. Ponadto w pracy przedstawiono dostępne źródła finansowania rozwoju turystyki z funduszy unijnych.

Charakterystyka obszaru badawczego

Obszar województwa podlaskiego z racji przygranicznego położenia jest miejscem przenikania się kultury: białoruskiej, litewskiej i rosyjskiej. Tak specyficzną wielonarodowość nie spotyka się w żadnej innej części Polski, co sprawia, że są one nieprzeciętnie cenne pod względem kulturowym. Można to zauważyć w licznych zabytkach charakterystycznych dla kresów wschodnich – kultury materialnej, w tym sakralnej – stanowiących najcenniejszą i najlepiej zachowaną grupę obiektów. Podlasie jest kolebką polskiego prawosławia, to tu w porównaniu z innymi zakątkami Polski znajduje się najwięcej przepięknych, wielowiekowych cerkwi. Cennymi zabytkami są także przydrożne kapliczki, kamienne krzyże oraz wiejskie cmentarze, miejsca ważnych wydarzeń historycznych i folklor niezwykle bogaty w cechy pogranicza kultur, wyróżniający się na całą Europę. Regionalne przysmaki, przyrządzane według tradycyjnej receptury, zachęcają do przyjazdu smakoszy z różnych stron kraju. Ta część Polski jest atrakcyjna turystycznie o każdej porze roku. Miłośników turystyki kwalifikowanej: pieszej i rowerowej zachwycają malownicze szlaki. Liczne zbiorniki wodne przyciągają zwolenników żeglarstwa, kajakarstwa, pletwonurków, ale i rodziny z dziećmi marzące o wypoczynku nad wodą. Myśliwi i wędkarze również kochają te tereny za bogactwo zwierzyny leśnej oraz liczne okazy ryb. Zimą zaś na wzgórzach pokrytych śniegiem są oferowane takie atrakcje, jak: narciarstwo biegowe, zjazdowe, saneczkarstwo³.

Analizowane gminy, a wśród nich: Giby, Krasnopol, Nowinka, Płaska, Sejny, Suchowola, Suwaki, Jeleniewo są położone w województwie podlaskim – najdalej wysuniętym na północny-wschód krańcu kraju. Obszar województwa podlaskiego wchodzi w skład „Zielonych Płuc Polski”, regionu o najmniejszym stopniu zanieczyszczenia środowiska, na którym coraz prężniej rozwija się turystyka. Tamtejsze

³ A. E. Szczepanowski, *Walory i atrakcje turystyczne województwa podlaskiego*, T. II, *Atrakcje kulturowe*, Wydawnictwo WSFIZ w Białymstoku, Białystok 2013.

tereny stanowią głównie obszary wiejskie, których przeważającą funkcją jest funkcja rolnicza, ze względu na brak innych zasobów i możliwości rozwoju przemysłu – surowców naturalnych. Sprawia to, że aktywność gospodarcza ludzi zamieszkujących te tereny skupia się przede wszystkim na mało rentownym rolnictwie – z występującą dominacją małych, rodzinnych gospodarstw rolnych. Predestynuje to do rozwoju funkcji turystycznej na obszarach wiejskich. Zważywszy na niekorzystne warunki do gospodarowania w tym sektorze, ludność rolnicza zapewnia sobie możliwości dodatkowych źródeł dochodów, dzięki gospodarstwom agroturystycznym.

Stworzenie obszernej a zarazem atrakcyjnej oferty turystycznej, wzbudzającej zainteresowanie, jest możliwe dzięki bogactwu i różnorodności ulokowanych na tym obszarze składników potencjału turystycznego. Brak intensywnych i szczególnie inwazyjnych dla środowiska form działalności przemysłowej jest niezaprzeczalnym atutem badanego rejonu. To właśnie niezdegradowane walory przyrodnicze, a szczególnie znaczenie odgrywają tutaj: czyste powietrze, niski poziom hałasu, duży udział obszarów przyrodniczo cennych, zwłaszcza – Suwalski Park Krajobrazowy, Obszar Chronionego Krajobrazu (OCK) Puszczy i Jezior, tereny OCK Pojezierza Północnej Suwalszczyzny, a także Obszary NATURA 2000 i wiele innych⁴, czynią go obszarem wyróżniającym się w skali kraju.

Unikatowe ze względu na wysokie walory przyrodnicze i kulturowe obszary należące do powiatów: sejneńskiego, augustowskiego oraz suwalskiego są znane z ulokowanej tam największej liczby gospodarstw agroturystycznych w całym województwie. Wpływy z turystyki w analizowanych gminach stanowią znaczne źródło budżetów gminnych, dlatego też dbanie o nią jest ważne dla ich mieszkańców⁵.

Wyniki badań

Niecodzienną atrakcyjność kulturową i przyrodniczą badanych gmin potwierdzają wyniki ankiety przeprowadzonej wśród ich mieszkańców. Dla 150 mieszkańców badanego obszaru zostało zadane następujące pytanie: „Czy postrzega Pan/i swoją gminę za atrakcyjną turystycznie?”. Ankietowani w odpowiedzi na postawione im pytanie prawie jednogłośnie potwierdzili, że owszem, są przekonani o istnieniu na tyle interesujących walorów przyrodniczych i kulturowych, które z pewnością stanowią ważny czynnik sprzyjający rozwojowi turystyki na tym terenie. Jedynie 3% ba-

⁴ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.ekoportal.gov.pl/prawo_dokumenty_strategiczne/ochrona_srodowiska_w_polsce_zagadnienia/Ochrona_przyrody/index.html, data wejścia: 15.01.2015].

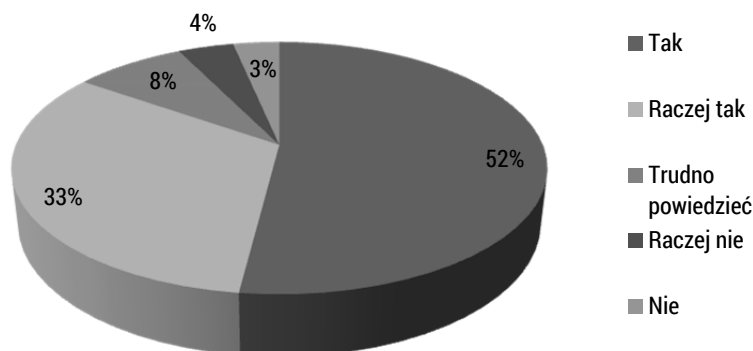
⁵ A. F. Bocian (red.), *Podlasie granicą Europy*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2003.

danych stwierdziło, że nie jest to wystarczający czynnik skłaniający turystów do odwiedzin tego obszaru.

Kolejne 4% ankietowanych również skłaniało się ku takiej odpowiedzi. Może to być spowodowane przeświadczeniem mieszkańców obszarów wiejskich o małej atrakcyjności terenów, na których mieszkają. Konkludując, badani stanowiący 93% ankietowanych byli mniej lub bardziej przekonani o wartości turystycznej zamieszkiwanego obszaru. Odpowiedzi uzyskane podczas wywiadu przedstawiono na rysunku 1.

Rysunek 1.
Postrzeżenie atrakcyjności turystycznej gminy przez jej mieszkańców

Czy postrzega Pan/i swoją gminę za atrakcyjną turystycznie?



Źródło: badania własne.

Turyści, wypoczywający w czerwcu 2014 roku na terenie gmin: Płaska, Suwałki, Jeleniewo, Suchowola, Giby, Nowinka, Krasnopol, Płociczno, Augustów, Białowieża, zostali zapytani o motywy kierujące nimi przy wyborze wypoczynku, a co za tym idzie, również miejsca zakwaterowania na terenie tych gmin. Zaprezentowane poniżej statystyki wskazują, że największe znaczenie związane z liczebnością gości odwiedzających badany obszar miało jego bogactwo kulturowe oraz atrakcyjność przyrodnicza (rysunek 2). Możliwość aktywnego spędzania wolnego czasu także odgrywała w tym przypadku istotną rolę.

Rysunek 2.

Czynniki decydujące o wyborze przez turystów wycieczki na terenie badanych gmin

Jakimi motywami kierował/a się Pan/i, wybierając miejsce zakwaterowania planowanego wycieczki?



Źródło: badania własne.

Turyści przy wyborze miejsca wycieczki kierowali się w dalszej kolejności możliwościami konsumpcji i zakupu produktów wytwarzanych przez zaufanych gospodarzy w miejscu ich zakwaterowania. Około 15% ankietowanych zwracało uwagę na możliwość realizowania własnego hobby w miejscu wycieczki. Natomiast zaledwie 4% respondentów ceniło sobie poznanie kultury regionu poprzez uczestnictwo w tradycyjnych pracach wiejskich.

Agroturystyka dla usługobiorców (bardzo często mieszkańców aglomeracji) stanowi rodzaj turystyki mający, w odróżnieniu od turystyki masowej, ścisły związek turystów ze społecznościami miejscowymi. Jak wynika z badań przeprowadzonych wśród turystów, ich głównymi celami wycieczki były przede wszystkim:

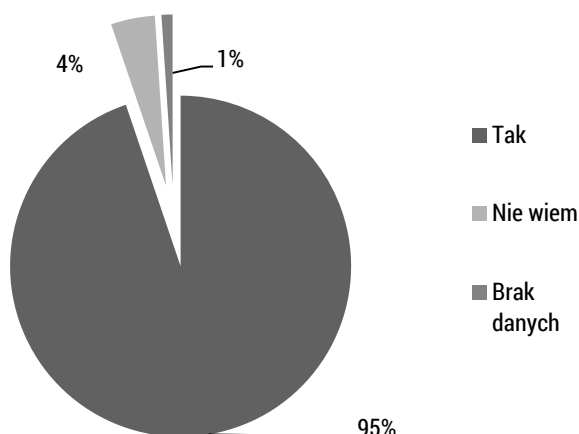
- możliwość przebywania na łonie natury w środowisku uważanym za najmniej zdegradowane przez działalność człowieka;
- zwiedzanie atrakcji kulturowych regionu, zapoznanie się z lokalną tradycją, historią, folklorem;
- chęć doświadczenia tradycyjnych prac gospodarskich;
- możliwość konsumpcji i zakupu regionalnych produktów wytwarzanych w gospodarstwach;
- aktywne spędzanie wolnego czasu, możliwość realizacji hobby – uprawianie sportów, piesze wędrówki szlakami turystycznymi, wędkarstwo i inne.

Turyści coraz częściej szukają naturalnego piękna przyrody, zdrowych i ekologicznych terenów, uciekając przed zmodyfikowaną żywnością. Nawiązanie przez nich bezpośredniego kontaktu z kulturą umożliwia zamieszkanie w gospodarstwie agroturystycznym. Wspomaga ich w tym uczestnictwo w różnorodnych wydarzeniach promocyjno-kulturalnych, które są oferowane przez samych gospodarzy, ale i władze lokalne. Jest to świetna okazja do zainteresowania przyjezdnych okolicą. Terminy uroczystości przypadają w większości na okres letni. Jest to celowy zabieg wzbogacający ofertę turystyczną regionu. Przygotowanie jej dla wymagających turystów wiąże się z: racjonalnym wykorzystaniem potencjału środowiska, dostosowaniem produktów oferowanych przez indywidualne gospodarstwa agroturystyczne oraz odpowiednią infrastrukturą na obszarze wykorzystywanym turystycznie. Promocja odgrywa szczególną rolę, przyciągając wczasowiczów nawet z daleka, a jeśli jakość oferowanego produktu turystycznego spełnia ich oczekiwania, wówczas pozwala zatrzymywać ich na dłużej.

Rysunek 3.

Stopień zainteresowania agroturystyką przez usługobiorców

Czy Pan/i ma zamiar w przyszłości skorzystać z tej formy wypoczynku?



Źródło: badania własne.

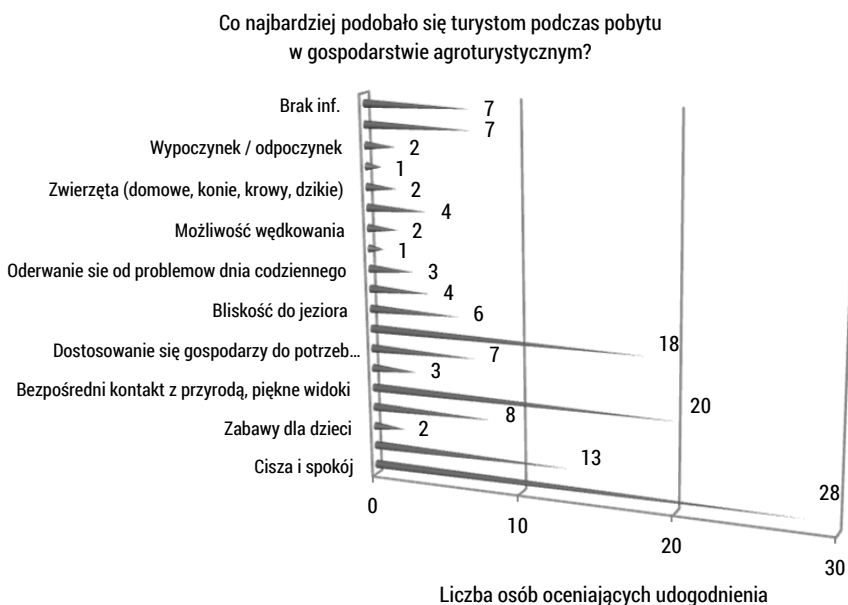
Rysunek 3. przedstawia stopień zainteresowania turystów wypoczywających w chwili przeprowadzania badań w gospodarstwach agroturystycznych, wyrażony chęcią skorzystania w przyszłości z tej formy wypoczynku. Blisko 95% badanych potwierdziło chęć odbycia w przyszłości urlopu wypoczynkowego właśnie w takiej formie. Natomiast 4% ogółu ankietowanych turystów nie był co do tego pewien, zaś

1% ankietowanych nie udzielił na to pytanie żadnej odpowiedzi. Wyniki te świadczą o tym, że duża część osób wybierających tę formę wypoczynku robiła to świadomie, deklarując przy tym ponowne skorzystanie z tej formy wypoczynku w przyszłości. Dostrzegają dużą atrakcyjność okolicy oraz ofertę gospodarstw agroturystycznych, która sprostała ich oczekiwaniom.

Turyści odpowiadali również na pytania odnoszące się konkretnie do oferty gospodarstw agroturystycznych, w których się zatrzymali. Odpowiedź na zadane im wprost pytanie: „Czy oferta gospodarstwa jest wystarczająco satysfakcjonująca?” zachwyciłaby gospodarzy, bowiem turyści udzieliли podobnych odpowiedzi, jak w pytaniu poprzednim, a mianowicie około 55% ankietowanych w pełni odczuło satysfakcję ze świadczonych usług, blisko 43% – „raczej tak”. Jedynie znikomy odsetek badanych zaznaczył odpowiedź: „raczej nie”, lecz jest to niewiele znaczący odsetek niezadowolonych usługobiorców, którzy nie zmienili ogólnego spojrzenia na badaną sferę.

Warto w tym momencie wskazać, co najbardziej podobało się podczas wypoczynku gościom kwater agroturystycznych. Wczasowicze, udzielając odpowiedzi na to pytanie, mieli możliwość wielokrotnego wyboru. Ich odpowiedzi zostały przedstawione na rysunku 4.

Rysunek 4.
Odpowiedzi turystów na pytanie o najbardziej atrakcyjny element podczas ich pobytu w gospodarstwie agroturystycznym



Źródło: badania własne.

Według przyjezdnych do największych atutów, jakie posiadają gospodarstwa agroturystyczne, w których się zatrzymali, należą w kolejności malejącej: cicha i spokojna okolica oraz walory przyrodniczo-kulturowe rejonu, możliwość korzystania z aktywnych form wypoczynku, mili kwaterydawcy dostosowujący się do potrzeb turystów, np. poprzez uzgadnianie godzin posiłków. Reasumując, spośród wszystkich udogodnień i atrakcji według wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych na pierwszym miejscu uplasowała się lokalizacja danego gospodarstwa agroturystycznego – walory krajobrazowe – turystyczne, natomiast dalej dobre relacje z właścicielami. Zdecydowanie mniej liczna grupa zachwycała się wyżywieniem, wiejskim życiem, a także możliwością rozwijania hobby (wędkarstwo), zwierzętami domowymi, jak i dziko żyjącymi czy atrakcjami kulturowymi regionu.

Oferta gospodarstwa agroturystycznego prawie jednogłośnie została uznana przez każdego turystę za interesującą. W odpowiedzi na pytanie: „Czy oferta gospodarstwa jest wystarczająca/satysfakcjonująca?” głosy zostały podzielone na „tak” oraz „raczej tak”. Jedynie znikomy odsetek ankietowanych, a mianowicie około 2% z nich zaznaczyło odpowiedź „raczej nie”. Są to zapewne przypadki osób, które trafiły do słabo wyposażonego gospodarstwa agroturystycznego. Tę tezę może potwierdzać fakt, iż 4% ankietowanych turystów w innym zadanim im pytaniu skarżyło się na brak łazienek i map w pokojach, 1% – na zły dojazd związany ze słabo rozwiniętą infrastrukturą, 1% – na niedomówienia w wynajmie domków, 2% – na brak wypożyczalni sprzętów wodnych, 1% – na niezgodność oferty gospodarstwa ze stanem faktycznym. Jednakże tę formę wypoczynku rodzinie lub znajomym poleciłoby z największą przyjemnością aż 98,96% ankietowanych.

Fundusze unijne umożliwiające wspieranie rozwoju działalności turystycznej

Przełomową datą dla Polski był 1 maja 2004 roku. Wówczas Polska wraz z dziećmioma innymi krajami przystąpiła do Unii Europejskiej i przyjmując jej porządek prawny (ang. *acquiscommunitaire*) stała się podmiotem ponadnarodowej polityki regionalnej (polityki spójności – Unii Europejskiej) – jednej z ważniejszych polityk Unii Europejskiej, która angażuje prawie 1/3 jej wspólnego budżetu. Unia Europejska udziela wsparcia za pośrednictwem różnych funduszy, programów i instrumentów finansowych. Natomiast pięć głównych funduszy wspierających rozwój gospodarczy wszystkich krajów Unii to: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR), Europejski Fundusz Społeczny, Fundusz Spójności, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejski Fundusz Morski

i Rybacki⁶. Przystąpienie do Unii Europejskiej otworzyło Polsce drogę do pozyskiwania znaczącego wsparcia finansowego, stąd z *funduszy strukturalnych – na realizację polityki spójności w latach 2004-2006 przeznaczono 16 mld euro oraz ponad 85 mld euro w latach 2007-2013*⁷. W celu właściwego rozdystrybucowania środków w ramach tych funduszy, tworzone są różnego rodzaju programy i działania mające za zadanie realizację konkretnych celów. Programy te finansują również działania wspierające rozwój turystyki.

Największym spośród funduszy unijnych jest Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR), którego nadrzędnym celem jest wyrównywanie różnic pomiędzy regionami. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego finansuje programy realizujące te cele. Do dziedzin, które oddziałują na rozwój turystyki i mogą być finansowane z tych środków, należą:

- inicjatywy na rzecz rozwoju lokalnego oraz zatrudnienia, jak też działalności małych i średnich przedsiębiorstw;
- infrastruktura;
- rozwój turystyki oraz inwestycji w dziedzinie kultury;
- ochrona i poprawa stanu środowiska.

Beneficjentami środków finansowych na cele turystyczne mogą być przede wszystkim przedsiębiorcy – w tym wypadku kwaterodawcy. O dodatkowe środki mogą także ubiegać się samorzady terytorialne.

Środki na wsparcie rozwoju turystyki w latach 2007-2013 zostały uwzględnione w 16 Regionalnych Programach Operacyjnych, z których każdy jest przeznaczony dla odrębnego województwa, w Programie Innowacyjna Gospodarka, jak również w Programie Operacyjnym Rozwój Polski Wschodniej. Określona część środków przeznaczonych na realizację tych programów jest zarezerwowana na wspieranie następujących obszarów działań związanych z⁸:

- rewitalizacją obszarów zdegradowanych – środki można pozyskać m.in. na przystosowanie przestrzeni publicznej do celów obsługi ruchu turystycznego;
- turystyką kulturową – dofinansowanie m.in. zagospodarowania otoczenia obiektów zabytkowych oraz obiektów dziedzictwa kulturowego;
- ochroną przyrody – wspieranie m.in. poprawy funkcjonowania infrastruktury ochrony środowiska na rzecz utrzymania wysokich standardów ekologicznych;
- działaniami z zakresu turystyki wspomagającymi społeczno-ekonomiczny rozwój regionów, do których można zaliczyć: rozbudowę bazy noclegowej, rozwój i modernizację infrastruktury gastronomicznej – w szczególności z zakresu kuchni regionalnej;

⁶ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady/czym-sa-fundusze-europejskie/>], data wejścia: 10.02.2015].

⁷ *Efekty polityki spójności UE w Polsce*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 2009.

⁸ G. Spychalski, op. cit.

- promocją działalności i aktywności turystycznej – wspieranie m. in.: organizacji imprez wystawienniczych i targowych oraz wydarzeń o randze ponadregionalnej związanej z promocją walorów turystycznych regionu.

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (POIG) (2007-2013) jest finansowany w 85% z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i w 15% z budżetu państwa. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka jest spośród wszystkich programów operacyjnych w największym stopniu skierowany do przedsiębiorców. W zakresie jego polityki są prowadzone następujące działania wspierające rozwój turystyki:

- 6.3. Promocja turystycznych walorów;
- 6.4. Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym.

Środki finansowe w ramach tego programu są przeznaczane m.in. na przedsięwzięcia niezbędne z punktu widzenia promocji turystycznych walorów Polski, w tym: tworzenie nowych, innowacyjnych typów produktów i usług turystycznych systemu informacji turystycznej, a także inwestycje w zakresie produktów turystycznych o znaczeniu ponadregionalnym⁹.

Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej (2007-2013) obejmuje swym zasięgiem województwa: podlaskie, lubelskie, podkarpackie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie. Można z niego pozyskać środki na działania mające na celu, szeroko pojęte, zwiększenie roli zrównoważonej turystyki w gospodarczym rozwoju makroregionu: wzrost zainteresowania ofertą turystyczną obejmujący m.in. promocję Polski Wschodniej jako miejsca aktywnego wypoczynku oraz rozwój turystyki rowerowej na tym obszarze¹⁰.

W sytuacji planowania inwestycji w zakresie rozwoju turystyki na obszarach wiejskich możliwości wsparcia finansowego należy szukać w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Działania, które są przeznaczone na rozwój tego typu inwestycji, to przede wszystkim:

- Działanie 311. Różnicowanie w kierunku działalności pozarolniczej;
- Działanie 312. Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw.

Źródłem zewnętrznego finansowania działalności turystycznej mogą być środki pozyskiwane w ramach Lokalnych Grup Działania i Lokalnych Grup Rybackich. Przykładem jest Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka, (LGR) które wskazano w ankiecie jako zewnętrzne źródło finansowania działalności agroturystycznej. Jego motywem przewodnim jest wspieranie zrównoważonego rozwoju społecznego, kulturalnego i gospodarczego obszarów zależnych od rybactwa. Priorytety działania Stowarzyszenia LGR dotyczą poprawy infrastruktury technicznej i rozwoju turystyki dzięki dziedzictwu kulturowemu i zasobom naturalnym regionu. Beneficjenci mogą

⁹ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG>, data wejścia: 20.01.2015].

¹⁰ Program Operacyjny Polska Wschodnia 2014-2020, (projekt), grudzień 2013.

otrzymać nawet do 900 000 zł na działania związane z rozwojem turystyki na danym terenie.

Do przykładowych działań wspieranych ze środków Stowarzyszenia LGR można zaliczyć¹¹:

- budowę lub modernizację lokali z przeznaczeniem na wynajem;
- budowę i prowadzenie ośrodków campingowych;
- uruchamianie wypożyczalni sprzętu pływającego (kajaki, rowery wodne, łodzie, jachty żaglowe, łodzie motorowe itp.);
- organizowanie wycieczek jachtowych, szkoleń żeglarskich;
- uruchamianie lokalnych punktów gastronomicznych (smażalni ryb, wędzarni, barów rybnych).

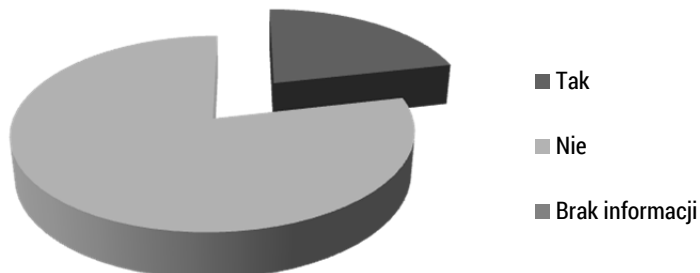
Duża atrakcyjność turystyczna i wysoki udział terenów objętych ochroną programu NATURA 2000 pociąga za sobą możliwości dalszego rozszerzania agroturystyki na analizowanym obszarze.

Wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że kwaterodawcy w zdecydowanej większości nie korzystali z możliwości dofinansowania swej działalności, zaś pozostali, stanowiący zdecydowaną większość, nie starali się o dodatkowe źródła finansowania (rysunek 5). Jednakże wśród ankietowanych znalazło się również wąskie grono przedsiębiorców korzystających z oferowanego wsparcia finansowego. Wśród nich do najbardziej popularnych dofinansowań należą środki unijne. Kwaterodawcy najczęściej korzystali ze środków oferowanych przez: Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Lokalną Grupę Rybacką (LGR).

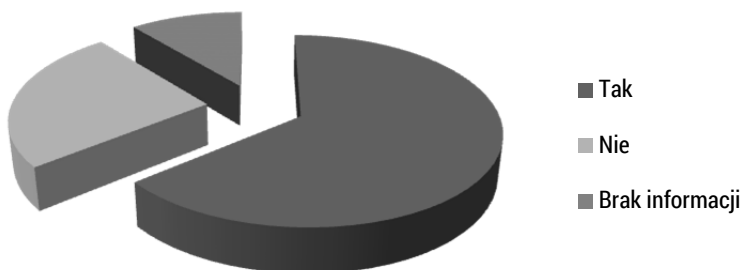
¹¹Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.dbc.wroc.pl/Content/15958/PrzeorekSmyka_Zrodla_finansowania_aktywnosci_turystycznej_na.pdf, data wejścia: 23.02.2015].

Rysunek 5.
Stopień finansowania zewnętrznego działalności agroturystycznej

Czy korzysta Pan/i ze wsparcia finansowego na rozwój działalności gospodarczej?



Czy korzysta Pan/i ze środków finansowania UE na rozwój turystyki?



Źródło: badania własne.

Podsumowanie

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że agroturystyka na analizowanym obszarze ma wiele możliwości ekspansji. Podlaskie jest województwem o niezwykłym potencjale turystycznym, unikatowym środowisku kulturowym i przyrodniczym, terenem najmniej skażonym i zmienionym przez działalność człowieka, czyniąc go tym samym wyjątkowym. Pomimo nie rozwiniętej na zbyt wielką skalę infrastruktury turystycznej, obszary te znajdują wielu zwolenników wypoczynku zarówno z kraju, jak i zza granicy. Przyjezdni chwalą sobie te tereny, choć brakuje pewnych udogodnień, nie rezygnują z wypoczynku w tym miejscu, wręcz przeciwnie, planują kolejne wczasy w tej okolicy.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych mają bardzo duży udział w promowaniu regionu i jego oferty turystycznej. Mogą korzystać z wielu źródeł dofinansowania swej działalności. Należą do nich środki unijne, których beneficjentami mogą być kwaterodawcy i samorządy lokalne. Są to środki pochodzące głównie z polityki spójności. Przedsiębiorcy jednak nie są zbyt dobrze poinformowani o tych licznych strumieniach finansowych, które czekają właśnie na nich. Fundusze te można pozyskać zarówno z programów unijnych, jak i lokalnych organizacji czy stowarzyszeń działających na rzecz lokalnego rozwoju i promocji turystyki. Jednym z mankamentów niekorzystnie wpływających na rozwój turystyki jest słabe uświadomienie kwaterodawców o możliwościach pozyskania środków finansowych. Metodą zapobiegającą temu zjawisku jest organizowane przez instytucje doradcze i samorządy lokalne różnego rodzaju szkoleń i spotkań informacyjnych. Troska władz o rozpowszechnienie tego typu informacji powinna w przyszłości zaowocować wzmożonym napływem turystów bądź zwiększoną atrakcyjnością spowodowaną podniesieniem poziomu infrastruktury. To z kolei przyczyni się do dalszego i jeszcze skuteczniejszego promowania regionu.

Bibliografia

1. Bocian A.F. (red.), *Podlasie granicą Europy*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2003.
2. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.ekoportal.gov.pl/prawo_dokumenty_strategiczne/ochrona_srodowiska_w_polsce_zagadnienia/Ochrona_przyrody/index.html, data wejścia: 15.01.2015].
3. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.dbc.wroc.pl/Content/15958/PrzeorekSmyka_Zrodla_finansowania_aktynyosci_turystycznej_na.pdf, data wejścia: 23.02.2015].
4. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady/czym-sa-fundusze-europejskie/> data wejścia: 10.02.2015].
5. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG>, data wejścia: 20.02.2015].
6. *Efekty polityki spójności UE w Polsce*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, sierpień 2009.
7. Program Operacyjny Polska Wschodnia 2014-2020, (projekt), grudzień 2013.
8. Spychalski G., *Agroturystyka jako element przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo AR w Szczecinie, Szczecin 1998.
9. *Strategia rozwoju turystyki na lata 2008-2014*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, 2008.
10. Szczepanowski A.E., *Walory i atrakcje turystyczne województwa podlaskiego*, T. II, *Atrakcje kulturowe*, Wydawnictwo WSFiZ w Białymstoku, Białystok 2013.

Postrzeganie agroturystyki w województwie podlaskim

Perception of agritourism province Podlaskie

Streszczenie

Głównym celem artykułu była analiza wyników badań dotyczących postrzegania agroturystyki województwa podlaskiego. Zanim to uczyniono, przedstawiono definicję agroturystyki, jej rolę i funkcje. Ukazano rolę przestrzeni agroturystycznej. W opracowaniu zaprezentowano także bogactwo województwa podlaskiego, podkreślając znaczenie istniejących tam parków narodowych. W agroturystyce dużą rolę ograło otoczenie. Piękne krajobrazy, spokój, kuchnia regionalna i wiele innych czynników bardzo pozytywnie wpływało na osoby odwiedzające województwo. Zasadniczym problemem było właściwe wykorzystanie walorów, jakie daje otoczenie.

Słowa kluczowe: agroturystyka, funkcje agroturystyki, przestrzeń agroturystyczna, województwo podlaskie, parki narodowe

Summary

The main purpose in this article was put on presentation of research results on the perception of agritourism Podlaskie. Before this was done is shown the definition of agritourism, its role and functions. It shown the role of agritourism space. The elaboration also presents a wealth of the province Podlaskie emphasize the importance of the existing national parks there. In agritourism an important role plays environment. Beautiful scenery, tranquility, regional cuisine and many other factors affect a very positive effect on visitors province. The main problem was the proper use of the advantages offered by the environment.

Key words: agritourism, agritourism functions, agritourism space, Podlaskie province, national parks

Wstęp

W ostatnich latach agroturystyka rozwija się stosunkowo szybko. Jest to forma odpoczynku organizowana przez gospodarstwa rolne. Taka forma wypoczynku z roku na rok ma coraz większą liczbę chętnych¹. Sprzyja temu cisza, spokój czy obecność natury na terenach agroturystycznych. Przestrzeń agroturystyczna bogata w walory przyrodnicze i architektoniczne służy rozwojowi i powodzeniu gospodarstw, które chcą stać się podmiotami świadczącymi usługi agroturystyczne.

Województwo podlaskie jest malowniczym regionem położonym w północno-wschodniej Polsce. Obszar obejmuje po części: Podlasie, Suwalszczyznę, Mazowsze, Polesie i w niewielkiej ilości Ruś Czarną i Mazury, przez co sprawia, że jest bardzo atrakcyjny turystycznie². Na terenie województwa znajdują się cztery parki narodowe, w tym: Białowiecki, Biebrzański, Wigierski i Narwiański Park Narodowy. Każdy z nich zachwyca swoją różnorodnością. Znajdują się tu także trzy parki krajobrazowe oraz osiemdziesiąt siedem rezerwatów przyrody i obszary chronionego krajobrazu³.

Cel i metodyka badawcza

Na terenie wybranych gmin województwa, tj.: Augustów, Bargłów Kościelny, Białystok, Bielsk Podlaski, Jeleniewo, Płaska, Sucha Rzeczka, Suchowola, Suwałki, Sztabin i Wasilków, przeprowadzono badania, które objęły mieszkańców, podmioty świadczące usługi agroturystyczne i turystów. Zostało przebadanych stu pięćdziesięciu mieszkańców różnych gmin, dziewięćdziesięciu sześciu turystów i czterdzieści dwa podmioty świadczące usługi agroturystyczne na terenie analizowanego województwa. Badania miały pomóc w uzyskaniu odpowiedzi na temat, jak postrzegana jest agroturystyka w województwie podlaskim, czy jest widoczna i zadowalająca? W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety. Badana osoba miała za zadanie wypełnić otrzymany kwestionariusz ankiety.

¹ M. Roman, K. Nuskiewicz, *Znaczenie i perspektywy rozwoju agroturystyki*, [w:] *Warunki rozwoju obszarów wiejskich*, red. Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Wrocław 2013, s. 13-14.

² Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://wrotapodlasia.pl/>], data wejścia: 23.02.2015].

³ E. Łodzińska, W. Wieczorek, *Podlasie: przewodnik + atlas*, Wydawnictwo DEMART, Warszawa 2012, s. 58-179.

Agroturystyka w literaturze

Agroturystyka jest bardzo ważnym pojęciem w dzisiejszych czasach. Dla turysty oznacza ona wypoczynek w środowisku rolniczym, na wsi, korzystając z uroków, jakie daje natura, a także poznawanie produkcji rolniczej. Dla podmiotów świadczących takie usługi wiąże się to również z usługami: hotelarstwa, gastronomii, rekreacji, wypoczynku, sportu czy lecznictwa i rehabilitacji⁴.

Agroturystyka jest alternatywnym źródłem dochodów dla mieszkańców wsi poza rolnictwem. Gospodarstwa nie tylko kwaterują turystów oraz zapewniają im posiłki, ale pokazują inne formy wypoczynku, np. wędkarstwo, jazdę konną, piesze wycieczki po malowniczych krainach czy parkach narodowych. Podmioty agroturystyczne bardzo często oferują zarazem zajęcia artystyczne, np. haftowanie oraz kulinarne, w tym np. wypiekanie chleba⁵. Gospodarstwa agroturystyczne powinny urozmaicać swoje oferty, ponieważ tym samym zwiększą liczbę turystów, wśród których obecnie panuje moda na spędzanie wolnego czasu w otoczeniu natury⁶.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego, w 2011 roku w Polsce było 7852 obiektów agroturystycznych, w tym 609 na terenie województwa podlaskiego, co dało mu 6. miejsce w porównaniu z innymi województwami⁷.

Można zauważyć, że ludność ucieka z miast na wieś bądź na pogranicza miast. Choć nie dla wszystkich jest to dobre rozwiązanie, zwłaszcza dla tych osób, które pracują w mieście. Dlatego naprzeciw wychodzą im gospodarstwa agroturystyczne. Współczesny człowiek potrzebuje kontaktu z naturą, atmosferą wiejskości, ciszą i spokojem, odgłosami wsi i jej zapachem. Te wszystkie czynniki uspokajają, pomagają się zrelaksować i spojrzeć na pewne sprawy inaczej, działają wyciszająco⁸. Współczesna turystyka jest także stylem życia i sposobem poznawania kultury, ludzi, przyrody⁹.

Agroturystyka pełni wiele różnorodnych funkcji. Ma ona duże znaczenie nie tylko dla ludności miejskiej, ale również wiejskiej. Funkcje agroturystyki można podzielić na trzy grupy, w tym: socjopsychologiczne, ekonomiczne i środowiskowe. Agroturystyka pomaga pozyskać dodatkowe źródła dochodów dla ludności wiejskiej, gmin czy też województwa, wpływa na rozwój lokalnej infrastruktury, przez co podnosi standardy życia mieszkańców wsi. Do funkcji agroturystyki można zaliczyć

⁴ M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006, s. 15.

⁵ Tamże, s. 16.

⁶ B. Meyer (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 31.

⁷ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://stat.gov.pl/>, data wejścia: 23.02.2015].

⁸ J. Sikora, *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2012, s. 15-18.

⁹ G. Gołębski, *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 9.

jednocześnie: zwiększenie rynku bezpośredniego dzięki zwiększaniu liczby baz noclegowych, podwyższanie jakości oferowanych usług oraz poszerzanie asortymentu o produkty żywnościowe, jak również rękodzieło. Agroturystyka oddziałuje na zmniejszenie odpływu ludności z terenów wiejskich oraz służy dbaniu o estetykę wsi¹⁰.

Bardzo ważną rolę w agroturystyce odgrywa marketing. Na obszarach wiejskich stosuje się wszystkie elementy marketingu-mix, w skład którego wchodzi: produkt, miejsce, promocja i cena, lecz zarazem konieczne jest dodanie czynnika ludzkiego. To właśnie ludzie są podstawą agroturystyki¹¹. Założeniem koncepcji marketingowej jest myślenie w kategoriach potrzeb klientów¹². Natomiast promocja odbywa się zazwyczaj za pomocą ulotek, folderów czy też reklamy w Internecie¹³.

Istotną rolę w agroturystyce odgrywa również zarządzanie. Można tu wymienić zarządzanie: zasobami ludzkimi, produktami, usługami agroturystycznymi bądź jakością. Wszystkie te elementy mają ogromny wpływ na funkcjonowanie agroturystyki i przynoszą efekty ekonomiczne. Właściciele gospodarstw agroturystycznych powinni: okazywać gościnność, serwować posiłki, udostępniać program artystyczny oraz atrakcje turystyczne, a także zadbać o wystrój wnętrz i estetyczne otoczenie¹⁴.

Działalność agroturystyczna nie może się obyć bez otaczającej ją przestrzeni. Przestrzeń agroturystyczna obejmuje obszar, gdzie znajduje się gospodarstwo świadczące usługi agroturystyczne, w tym: ukształtowanie terenu oraz architekturę okolicy, czystość wód, powietrza itp.¹⁵.

Wartość przestrzeni agroturystycznej określają: piękno krajobrazu, tereny dzikiej natury, kulturowe dziedzictwo materialne i etniczne, warunki do np. wędkarstwa, wędrowek terenowych, to zarazem dobre i efektywne zarządzanie. Bez walorów przyrodniczych i/lub architektonicznych gospodarstwo agroturystyczne będzie przynosiło bardzo niskie dochody bądź narazi się na koszty¹⁶.

Atrakcyjność turystyczną można podzielić na kilka kategorii. Należy brać pod uwagę: walory, bazę materialną, dostępność komunikacyjną, stan środowiska naturalnego i społeczność lokalną. Do walorów zalicza się przestrzeń: przyrodniczą, historyczną i architektoniczną. Baza materialna ma na celu zapewnienie: noclegu, wyżywienia, komunikacji. Przez kategorię dostępności komunikacyjnej rozumie się połączenia komunikacyjne, a także ułatwienia przy pozyskiwaniu paszportów i wiz. Stan środowiska naturalnego zawiera podgrupy, tj.: poziom zanieczyszczenia i rezultaty

¹⁰ M. Sznajder, L. Przezbórska, op. cit., s. 20-21.

¹¹ Tamże, s. 23.

¹² A. Panasiuk (red.), *Marketing w turystyce i rekreacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 83.

¹³ M. Sznajder, L. Przezbórska, op. cit., s. 23.

¹⁴ Tamże, s. 24.

¹⁵ Tamże, s. 56.

¹⁶ Tamże, s. 56-58.

działań z zakresu ochrony środowiska. Natomiast społeczność lokalna to stosunek, jaki posiada ludność miejscowa do turystów¹⁷.

Bardzo ważnym elementem w agroturystyce jest równocześnie rozwój wiejskiej turystyki kulturowej. Aby taka inicjatywa zakończyła się dobrze, trzeba pokonać mogące się pojawić bariery. Do takich barier można zaliczyć m.in.: małą wiedzę społeczeństwa o kulturze ludowej, w tym wiedzę organizatorów, słabą promocję sztuki ludowej, małą liczbę widowisk kulturowych, zbyt słabą promocję walorów kulturowych, mierne jakościowo materiały promocyjne, nieodpowiednie przygotowanie kadry zajmującej się turystami¹⁸.

Bogactwo województwa podlaskiego

Województwo podlaskie jest regionem bardzo bogatym w walory przyrodnicze. Przez jego środek przepływa rzeka Narew. Województwo obejmuje północno-wschodnią część Polski. Obszar kusi piękną Suwalszczyzną, Podlasiem, częścią Mazowsza, Polesia, a także Rusią Czarną i Mazurami¹⁹. Podlasie należy do najczystszych ekologicznie regionów Polski²⁰.

Do województwa tego należą cztery parki narodowe, trzy parki krajobrazowe, jak również osiemdziesiąt siedem rezerwatów przyrody i obszary chronionego krajobrazu. Jest to tylko część tego, co niezwykle cenne przyrodniczo na tym terenie. Województwo podlaskie zajmuje powierzchnię powyżej 20 tysięcy km², oferując przy tym nie tylko parki narodowe czy krajobrazowe, ale zarazem krainy bagien, puszczy i torfowisk oraz wiele zabytków²¹.

Mieszkając w gospodarstwie agroturystycznym znajdującym się w pobliżu Białowieckiego Parku Narodowego, można podziwiać Puszcę Białowiecką. Ten najstarszy park w Polsce oferuje naturalne ekosystemy leśne, średniowieczne kurhany i las dębowo-grabowy. W parku można natrafić na żubry czy też jelenie²². Park jest wpisany na listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego jako jedyny obiekt przyrodniczy w Polsce²³.

¹⁷ M. Zdon-Korzeniowska, *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 44.

¹⁸ T. Jędrzyak, *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2010, s. 139.

¹⁹ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://wrotapodlasia.pl/>, data wejścia: 23.02.2015].

²⁰ T. Jędrzyak, op. cit., s. 11.

²¹ E. Łodzińska, W. Wieczorek, op. cit., s. 8-179.

²² R. Marcinek, Z. Mirek, *Polska Parki Narodowe*, Wydawnictwo Ryszard Kluszczyński, Kraków 2003, s. 11-14.

²³ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ochrona-przyrody.edu.pl/parki-narodowe/>, data wejścia: 23.02.2015].

Biebrzański Park Narodowy jest największym parkiem w Polsce i Europie. Posiada ogromne i niezmienione dolinowe torfowiska, dużą różnorodność gatunków roślin, ptaków i innych zwierząt oraz naturalne ekosystemy. Przez park przepływa rzeka Biebrza, która stworzyła wiele starorzeczy²⁴. Jest to obszar chroniony programem Natura 2000. Teren parku ma przygotowane 483 km szlaków turystycznych na wycieczki: piesze, konne, rowerowe czy też ścieżki edukacyjne²⁵.

Do równie pięknego i naturalnego parku w województwie podlaskim należy Wigierski Park Narodowy. Obejmuje on jezioro Wigry i ponad czterdzieści mniejszych jezior. Zachwyca Puszcą Augustowską, torfowiskami oraz fragmentem doliny Czarnej Hańczy. Występują tu niezwykle cenne ekosystemy wodne²⁶. W północnej części parku można podziwiać moreny czołowe, ozy, kemy, rynny lodowcowe i wytopiskowe misy jezior. Natomiast na południu można zobaczyć teren równinny z piaskami sandrowymi. Park okrywają lasy sosnowo-świerkowe²⁷.

Natomiast Narwiański Park Narodowy kusi największym obszarem mokradeł w Europie. Park jest nazywany „Polską Amazonią”, ponieważ ma liczne rozlewiska, które napełniają się wodą w okresie wiosennym i letnim²⁸. Można podziwiać tu różnorodność świata wodnego, a także ptaków wędrownych²⁹.

Parki narodowe przyciągają swym spokojem, ciszą i naturalnym środowiskiem. Są idealnym miejscem na wycieczki piesze czy też rowerowe. Człowiek może kontemplować piękny i nienaruszony ludzką ręką teren.

Parki krajobrazowe, takie jak: Suwalski Park Krajobrazowy, Park Krajobrazowy Puszczy Knyszyńskiej i Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi ukazują piękno przyrody i naturalności.

Województwo podlaskie to nie tylko parki narodowe czy krajobrazowe, lecz to również województwo z licznymi zabytkami, starymi kościołami, dworami. Województwo zachęca do odwiedzin starymi tradycjami. Na Suwalszczyźnie piecze się tradycyjne sękacze, w Korycinie można skosztować „szwajcarskiego” sera bez „polepszaczy” i konserwantów, w Lipsku wytwarza się starodawny weselny korowaj. Podlasie słynie z wielu tradycyjnych potraw, takich jak: np. kakory, kraszanka, kurhil, psiuta, śmieciuchy czy wiele, wiele innych. W gospodarstwach agroturystycznych są podawane tradycyjne przysmaki Podlasia. W województwie można spotkać wiele

²⁴ R. Marcinek, Z. Mirek, op. cit., s. 15-20.

²⁵ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ochrona-przyrody.edu.pl/parki-narodowe/>], data wejścia: 23.02.2015].

²⁶ R. Marcinek, Z. Mirek, op. cit., s. 105-108.

²⁷ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ochrona-przyrody.edu.pl/parki-narodowe/>], data wejścia: 23.02.2015].

²⁸ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ochrona-przyrody.edu.pl/parki-narodowe/>], data wejścia: 23.02.2015].

²⁹ R. Marcinek, Z. Mirek, op. cit., s. 59-62.

tradycyjnych restauracji, zabaw z kapelami ludowymi, dużo rękodzieła wytwarzanego tak jak kiedyś, np. jajka wielkanocne barwione naturalnie w kąpieli w skorupkach z cebuli³⁰.

Obszar województwa podlaskiego jest bardzo zróżnicowany kulturowo i religijnie. Występują tu takie religie, jak: prawosławie, katolicyzm, protestantyzm i wiele innych. Można zauważyć tu kulturę Wschodu i Zachodu. Według Gołębskiego: *odrębność kulturowa danego regionu niejednokrotnie stanowi o jego atrakcyjności i może być podstawą tworzenia produktu turystycznego*³¹.

Województwo podlaskie powinno stawiać na rozwój agroturystyki i wspierać gospodarstwa agroturystyczne. Obecny trend na obcowanie z naturą, pięknym krajobrazem, czystym środowiskiem nie przeminie tak szybko. Jest to bardzo dobra alternatywa dla gospodarstw, które nie chcą prowadzić tylko działalności rolniczej. Jest to równocześnie duża szansa na rozwój regionów Podlasia.

Wyniki badań

W czerwcu 2014 roku zostały przeprowadzone badania w wybranych gminach wiejskich województwa podlaskiego dotyczące roli agroturystyki. Badania przeprowadzili studenci II roku Ekonomii, Wydziału Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Koło Miłośników Turystyki, Ekologii i Przedsiębiorczości Zespołu Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego im. Jadwigi Dziubińskiej w Gołdówce oraz Studenckie Koło Naukowe Ekonomistów Turystyki Uniwersytetu w Białymstoku. Analiza objęła mieszkańców tego województwa, właścicieli gospodarstw agroturystycznych, a także turystów wypoczywających w tych obiektach. Każda kategoria badanych osób miała inny kwestionariusz ankiety, ponieważ dążono do uzyskania różnych spojrzeń na agroturystykę w tym regionie.

Mieszkańcy odpowiedzieli na pytania związane z atrakcyjnością turystyczną gminy oraz stosunkiem do turystów. Usługodawcy zostali zapytani o ich gospodarstwa i działalność turystyczną, natomiast turyści odpowiedzieli na pytania związane z kwaterą agroturystyczną i wypoczynkiem.

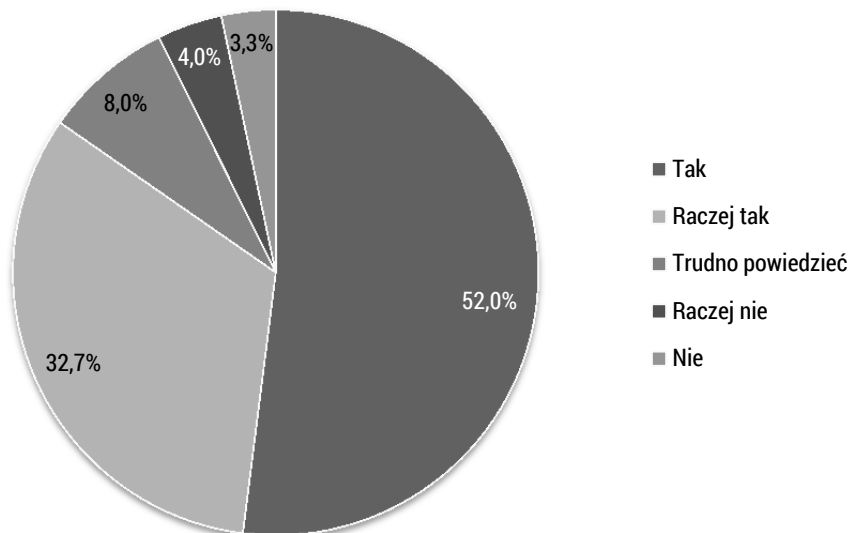
Mieszkańcy objęci badaniami w większości pochodzili z gminy Augustów, a pozostali z gmin: Suwałki, Sztabin, Jeleniewo oraz Suchowola. W sumie zostało przebadanych 150 mieszkańców województwa podlaskiego.

Ponad połowa przebadanych osób uważała, że gminy w województwie podlaskim są atrakcyjne turystycznie. Tymczasem co trzeci badany stwierdził, że raczej tak. Tylko nieliczni negatywnie postrzegali gminę.

³⁰ E. Łodzińska, W. Wieczorek, op. cit., s. 8-179.

³¹ G. Gołębski, *Walory kulturowe jako element tworzący jakość produktu turystycznego*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 339.

Wykres 1.
Atrakcyjność turystyczna gmin wiejskich województwa podlaskiego
w opinii badanych mieszkańców (%)



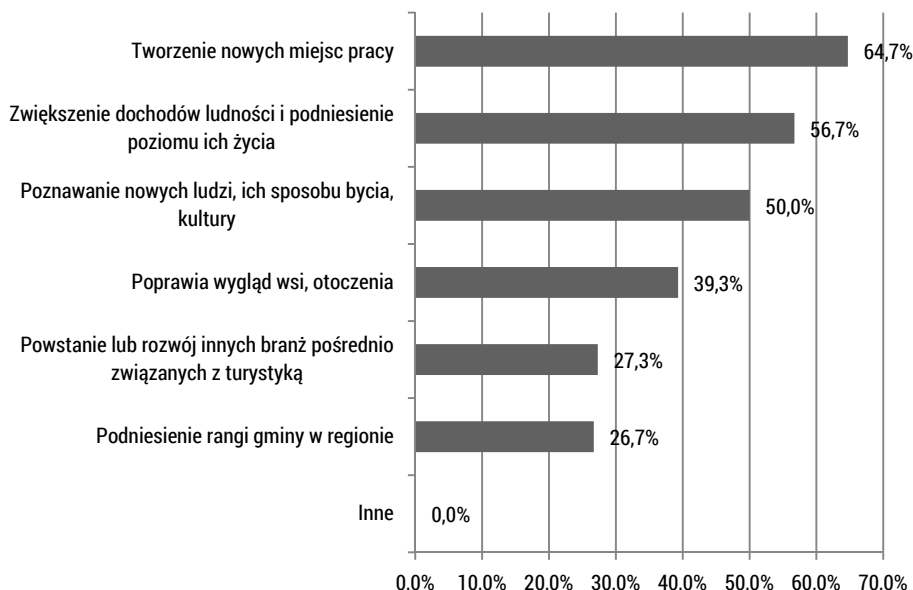
Źródło: badania własne.

Co piąty mieszkaniec często spotykał na swojej drodze turystów. Natomiast 11,3% nie miało z nimi żadnej styczności. Jeżeli osoby zamieszkujące gminy województwa podlaskiego miały kontakt z turystami, to w ponad 70,0% miały do nich pozytywny stosunek, a niecałe 30,0% obojętny. Mieszkańcy, którzy mieli pozytywny stosunek do turystów, tłumaczyli to w głównej mierze tym, iż przyjezdni byli dla nich mili, jak również przyczynili się do wzrostu ich dochodów. Mieszkańcy w prawie 60,0% uważali, że ich gmina powinna rozwijać turystykę, tłumacząc to: wzrostem liczby miejsc pracy i dochodów, szansą na rozwój, promocją miast, a także tym, że krajobraz i otoczenie jest piękne.

Badani dostrzegali same korzyści z rozwoju turystyki na ich terenach. Upatrywali w tym: tworzenia nowych miejsc pracy, zwiększania dochodów ludności i podnoszenia standardów życia, a zarazem poznawania nowych ludzi wraz z ich kulturą i sposobem bycia. Szczegółowe informacje na ten temat zaprezentowano na wykresie 2.

Mieszkańcy pytani o to, jaki mają stosunek do osób prowadzących działalność gospodarczą, odpowiedzieli, że próbują takie działania i przyglądali się im z ciekawością bądź też byli obojętni. Prawie jednogłośnie mieszkańcy odpowiedzieli, że nie uzyskiwali korzyści materialnych związanych z pobytem przyjezdnych.

Wykres 2.
 Korzyści dla gminy wynikające z rozwoju turystyki (%)



Źródło: badania własne.

Podsumowując, większość badanych mieszkańców województwa podlaskiego bardzo pozytywnie traktowała rozwój działalności turystycznej swoich gmin. Widzieli w tym wiele korzyści, nie tylko dla siebie, ale także dla gminy.

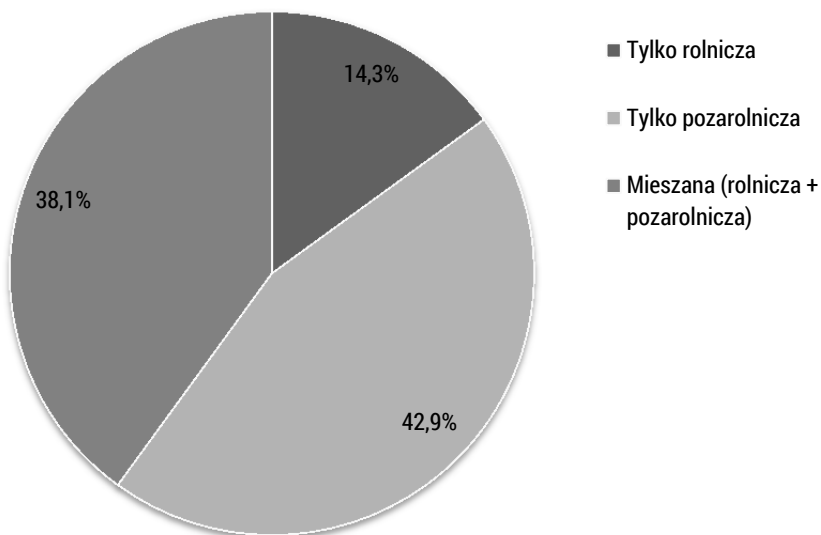
Kwestionariusz ankiety wypełniły również osoby posiadające gospodarstwa agroturystyczne. W sumie zostało przebadanych 42 właścicieli. Wśród nich 35,7% stanowiły osoby z gminy Płaska, a 21,4% z gminy Suwałki. Z pozostałych gmin osoby stanowiły po 7,1% z całości zbadanych.

Respondenci zostali zapytani o powierzchnię swoich gospodarstw i największą grupę tworzyły osoby mające 3 ha, zaś odpowiedzi na to pytanie nie udzieliło aż 28,6% badanych. Natomiast 4,8% osób posiadało gospodarstwa ponad 20 ha.

Za tym, że prowadzi jedynie działalność pozarolniczą, opowiedziało się aż 42,9% gospodarstw, a 38,1% za mieszaną, czyli rolniczą i pozarolniczą (wykres 3). Respondenci otrzymali również pytanie związane z wykształceniem kierownika gospodarstwa i sporą grupę stanowiły osoby z wykształceniem średnim, zaraz na drugim były osoby z wykształceniem wyższym. Pojawiło się także pytanie o wiek właściciela gospodarstwa, a tutaj najliczniejszą grupę stanowiły osoby z przedziałów wiekowych: 41-45, 46-50, 51-55 i 56-60 lat. W gospodarstwach agroturystycznych

dominował model czteroosobowej rodziny. W prawie 70,0% w rodzinie był następcą do przejęcia gospodarstwa.

Wykres 3.
Rodzaj działalności gospodarczej, jaką prowadzą badane osoby
w województwie podlaskim (%)



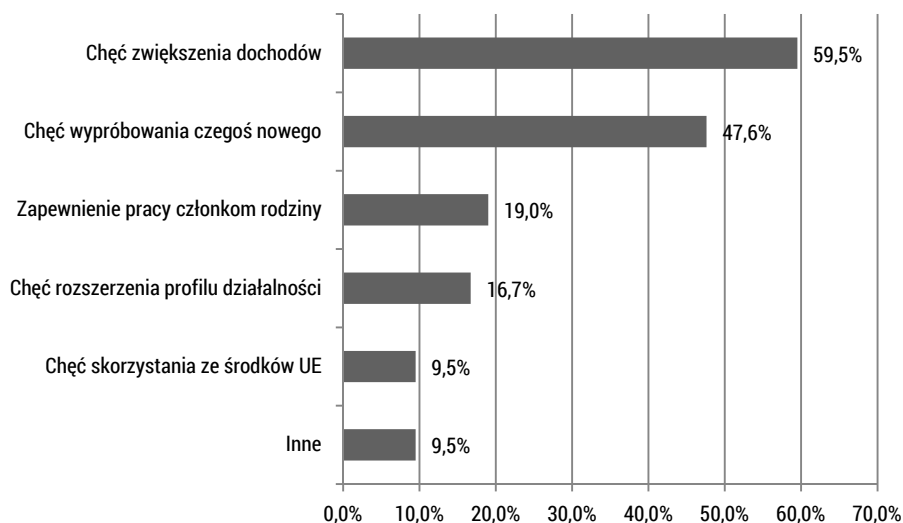
Źródło: badania własne.

Podmioty świadczące usługi agroturystyczne zdecydowały się na taką działalność ze względu na zwiększenie dochodów i chęć spróbowania czegoś nowego (wykres 4). Inne przyczyny wymieniło także 9,5% badanych, m.in.: chęć pokazywania pięknych terenów gminy i okolic, zainteresowanie taką tematyką oraz chęć wykorzystania i zagospodarowania wolnych pomieszczeń i przestrzeni. Właściciele gospodarstw w większości oferowali od 10 do 20 miejsc noclegowych. Najwięcej podmiotów świadczących usługi agroturystyczne powstało w: 2000, 2006 i 2008 roku.

Wśród badanych prawie 60,0% gospodarstw oferowało wyżywienie dla przyjezdnych. Usługodawcy proponowali przyjezdnym także dodatkowe atrakcje, wśród nich można wymienić przede wszystkim: wypożyczalnię sprzętu wodnego, a także rowerów, spływy kajakowe, grille, ogniska, saunę oraz jazdę konną. Choć właściciele gospodarstw zajmowali się pracą pozarolniczą, to tylko połowa badanych osób stwierdziła, że ich przychody z działalności turystycznej wynosiły do 25,0%, dla 1/3 respondentów te dochody wynosiły już prawie 50,0%.

Wykres 4.

Przesłanki do podjęcia działalności turystycznej w opinii podmiotów świadczących usługi agroturystyczne (%)



Źródło: badania własne.

Prawie 80,0% badanych gospodarstw nie korzystało ze wsparcia finansowego na rozwój działalności gospodarczej oraz ponad 70,0% nie korzystało ze środków finansowania Unii Europejskiej na rozwój turystyki. Prawie 60,0% respondentów odbywało szkolenia i korzystało z doradztwa organizowanego na rzecz rozwoju agroturystyki w regionie.

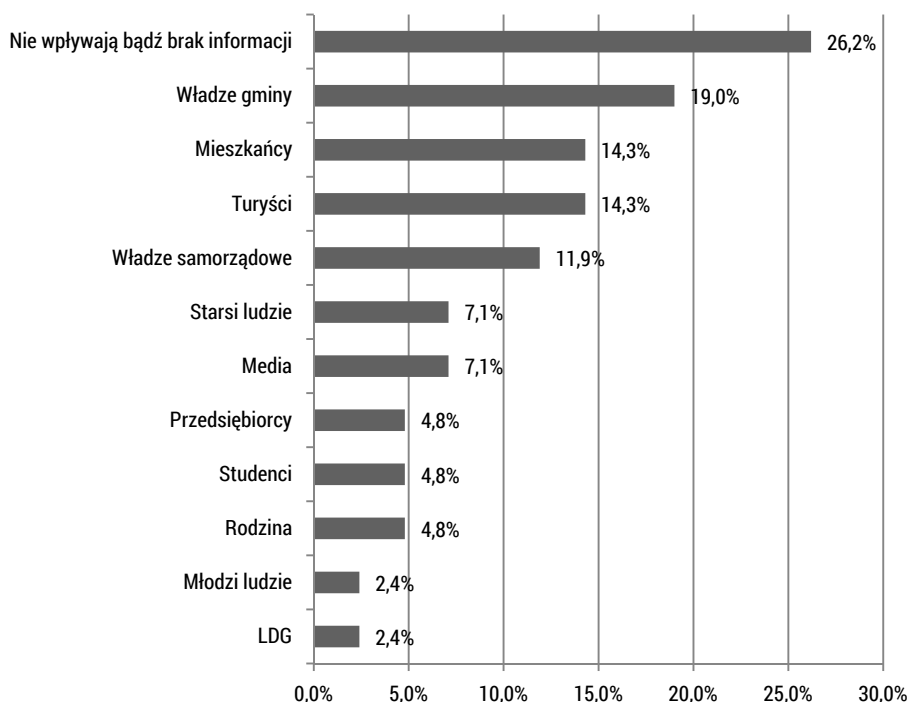
Na terenie województwa działają różne lokalne organizacje i stowarzyszenia, wśród badanych 33,3% należało do takich organizacji. Można tu wymienić: Lokalną Grupę Działania, Biuro Informacji Turystycznej w Suwałkach, Suwalską Izbę Turystyczną, Zrzeszenie Gospodarstw Agroturystycznych, Augustowską Organizację Turystyczną, Stowarzyszenie Wigry, a także Klaster Turystyczny.

Prawie 70,0% badanych zamierzało rozwijać swoją działalność turystyczną. Duży odsetek osób odwiedzających gospodarstwa to byli stali klienci, a aż 90,5% przyjezdnych stanowiły rodziny z dziećmi. Goście w ponad 20,0% przyjeżdżali tylko w okresie letnim. Średni okres pobytu turystów wynosił około 7 dni. Aż 66,7% gospodarstw korzystało z różnych form promocji. Należały do nich: strony internetowe, *fanpage* na *Facebooku*, informacje w Internecie, np. na portalach turystycznych, foldery, katalogi, ogłoszenia w broszurach, wizytówki, programy, „poczta pantoflowa” oraz stosowanie promocji dla klientów.

Wielu właścicieli, ponad 80,0% dostosowywało się do potrzeb klientów, np. godziny posiłków, a także posiadało pokoje z łazienkami. Usługodawcy starali się także zainteresować przybyłych gości swoim regionem, historią, tradycją bądź kulturą. Odbywało się to przez wspólne wieczory z muzyką przy ognisku, nauką wypiekania chleba, wspólne zwiedzanie, takie wspólne zajęcia, jak np. grzybobranie. Goście otrzymywali również broszurki i informacje turystyczne.

Niektóre obszary w województwie podlaskim są objęte programem Natura 2000, co może ograniczać działalność agroturystyczną, lecz opinie badanych były podzielone. Tak samo było w przypadku barier rozwoju działalności. Do najczęściej wymienianych należały: przepisy prawa, brak wsparcia ze strony władz, obszary chronione Natura 2000, a także działania prowadzone w Wigierskim Parku Narodowym. Prawie wszyscy badani uważali, że prowadzenie działalności agroturystycznej ma wpływ na zachowanie kultury i tradycji w regionie.

Wykres 5.
Grupy społeczne wpływające na rozwój turystyki w regionie (%)



Źródło: badania własne.

Według badanych istnieją grupy społeczne, które w widoczny sposób oddziałują na rozwój turystyki. Usługodawcy w województwie podlaskim w 26,2% utrzymywa-

li, że nie ma takich grup (wykres 5). Aczkolwiek 19,0% badanych sądziło, że należą do nich władze gminy. Natomiast po 14,3% uważało, że na rozwój wpływają turyści i mieszkańcy.

Podsumowując, gospodarstwa agroturystyczne były prowadzone przez osoby w wieku powyżej 40 lat. Większość właścicieli gospodarstw nie korzystała z dofinansowania ze środków Unii Europejskiej ani środków na rozwój działalności gospodarczej. W dużej mierze respondenci upatrywali wzrostu dochodów w prowadzeniu takiego typu działalności. Usługodawcy chcieli wychodzić naprzeciw potrzebom gości, a także oferowali im wiele dodatkowych zajęć oraz opowieści o regionie, kulturze, historii.

W badaniach uczestniczyli jednocześnie turyści. Łącznie badaniami objęto 96 turystów. Najliczniejszą grupę stanowiły osoby z przedziału wiekowego 50-59. Większość respondentów posiadała wykształcenie wyższe i średnie, a także należała do rodzin trzyosobowych bądź czteroosobowych. Dużą część badanych stanowiły osoby, które miały pracę najemną, a także byli prywatnymi przedsiębiorcami. Połowa respondentów pochodziła z województwa mazowieckiego. Badani pochodzili z województwa podlaskiego, a zarazem z województwa śląskiego i pojedyncze jednostki z innych województw.

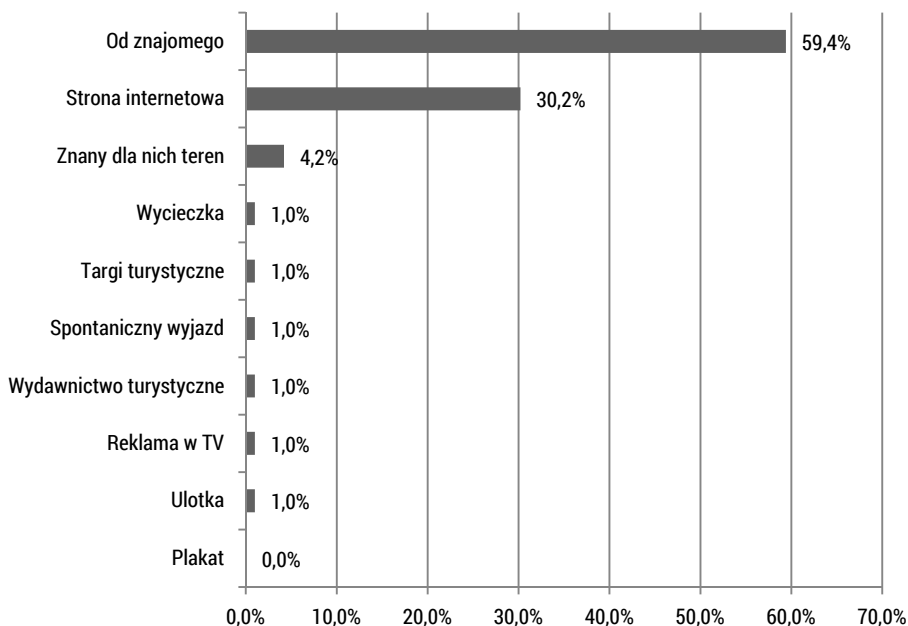
Turyści, którzy wypełnili ankiety, w większości stanowili turystów z gmin: Płaska, Suwałki, Płociczno, Krasnopol i Nowinka. Przy wyborze miejsca wypoczynku w 70,8% badani turyści kierowali się atrakcjami w regionie oraz w 33,3% ceną. Aż 30,2% respondentów przyjeżdżało okazjonalnie do województwa, a ponad 20,0% turystów było już po raz kolejny w regionie. W odniesieniu do 84,4% badanych środkiem transportu, dzięki któremu dotarli do gospodarstwa agroturystycznego, był własny samochód.

Turystom zadano pytanie na temat pozyskiwania informacji o miejscach wypoczynkowych w tym województwie. Aż 59,4% przyznało, że informacje uzyskało od znajomych. Tylko 30,2% badanych dowiedziało się o miejscach noclegowych ze strony internetowej. Dane na ten temat przedstawiono na wykresie 6.

Obecnie można zauważyć trend na wypoczynek w gospodarstwach agroturystycznych. Aż 62,5% badanych przyznało, że agroturystyka w Polsce jest znaną i popularną formą wypoczynku. Ponad 70,0% respondentów korzystało co najmniej dwa razy z usług gospodarstw agroturystycznych. Pobyt w kwaterach trwał średnio do 7 dni, a 25,0% badanych przyznało, że przebywało do 14 dni. Turyści w 33,3% odpowiedzieli, że korzystali z usług agroturystycznych już od co najmniej 3 lat. Pojawiło się również pytanie o wybór kwatery po ponownym odwiedzeniu regionu i zdania były podzielone, gdyż 50,0% wybierało tę samą kwaterę, druga połowa starała się sprawdzać nowe.

Wykres 6.

Pochodzenie informacji o miejscach wypoczynkowych w województwie podlaskim (%)

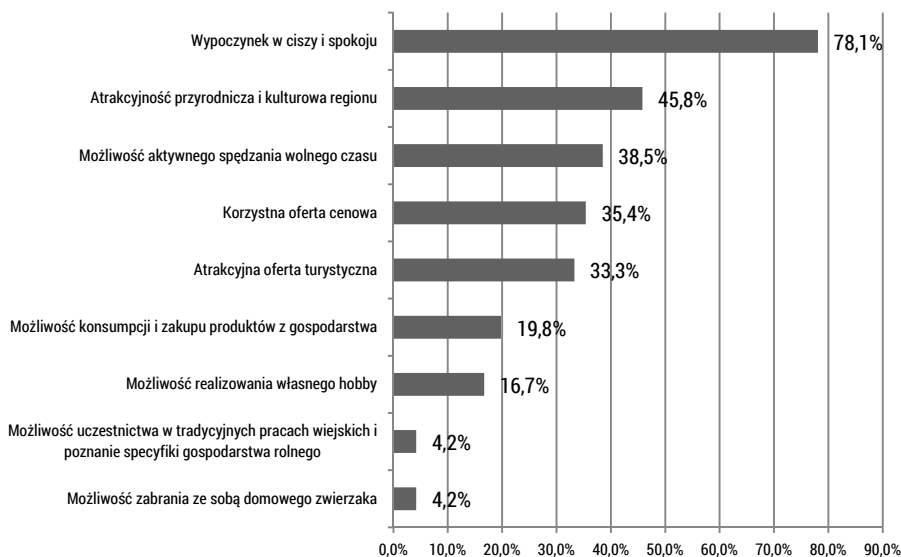


Źródło: badania własne.

Ważną informacją dla podmiotów świadczących usługi agroturystyczne jest motyw wyboru kwatery przez turystów. Dla 78,1% badanych osób było ważne, czy otoczenie wokół gospodarstwa gwarantuje ciszę i spokój (wykres 7). W 45,8% wybór zależał od atrakcyjności przyrodniczej i kulturalnej regionu. Jednocześnie była istotna dla klientów możliwość aktywnego spędzenia czasu. Turyści brali pod uwagę oferty cenowe oraz oferty turystyczne.

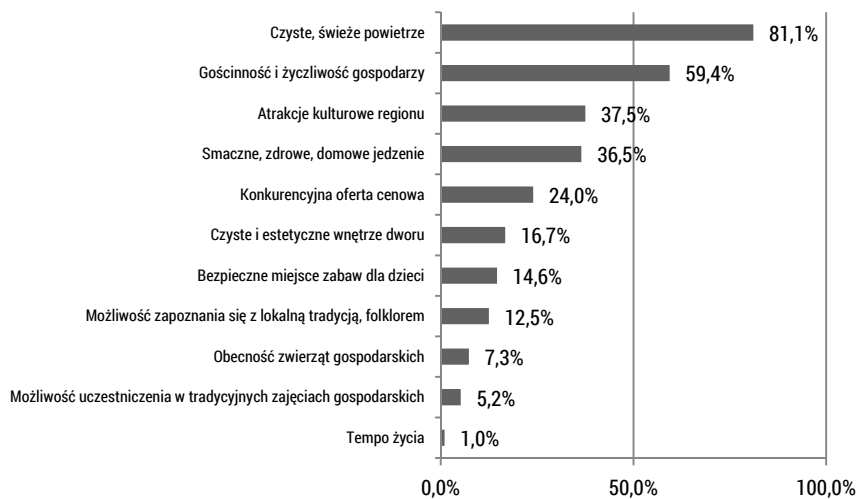
Ponad 40,0% turystów korzystało z wyżywienia u gospodarzy bądź sami przygotowywali sobie posiłki. Badani przyznali, że najczęściej przyjeżdżali do gospodarstw agroturystycznych ze znajomymi i rodziną. Większość respondentów nie zabierała ze sobą zwierząt. Prawie wszyscy turyści zgodzili się z tym, że gospodarstwa agroturystyczne miały wystarczającą i satysfakcjonującą ofertę. Badani mieli również za zadanie odpowiedzieć, czy odczuli jakieś braki w zakresie zaplecza turystycznego i aż 87,5% odpowiedziało, że nie. Pojedyncze jednostki narzekały na brak łazienek i map w pokojach, na niepełną informację turystyczną i na brak wypożyczalni rowerów.

Wykres 7.
 Motywy wyboru konkretnego gospodarstwa agroturystycznego (%)



Źródło: badania własne.

Wykres 8.
 Czynniki wpływające na wzrost jakości życia dzięki turystyce (%)



Źródło: badania własne.

Przed badanymi postawiono trudne pytanie na temat tego, czy turystyka wpływa na wzrost jakości życia i aż 89,6% turystów z tym zgodziło się (wykres 9). Aż 81,1% badanych uważało, że ogromny wpływ na poprawę jakości życia ma czyste i nieskażone powietrze. Aż 59,4% przypisywało zasługi gościnności i życzliwości gospodarzy. Z bardziej ważnych czynników można tu jeszcze wymienić smaczne i domowe jedzenie, a także atrakcje kulturowe regionu. Natomiast 94,8% badanych zadeklarowało, że nadal będzie korzystać z takiej formy wypoczynku.

W kwestionariuszu ankiety badani wymienili co najbardziej podobało im się w takiej formie odpoczynku. Do najczęściej zaznaczanych odpowiedzi należały: cisza i spokój, bezpośredni kontakt z przyrodą i piękne widoki, region i okolice oraz aktywne formy wypoczynku. Aż 79,2% respondentów stwierdziło, że nie było niczego, co by im nie podobało się. Prawie wszyscy turyści poleciliby taką formę odpoczynku.

Podsumowując, turyści byli zadowoleni z wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych. Była to dla nich dobra alternatywa, ucieczka od zgiełku, stresów dnia codziennego, jak również korzystna forma spędzenia czasu wolnego ze znajomymi i rodziną. Wiele osób kierowało się opinią znajomych na temat gospodarstw agroturystycznych. Turyści chętnie korzystali z wyżywienia oferowanego u gospodarza. Badani uważali, że dzięki takiemu wypoczynkowi poprawia się ich jakość życia.

Podsumowanie

Agroturystyka we współczesnym świecie jest bardzo ważna, nie tylko ze względu na ludność miejską, ale także wiejską. Stąd z roku na rok ma ona coraz więcej swoich zwolenników.

Przyjeżdżający turyści sprawiają, że powstają nowe miejsca pracy, np. nowe miejsca świadczące usługi agroturystyczne, tak by przyjezdni mogli zatrzymać się w danym miejscu i odpocząć czy nowe sklepy z pamiątkami itp. Wzrasta również dochód osób oferujących usługi agroturystyczne, podnoszą się standardy życia ludności oraz jest widoczny rozwój regionów.

Obecnie panuje trend na wypoczynek w naturalnych i nieskażonych środowiskach, które zachęcają swoim spokojem i pięknem krajobrazu. Ludzie aktualnie decydują się na aktywne spędzanie czasu. Naprzeciw wychodzą im gospodarstwa agroturystyczne, a równocześnie atrakcje województwa podlaskiego, które kuszą pięknem przyrody.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim starają się udogadniać turystom życie wśród natury. Chcą zapoznać ich z tradycyjną kuchnią, kulturą i regionem. Organizują wiele dodatkowych atrakcji.

Wyniki badań dowodzą, że zarówno mieszkańcy, podmioty świadczące usługi agroturystyczne, jak i turyści korzystają na działaniach turystycznych prowadzonych

na terenie województwa podlaskiego. Badani turyści nie wykazywali negatywnych emocji i zażeń w związku z pobytem i wypoczynkiem. Upatrywali w tym same dobre strony i stwierdzili, że ich jakość życia dzięki takim wycieczkom poprawia się. Dla mieszkańców i usługodawców działalność agroturystyczna miała korzystne efekty i dawała szansę rozwoju regionów województwa podlaskiego.

Bibliografia

1. Darmochwał T., *Północne Podlasie, Wschodnie Mazowsze. Przewodnik*, Wydawnictwo Turystyczne – Agencja „TD”, Warszawa 2003.
2. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://stat.gov.pl/>].
3. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.ochrona-przyrody.edu.pl/parki-narodowe/>].
4. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.wrotapodlasia.pl/>].
5. Gołembski G., *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
6. Gołembski G., *Walory kulturowe jako element tworzący jakość produktu turystycznego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2002.
7. Jędrzyński T., *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2010.
8. Kucharczuk K. (red.), *Podróże marzeń Europa*, Wydawnictwo IBIS, Warszawa 2010.
9. Łodzińska E., Wieczorek W., *Podlasie: przewodnik + atlas*, Wydawnictwo DEMART, Warszawa 2012.
10. Marcinek R., Mirek Z., *Polska Parki Narodowe*, Wydawnictwo Ryszard Kluszczyński, Kraków 2003.
11. Meyer B. (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
12. Panasiuk A. (red.), *Marketing w turystyce i rekreacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
13. Roman M., Nuskiewicz K., *Znaczenie i perspektywy rozwoju agroturystyki*, [w:] *Warunki rozwoju obszarów wiejskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Wrocław 2013.
14. Sikora J., *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2012.
15. Sznajder M., Przezbórska L., *Agroturystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
16. Zdon-Korzeniowska M., *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.

Znaczenie agroturystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa podlaskiego

The influence of agritourism on socio-economic
development of the area called Podlaskie Voivodeship

Streszczenie

Celem artykułu było przedstawienie wpływu, jaki agroturystyka wywiera na rozwój społeczno-gospodarczy oraz zapoznanie się z opinią mieszkańców województwa podlaskiego na ten temat. Istotnym zagadnieniem jest coraz większa rola agroturystyki jako branży, która oddziałuje na społeczeństwo, otoczenie przyrodnicze i kulturowe, jednocześnie nie ograniczając rozwoju ekonomicznego. Opisano idealny model turystyki zrównoważonej z przykładowymi działaniami w różnych sferach, które sprzyjałyby wprowadzeniu tego modelu w życie, jak również zaprezentowano już widoczne, pozytywne oddziaływania rozwoju agroturystyki na dobrobyt państwa.

W wyniku porównania opinii mieszkańców województwa podlaskiego wyciągnięto wnioski o poziomie ich świadomości na temat ważności wpływu agroturystyki na rozwój i wzrost gospodarczy oraz potrzebie wspierania tej działalności gospodarczej.

Słowa kluczowe: agroturystyka, turystyka, rozwój społeczno-gospodarczy, województwo podlaskie

Summary

The aim of the article was to show the impact which tourism has on the socio-economic development of the Podlaskie Voivodeship and get acquainted with the opinion of the inhabitants of this region. An important issue is the increasing role of the tourism, as an industry which affects the society, the natural and cultural environment. What's more, at the same time that role doesn't restrict economic development. The article also presents an ideal model of sustainable tourism with examples of activities in various spheres, which make carrying this model out

possible and the positive influence on the welfare of rural tourism development of the country. By comparing the opinion of inhabitants of the Podlaskie Voivodeship, the authors drew conclusions about the level of the awareness about the importance of the impact of agritourism on the economy's development and growth and the need to support the business.

Key words: agritourism, tourism, socio-economic development, Podlaskie Voivodeship

Wstęp

Turystyka odgrywa ważną rolę w gospodarce światowej, zapewniając dziesiątą część światowego produktu brutto. Ta dziedzina szybko rozwija się i w najbliższych latach może być traktowana jako najważniejsza część gospodarki. Turystyka jest postrzegana za jedną z najbardziej dochodowych działalności gospodarczych w świecie. Wykorzystuje ona około 7% globalnego kapitału, według Światowej Organizacji Turystyki dochód z turystyki międzynarodowej w 2000 roku wyniósł 600 miliardów dolarów. Turystyka międzynarodowa jest aktywnym źródłem dochodów dewizowych, także pozytywnie wpływa na bilans płatniczy krajów. Oprócz wpływu na gospodarkę, oddziałuje na środowisko społeczne i kulturowe państw. Jednak taki rozwój budzi pewne negatywne konsekwencje, takie jak inflacja, zniszczenia środowiska i naruszenie tradycji miejscowej ludności. W związku z tym ważne są uaktualnione i kompleksowe badania wpływu turystyki na rozwój społeczno-gospodarczy państw. Za ich pomocą jest tworzona polityka gospodarcza i turystyczna, która pozwoli czerpać maksymalne korzyści z turystyki i zapobiegać jej niszczącym wpływom na wzrost i rozwój gospodarczy.

Od początku lat osiemdziesiątych XX wieku nastąpiło przesunięcie światowych priorytetów podróży. Zamiast gorącego słońca, coraz bardziej zaczęto preferować cieniste lasy, a zamiast wielkich miast – nieduże tradycyjne osiedla. To spowodowało powstanie nowej formy turystyki, zwanej agroturystyką, która już według niektórych obliczeń obejmuje więcej niż 10% rynku turystycznego¹. Ten fakt sprawił, że autorka niniejszego opracowania podjęła badania nad wpływem agroturystyki na rozwój społeczno-gospodarczy w województwie podlaskim. Celem pracy było przedstawienie roli agroturystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz opinii mieszkańców województwa podlaskiego na ten temat.

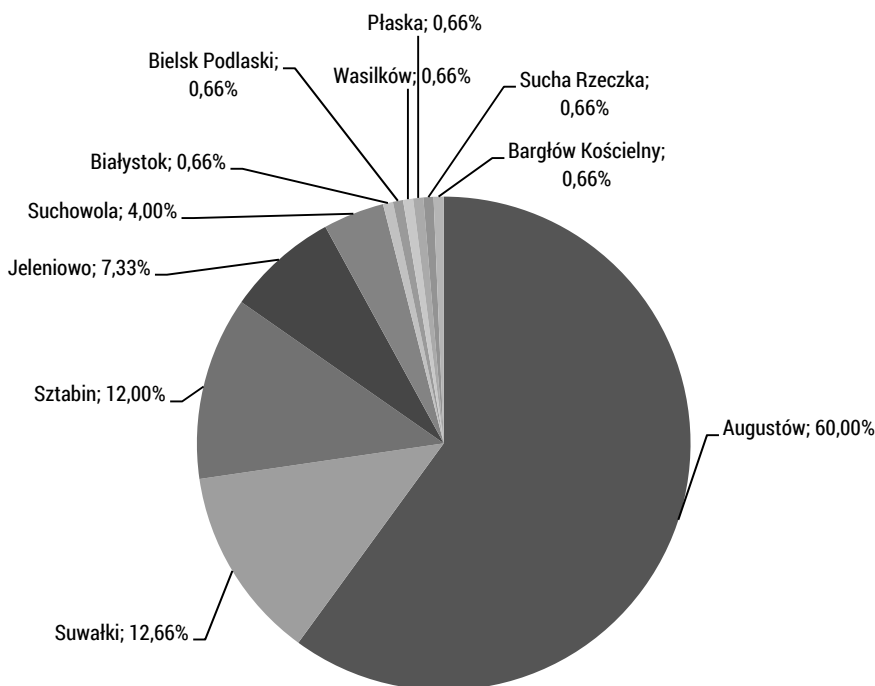
¹ Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Rozwój turystyki w Polsce na przykładzie danych statystycznych*, VI Ogólnopolska Konferencja Polskich Stacji Narciarskich i Turystycznych Białka Tatrzańska, 2-4 czerwca 2014 rok.

Materiał i metoda badań

Podstawowe źródła wykorzystane w opracowaniu stanowiły informacje zawarte w literaturze przedmiotu omawiające zagadnienia związane z turystyką, agroturystyką, rozwojem obszarów wiejskich oraz informacje zebrane w trakcie badań ankietowych.

Obszar badań obejmował 11 gmin należących do województwa podlaskiego, tj.: Augustów, Białystok, Wasilków, Bielsk Podlaski, Suwałki, Płaska, Bargłów Kościelny, Suchowola, Sztabin i Jeleniowo. Wybrano je celowo, gdyż w owych gminach występuje dynamiczny rozwój agroturystyki. Badania przeprowadzono w 2014 roku i objęto nimi 150 osób mieszkających w województwie podlaskim. Znaczącą większość ankietowanych stanowili mieszkańcy gminy Augustów. Struktura osób ankietowanych została przedstawiona na rysunku 1.

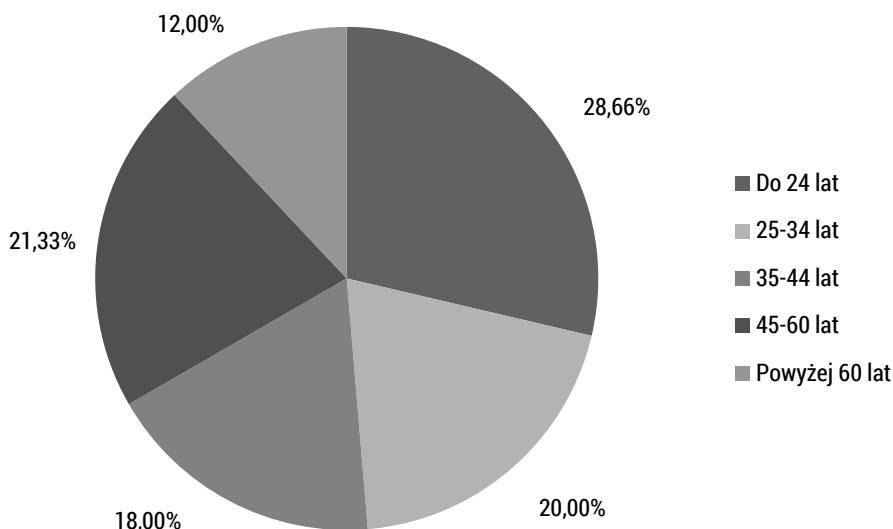
Rysunek 1.
Struktura osób ankietowanych według gmin



Źródło: badania własne.

Dominującą grupę ankietowanych tworzyli mieszkańcy gmin: Augustów (60,0%), Suwałki (12,66%) oraz Sztabin (12,0%). Respondenci byli zróżnicowani pod względem wieku i wykształcenia, co zaprezentowano na rysunkach: 2. i 3.

Rysunek 2.
Struktura wieku osób ankietowanych

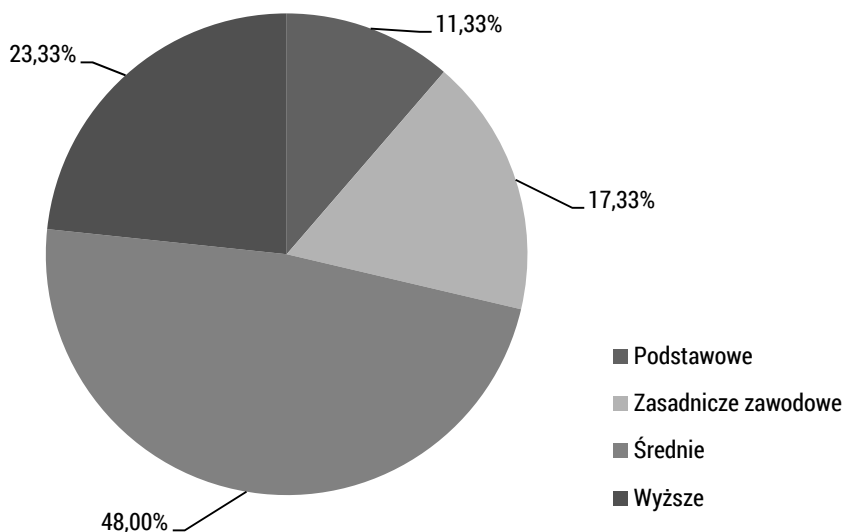


Źródło: badania własne.

Największą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku do 24 lat (28,6%) i w wieku 45-60 lat (21,33%). Wiek niemalże 50% ankietowanych nie przekraczał 35 lat. Najmniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku powyżej 60 lat (12,00%).

Struktura wykształcenia osób ankietowanych była zróżnicowana. Najwięcej, niemalże 50% to osoby posiadające wykształcenie średnie. Najmniej ankietowanych legitymowało się wykształceniem podstawowym (11,33%). Natomiast 23,3% respondentów posiadało wykształcenie wyższe. Tak duże zróżnicowanie ankietowanych pod względem: wieku, wykształcenia i miejsca ich zamieszkania wzmacnia wiarygodność uzyskanych wyników badań i pozwala je uogólnić na całą populację mieszkańców województwa podlaskiego.

Rysunek 3.
Struktura wykształcenia osób ankietyowanych



Źródło: badania własne.

Pojęcie i istota agroturystyki

Dotychczas agroturystyka nie doczekała się jednej, obowiązującej definicji. Istotne jest więc przytoczenie kilku definicji występujących w literaturze przedmiotu. Drzewiecki określa agroturystykę jako formę wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, opartą na bazie noclegowej i aktywności rekreacyjnej związanej z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym, usługowym)². Zaręba agroturystykę postrzega jako formę turystyki wiejskiej związaną z rolnictwem. Gospodarstwo rolne stanowi równocześnie bazę noclegową i główną atrakcję turystyczną dla potencjalnego agroturysty³.

Rozwój tej formy wypoczynku w Polsce jest datowany od przełomu XIX i XX wieku. Spowodowany był rozwojem miast i przemysłu, co z kolei wywołało falę migracji ze wsi do miast, stabilny czas pracy i urlopów, a także zwiększone zapotrzebowanie na wypoczynek i miejsca wypoczynkowe. Po drugiej wojnie światowej tury-

² M. Drzewiecki, *Agroturystyka*, IW „Świadectwo”, Bydgoszcz 1995, s. 27.

³ D. Zaręba, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 51.

styka zaczęła być częścią polityki socjalnej państwa. Z racji rosnącej liczby zakładów przemysłowych i co za tym idzie, rosnącej liczby osób tam pracujących – uprawnionych do wypoczynku oraz niewystarczającej liczby ośrodków wypoczynkowych zapoczątkowano wykorzystywanie kwater prywatnych we wsiach ze środków Funduszu Wczasów Pracowniczych. Tak więc ci, którzy nie trafiali do ośrodków wczasowych, odpoczywali w wiejskich chałupach w ramach tzw. wczasów pod gruszą⁴. Jednak współcześnie kwater agroturystycznych nie można nazywać wiejskimi chałupami, gdyż w tym zakresie dokonano wielkich udoskonaleń.

Najczęściej agroturystyka jest analizowana w kontekście turystyki zrównoważonej. Według Zaręby: *Turystyka zrównoważona dotyczy szeroko pojętej koncepcji rozwoju turystycznego przyjaznego środowisku w regionach wiejskich oraz miastach, w małych ośrodkach turystycznych oraz w wielkich centrach rozrywkowych i wypoczynkowych itp., koncepcji, która dotyczy wszystkich znanych rodzajów turystyki po dokonaniu stosowanej ekologizacji*⁵. Dla rozwoju agroturystyki zrównoważonej są konieczne działania w wielu sferach, a mianowicie:

- ochrona krajobrazu i poszczególnych zasobów – wody, ziemi, flory, fauny;
- wykorzystywanie przez gospodarkę turystyczną lokalnych zasobów i produktów, a także zatrudnienie lokalnej ludności;
- dostosowanie zagospodarowania turystycznego i dominującej aktywności turystycznej do chłonności naturalnej dla danego terenu;
- uwzględnianie wpływu różnych rodzajów turystyki na dane środowisko przyrodnicze;
- wykorzystywanie w turystyce żywności otrzymywanej z upraw prowadzonych metodami ekologicznymi;
- korzystanie ruchu turystycznego z oryginalnych walorów antropogenicznych z równoczesną ich ochroną.

Idealny model turystyki zrównoważonej łączy współczesne potrzeby ekonomiczne, społeczne i ekologiczne z potrzebami przyszłych pokoleń. Zawiera także idee ekoturystyki, która oznacza turystykę chroniącą zasoby przyrodnicze i kulturowe, nie ograniczając jednocześnie rozwoju ekonomicznego. Ma również wiele elementów wspólnych z modelem turystyki: odpowiedzialnej, alternatywnej, przyjaznej środowisku itp.⁶ Wyżej wymienione kwestie decydują o tym, że turystyka, a w tym agroturystyka, ma wielki wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy.

⁴ D. Zaręba, *Ekoturystyka ...*, op. cit., s. 51-52.

⁵ Tamże, s. 35.

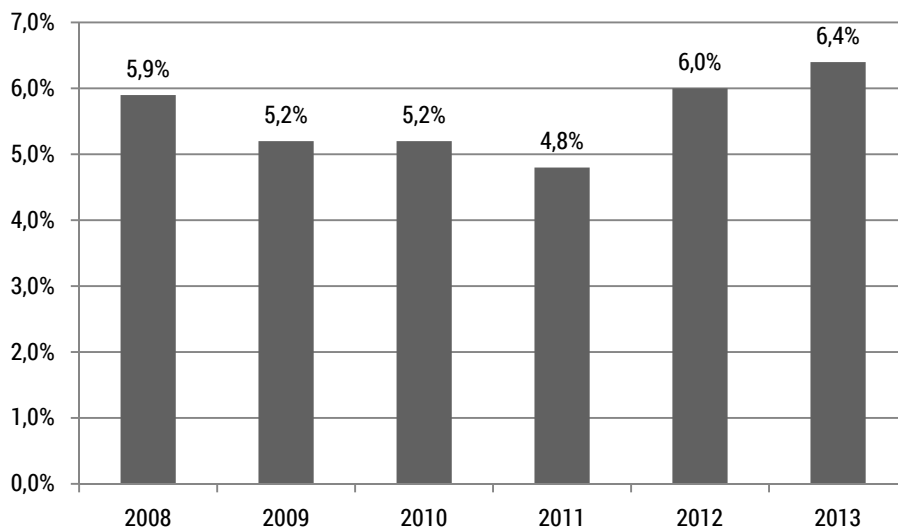
⁶ W. Kurek, *Turystyka zrównoważona – turystyka przyszłości*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2003, s. 106.

Agroturystyka jako sektor nowoczesnego przemysłu turystycznego wpływający na rozwój państwa

Turystyka jako sfera działalności gospodarczej ma duże znaczenie dla rozwoju gospodarczego. Służy ona interesom społeczeństwa jako całości i jest źródłem utrzymania zarówno na poziomie mikro-, jak i makroekonomicznym. Turystyka jest ważnym czynnikiem w tworzeniu nowych miejsc pracy, przyspiesza rozwój budownictwa, dróg i hoteli, stymuluje produkcję wszelkiego rodzaju pojazdów, przyczynia się do zachowania kultury i sztuki ludowej różnych regionów i krajów. W latach 2008-2013 udział procentowy gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB Polski kształtował się na poziomie 4,8-6,4%⁷. W ostatnich latach można dostrzec tendencje wzrostowe, co wskazuje na ogromny potencjał owej branży.

Wykres 1.

Udział procentowy gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB Polski w latach 2008-2013



Źródło: Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Rozwój turystyki w Polsce na przykładzie danych statystycznych*, VI Ogólnopolska Konferencja Polskich Stacji Narciarskich i Turystycznych Białka Tatrzańska, 2 – 4 czerwca 2014 rok.

⁷ Ministerstwo Sportu i Turystyki, op. cit., s. 5.

Jedną z największych gałęzi turystyki polskiej jest agroturystyka, ponieważ Polska jest jednym z głównych krajów posiadających najwięcej gospodarstw rolnych dodatkowo zajmujących się tą formą pozarolniczej działalności gospodarczej. Liczba ta jest zaskakująco duża, gdyż obejmuje nawet 12 tysięcy gospodarstw⁸. Znaczną więc część dochodów z turystyki i dla dużej grupy rolniczych gospodarstw domowych stanowią dochody uzyskiwane z agroturystyki.

Agroturystyka ma ogromny wpływ na kluczowe sektory gospodarki, takie jak: transport i komunikacja, budownictwo, rolnictwo, produkcja dóbr konsumpcyjnych i inne, czyli działa jak katalizator dla rozwoju społeczno-gospodarczego. Z kolei na rozwój agroturystyki oddziałują różne czynniki, np.: demograficzne, przyrodniczo-geograficzne, społeczno-ekonomiczne, historyczne, religijne, polityczne i prawne. Ekonomiczny rozwój agroturystyki charakteryzuje się imponującymi danymi na globalnym rynku gospodarczym. Pokazują one, że jej rola w światowej gospodarce stale rośnie⁹.

Turystyka międzynarodowa, jak i agroturystyka wywiera potężny wpływ na zatrudnienie. Przemysł turystyczny jest bardzo pracochłonnym przemysłem, zatrudniającym przede wszystkim niewykwalifikowanych pracowników. Jednak nie oznacza to, że w turystyce oraz agroturystyce nie zatrudnia się wysoko wykwalifikowanej siły roboczej.

Na światowy rozwój agroturystyki i ekoturystyki wpływają postęp naukowo-technologiczny, poprawa jakości życia mieszkańców, zwiększenie czasu wolnego, stabilność gospodarcza i polityczna oraz wiele innych. Podstawę współczesnego rynku agroturystycznego zarówno pod względem jakościowym, jak i ilościowym stanowią płatne urlopy pracowników.

W ostatnich latach rola agroturystyki, a także podróży osób starszych wzrasta. Wielkość i stopień wpływu agroturystyki na rozwój gospodarczy można oszacować za pomocą różnych wskaźników. Według wielu badaczy-analityków najważniejszymi czynnikami tego rozwoju są¹⁰:

1. Wzrost gospodarczy i postęp społeczny, które doprowadziły do wzrostu nie tylko liczby osób podróżujących służbowo, ale również i liczby wycieczek w celach poznawczych;
2. Poprawa przemysłu transportowego, która spowodowała obniżenie cen wycieczek, czyniąc je dostępnymi dla większości ludności;

⁸ W. Kurek, *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 234.

⁹ Tamże, s. 234.

¹⁰ Akademia Agroturystyki i Rękodzielnictwa, E. Wiśniewski, *Wprowadzenie do turystyki i rozwój zrównoważony w turystyce, materiały szkoleniowe*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.fir.org.pl/doc/Akademia_Agroturystyki_i_Rekodzielnictwa.pdf], data wejścia: 24 marca 2015].

3. Wzrost liczby pracowników w krajach rozwiniętych gospodarczo i poprawa ich stanu finansowego oraz poziomu kultury, co zwiększyło ich pragnienie poznawania wartości duchowych i edukacyjnych;
4. Intensyfikacja pracy i otrzymywanie przez pracowników dłuższych urlopów, co wzmocniło potrzebę bardziej racjonalnego wypoczynku;
5. Rozwój stosunków międzypaństwowych i wymiany kulturowej między krajami, co przyczyniło się do ekspansji stosunków międzyludzkich zarówno pomiędzy regionami, jak i wewnątrz nich;
6. Rozwój sfery usługowej pobudził postęp technologiczny w dziedzinie telekomunikacji, co wywołało wzrost zainteresowania odwiedzaniem różnych krajów i regionów.

Szanse ekonomiczne rozwoju agroturystyki na szczeblu międzynarodowym stworzyły korzystne warunki rozwoju procesów organizacyjnych i gospodarczych w poszczególnych krajach. W związku z tym turystyka i agroturystyka międzynarodowa dla wielu z nich jest:

1. Najważniejszym źródłem dochodów dewizowych;
2. Czynnikiem stymulującym bilans płatniczy;
3. Potężnym bodźcem do rozwoju i dywersyfikacji w wielu sektorach (powstają tak przedsiębiorstwa, jak i poszczególne branże obsługujące przemysł agroturystyczny i turystyczny).

Ważną cechą wyróżniającą agroturyzm od innych form turystyki są odmienne priorytety turystów. Agroturyści na pierwszym miejscu stawiają kontakt z przyrodą, zapoznanie się z jej cennymi obiektami i zjawiskami oraz aktywny wypoczynek. Tradycyjne rozrywki i bogate wyposażenia wynajmowanych domów lub pokojów są odbierane tylko jako czynniki mniej istotne. Rozwój agroturystyki opiera się na dążeniu do zminimalizowania zmian środowiska. Zmniejszone zapotrzebowanie na infrastrukturę turystyczną (hotele, restauracje i inne miejsca rozrywki) dostrzega się biorąc pod uwagę wyliczenia zysków na każde zainwestowane euro, a ten rodzaj turystyki charakteryzuje się mniejszym zużyciem zasobów¹¹.

Agroturyzm można określić jako odpoczynek mający na celu zapoznanie turystów z ekologią. Poznając piękno przyrody, turyści doceniają wartość dbania o nią, co zwiększa wkład agroturystyki w kształtowanie kultury ekologicznej. Zatem agroturystyka powinna przyczynić się do przywrócenia i zachowania tradycyjnego sposobu życia mieszkańców, ich kultury i cech etnograficznych. Dobrym tego przykładem jest Puszcza Białowieska, gdyż tam sektor prywatny zajmuje się obsługą ponad 80% zakwaterowań turystycznych. Jest to możliwe, ponieważ są tworzone obszary przyległe do obszarów chronionych, specjalne otuliny, w których działalność agroturystyczna dla gospodarstw domowych ma wyjątkowe zalety i zachęty. Stworzenie

¹¹ W. Kurek, *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

takich obszarów pozwoliło zmniejszyć koszt związany z organizacją zakwaterowań i żywieniem turystów, a zaoszczędzone środki mogą być skierowane na szczególne usługi dla turystów: wycieczki, warsztaty ekologiczne, wypożyczanie sprzętu turystycznego, organizowanie wyjazdów w unikalne miejsca przyrodnicze itp. Dodatkowo organizacje parków narodowych zajmują się utrzymaniem sieci dróg czy ścieżek, urządzaniem imprez publicznych oraz kontrolują ciśnienie rekreacyjne w systemach przyrodniczych. Tak wygląda funkcjonowanie wszystkich parków narodowych w cywilizowanych krajach. Właśnie taki schemat działania tworzy warunki ekonomiczne związane z zachowaniem tradycji etnicznych w peryferyjnych regionach krajów. Realizowane jest to przez działania zmierzające do zahamowania odpływu ludności wiejskiej z tych obszarów oraz rozwój turystyki, co umożliwi zintensyfikowanie ich rozwoju społeczno-gospodarczego¹².

Tak więc, aby agroturystyka miała pozytywny wpływ na rozwój gospodarki i sferę społeczną w kraju, jak również mogła być rzeczywistym priorytetem dla turystyki, powinna uwzględniać trzy główne aspekty, które dotyczą: orientacji turystów na spożywanie zasobów środowiska, ochrony środowiska naturalnego, a także utrzymania tradycyjnego sposobu życia mieszkańców obszarów peryferyjnych.

Wpływ agroturystyki na gospodarke i sferę społeczno-kulturową w opinii mieszkańców województwa podlaskiego

Województwo podlaskie jest bardzo atrakcyjnym regionem dla agroturystyki i ma wszelkie szanse dalszego jej rozwoju, a zatem i pozytywnego jej oddziaływania na rozwój społeczno-gospodarczy. Jest ono interesujące przyrodniczo, posiada wiele unikatowych walorów krajobrazowych i przyrodniczych, którymi można się poszczycić. Na jego terenie znajdują się cztery parki narodowe, m.in.: Białowiecki, Biebrzański, Narwiański i Wigierski. Każdy z nich nie tylko wyróżnia się i turystów z całej Polski. W województwie znajdują się także trzy parki krajobrazowe, m.in. Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi, Park Krajobrazowy Puszczy Knyszyńskiej oraz Suwalski Park Krajobrazowy. Na ich terenach znajduje się dużo jezior, rzek, głazowisk, torfowisk i wiszących torfowisk, ciągów moren czołowych, kemów, oz, sandr, występują również nieliczne wydmy. Te wszystkie zjawiska przyrodnicze wabią agroturystów. Dodatkową atrakcją może też być 88 rezerwatów i 2058 pomników przyrody.¹³ Ważną kwestią wyboru województwa podlaskiego przez agroturystów jest wysoki poziom wygody kwater agroturystycznych i ich duża liczebność (tabela 1).

¹² W. Kurek, *Turystyka*, op. cit.

¹³ A. E., Szczepanowski, *Walory turystyczne i atrakcje turystyczne województwa podlaskiego*, t. I, *Walory przyrodnicze*, Wydawnictwo WSFiZ w Białymstoku, Białystok 2011.

Tabela 1.
Kwatery agroturystyczne według województw w 2011 roku na podstawie
Ewidencji Obiektów Turystycznych prowadzonych przez urzędy gmin

Województwo	Kwatery agroturystyczne		
	Obiekty		Miejsca noclegowe
	Ogółem	Polska=100	
POLSKA	7 852	100,0	82 694
dolnośląskie	638	8,1	7 330
kujawsko-pomorskie	256	3,3	3 033
lubelskie	430	5,5	3 652
lubuskie	95	1,2	946
łódzkie	180	2,3	21 889
małopolskie	1 344	17,1	16 127
mazowieckie	360	4,6	3 587
opolskie	110	1,4	1 109
podkarpackie	989	12,6	8 485
podlaskie	609	7,7	5 673
pomorskie	622	7,9	7 102
śląskie	384	4,9	4 875
świętokrzyskie	291	3,7	2 672
warmińsko-mazurskie	743	9,5	7 263
wielkopolskie	418	5,3	4 737
zachodniopomorskie	383	4,9	4 214

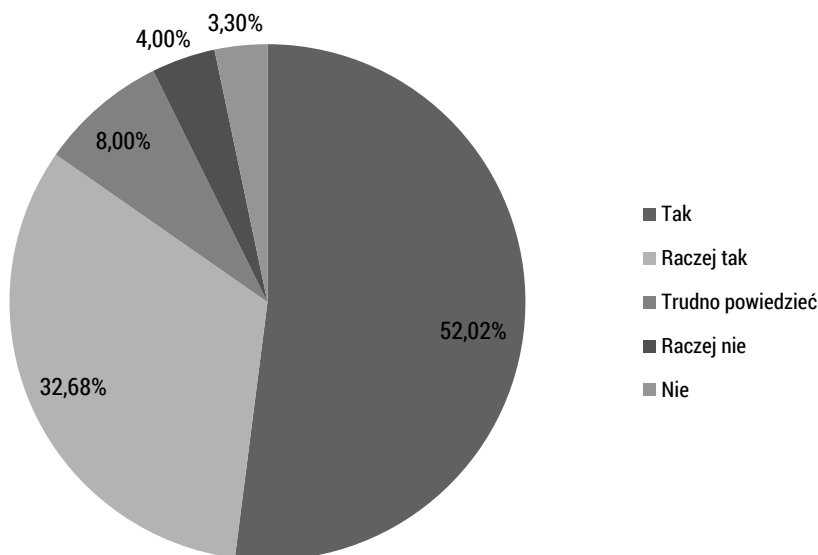
Źródło: Główny Urząd Statystyczny, *Turystyka w 2011 roku*, Warszawa 2012, s. 51.

Według liczby posiadanych kwater agroturystycznych województwo podlaskie znajduje się na 6. miejscu w kraju (tabela 1). Taki właśnie rozkład gospodarstw agroturystycznych jest uwarunkowany wieloma czynnikami, np.: tradycjami, atrakcyjnością środowiska naturalnego, popularnością danego obszaru wśród turystów oraz zaangażowaniem pracowników – ministerstw, gmin, służb doradztwa rolniczego – odpowiedzialnych za rozwój agroturystyki i promowanie tej formy działalności pozarolniczej. Analizując te uwarunkowania, województwo podlaskie ma możliwości znalezienia się w czołówce atrakcyjnych województw w dziedzinie agroturystyki, jednak do tego jest potrzebne większe zaangażowanie i skupienie się na rozwoju

agroturystyki zarówno samych kwaterodawców, jak i władz samorządowych różnego szczebla oraz lokalnych społeczności.

Województwo podlaskie docenia się jako obszar atrakcyjny turystycznie, gdyż na pytanie: czy swoją gminę postrzega Pani/Pan jako atrakcyjną turystycznie?, znaczna większość ankietowanych odpowiedziała, że dostrzega potencjał owej branży. Zdaniem 52,02% ankietowanych, ich gmina jest zdecydowanie atrakcyjna turystycznie, lecz 32,68% ankietowanych odpowiedziało pozytywnie, ale mniej pewnie na to pytanie. Natomiast 8% ankietowanym było trudno określić swoją opinię na ten temat. Zaledwie 7,30% respondentów nie dostrzegało atrakcyjności turystycznej swojej gminy (rysunek 4).

Rysunek 4.
Odpowiedź mieszkańców na pytanie: czy swoją gminę postrzega Pani/Pan jako atrakcyjną turystycznie?



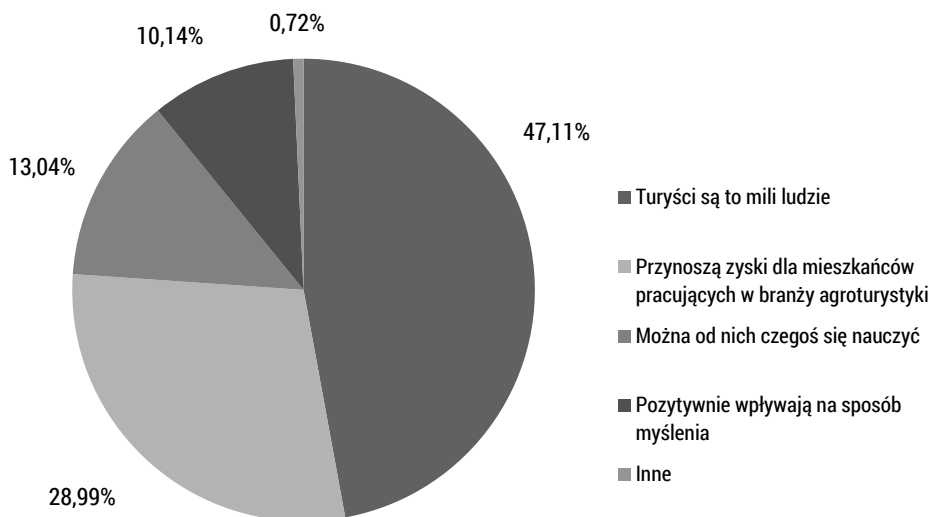
Źródło: badania własne.

Mieszkańcy analizowanych gmin byli w większości przypadków przychylnie nastawieni wobec turystów. Pozytywny stosunek do turystów miało 72% ankietowanych, reszta ankietowanych (26,66%) była obojętna i tylko 1,33% było nastawionych negatywnie. Mieszkańcy byli pozytywnie nastawieni, a turystów odbierali jako miłych ludzi oraz osoby, które zostawiają w ich gminach pieniądze. Uważali, że tury-

ści przyczyniają się do polepszenia życia mieszkańców gminy i tym samym rozwoju społeczno-gospodarczego. Zdaniem mieszkańców, turyści korzystnie wpływają na sposób ich myślenia, a czasami nawet uczą się od nich czegoś nowego.

Wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że ich pozytywne nastawienie wobec turystów wynika przede wszystkim z tego, że są to mili ludzie (rysunek 5). Taki pogląd miało 47,11% ankietowanych. Następną, nieco mniej liczna, grupa osób (28,99%) uważała, że najważniejszą przyczyną pozytywnego postrzegania turystów jest fakt, że powodują oni znaczący wzrost dochodów mieszkańców gmin, w których przebywają.

Rysunek 5.
Przyczyny pozytywnego nastawienia mieszkańców względem turystów



Źródło: badania własne.

Przyczyną pozytywnego nastawienia wobec turystów jest również to, że można od nich nauczyć się czegoś nowego – tak uważało 13,04% ankietowanych osób, a także pozytywnie wpływają na sposób ich myślenia (10,14%).

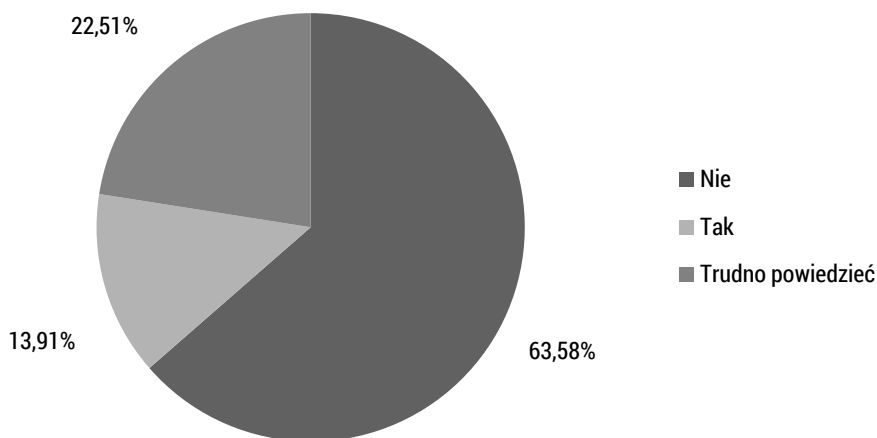
Zdaniem 73,64% ankietowanych, warto jest na terenie gminy rozwijać agroturystykę. Byli także tacy respondenci, którym było trudno wypowiedzieć się na ten temat – ich udział wyniósł 23,64%. Zaledwie 2,72% z ogółu ankietowanych było zdania, że nie warto w ich gminie rozwijać agroturystyki. Według tej mniejszości, ich rejon jest mało atrakcyjny turystycznie, turyści tworzą niepotrzebne zamieszanie

i koszty związane z prowadzeniem działalności agroturystycznej są zbyt duże, a zyski małe. Zdecydowanie więcej argumentów przytoczono za potrzebą rozwoju tej formy turystyki. Wskazywano między innymi, że rozwój agroturystyki przynosi dochody, przyroda okoliczna jest piękna i zasługuje na uwagę turystów, natomiast agroturystyka umożliwia powstawanie nowych miejsc pracy i ogólny rozwój gminy oraz jest jedną z niewielu dziedzin posiadającą potencjał rozwojowy.

Najważniejszymi korzyściami osiąganymi dzięki agroturystyce (według ankietowanych) jest tworzenie nowych miejsc pracy oraz zwiększenie dochodów ludności i podniesienie poziomu ich życia, na drugiej pozycji wskazywano poznawanie nowych ludzi, ich sposobu bycia i kultury, a na trzecim miejscu – poprawę wyglądu wsi i otoczenia, następnie powstanie lub rozwój innych branż pośrednio związanych z turystyką oraz podniesienie rangi gminy w regionie. Zdecydowana większość ankietowanych (63,58%) nie uważała, że rozwój turystyki mógłby wywołać jakieś ujemne skutki dla rozwoju gminy. Natomiast 22,51% ankietowanych powstrzymało się od udzielenia odpowiedzi to pytanie. Nieliczna grupa (13,91%) ankietowanych sądziła, że rozwój agroturystyki mógłby spowodować ujemne skutki (rysunek 6), takie jak: zwiększenie hałasu i zanieczyszczeń środowiska, wzrost cen oraz przejmowanie przez ludzi negatywnych wzorców zachowań od odwiedzających turystów.

Rysunek 6.

Odpowiedź ankietowanych na pytanie: czy uważa Pani/Pan, że rozwój turystyki może przynieść ujemne stosunki dla dalszego rozwoju gminy?



Źródło: badania własne.

Wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że mieszkańcy obszarów wiejskich województwa pozytywnie postrzegają wpływ agroturystyki na rozwój społeczno-gospodarczy ich regionu. Mieszkańcy doceniają wartość korzyści osiąganych z owej działalności dla całego województwa. Walory turystyczne oceniają wysoko i uważają, że ten obszar jest dobrą atrakcją dla turystów, a także zauważają pewne aspekty, które pozytywnie oddziałują na ich życie codzienne. Ludzie chcą, aby ta forma turystyki rozwijała się, gdyż to może stworzyć nowe miejsca pracy, podnieść ogólny poziom życia w województwie podlaskim i w ten sposób korzystnie wpłynąć na rozwój społeczno-gospodarczy.

Podsumowanie

Agroturystyka jest ważnym elementem zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich województwa podlaskiego. Przedstawione powyżej rozważania i analizy ankiet powinny skłaniać decydentów do zdecydowanego promowania i popularyzacji rozwoju agroturystyki w regionie. Sprzyja on wielofunkcyjnemu rozwojowi obszarów wiejskich, zwiększa dochody rolników oraz ich rodzin, umożliwia rozwój pokrewnych gałęzi związanych z obsługą ruchu turystycznego, takich jak: handel, usługi, motoryzacja, przetwórstwo, gastronomia, rękodzieło ludowe i inne. Rozwój usług agroturystycznych warunkuje tworzenie nowych miejsc pracy, podnoszenie kwalifikacji zawodowych, pobudza przedsiębiorczość i inicjatywę ludności wiejskiej. Co oznacza, że rozwój w agroturystyce, podobnie jak i w pozostałych dziedzinach gospodarki polskiej, następuje w harmonii ze środowiskiem przyrodniczym i społeczno-kulturowym, tym samym pozytywnie wpływając na rozwój społeczno-gospodarczy regionu.

Bibliografia

1. Akademia Agroturystyki i Rękodzielnictwa, E. Wiśniewski, *Wprowadzenie do turystyki i rozwój zrównoważony w turystyce, materiały szkoleniowe*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.fir.org.pl/doc/Akademia_Agroturystyki_i_Rekodzielnictwa.pdf, data wejścia: 24 marca 2015].
2. Drzewiecki M., *Agroturystyka*, IW „Świadectwo”, Bydgoszcz 1995.
3. Główny Urząd Statystyczny, *Turystyka w 2011 roku*, Warszawa 2012.
4. Kurek W., *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011.
5. Kurek W., *Turystyka zrównoważona – turystyka przyszłości*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2003.
6. Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Rozwój turystyki w Polsce na przykładzie danych statystycznych*, VI Ogólnopolska Konferencja Polskich Stacji Narciarskich i Turystycznych Białka Tatrzańska, 2-4 czerwca 2014 rok.

7. Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Strategia rozwoju turystyki na lata 2008-2014*, Warszawa, luty 2008.
8. Szczepanowski A.E., *Walory turystyczne i atrakcje turystyczne województwa podlaskiego*, t. I, *Walory przyrodnicze*, Wydawnictwo WSFIZ w Białymstoku, Białystok 2011.
9. Zaręba D., *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

Czynniki rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim w świetle badań ankietowych

Conditions of Agritourism Development in Podlaskie Voivodeship in the view of surveys

Streszczenie

Celem badań była charakterystyka motywów podejmowania przez turystów decyzji związanych z wyborem gospodarstwa agroturystycznego, a także charakterystyka kwater agroturystycznych w różnych aspektach prowadzonej działalności. W wyniku porównania opinii kwaterodawców agroturystycznych i turystów dokonano próby opracowania rekomendacji skierowanych do kierowników kwater agroturystycznych.

Słowa kluczowe: agroturystyka, turystyka, turysta, Suwalszczyzna

Summary

The aim of the study was to describe the decision-making motives of tourists, the choice of agritourism farm and description of agritourism lodgings in various aspects of its business. By comparing the opinion of agritourism lodgings and tourists there has been made attempt of develop recommendations to managers of lodgings.

Key words: agritourism, tourism, tourist, the Suwałki Region

Wstęp

Województwo podlaskie słynie z wielu walorów, jednak warte uwagi są zwłaszcza walory środowiskowe, które stwarzają szanse rozwoju: agroturystyki, turystyki wiejskiej, krajoznawczej, czy też uzdrowiskowej. Wśród popularnych form spędzania czasu na Podlasiu szczególnie rozwija się turystyka aktywna: kajakowa, rowerowa, piesza i konna, a charakter regionu sprawia, że uprawiając taką turystykę, można także podziwiać przyrodę, poznawać lokalną kulturę, historię i tradycje¹. Mimo że województwo podlaskie posiada potencjał turystyczny, liczne jego walory i dostępne atrakcje turystyczne nie stanowią tak wyjątkowego czynnika przyciągającego turystów, jak można byłoby przypuszczać. W Strategii Rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020 są wymienione takie formy turystyki o największym potencjale, jak: aktywna turystyka rowerowa i kajakowa, turystyka wypoczynkowa na obszarach cennych przyrodniczo i nad jeziorami, w tym właśnie jest uwzględniana agroturystyka².

W związku z potencjałem rozwojowym turystyki w województwie podlaskim ważne jest badanie opinii osób, do których jest kierowana lub może być oferta turystyczna, a także badanie tego, jak przygotowane są gospodarstwa agroturystyczne na spełnienie tychże oczekiwań: czy są plany rozwojowe nie tylko przygotowywane przez władze regionu, ale również w samych kwaterach agroturystycznych. Za cel badań przyjęto zatem analizę motywów podejmowania decyzji przez turystów w odniesieniu do gospodarstw agroturystycznych i zbadanie opinii kwaterodawców o swoim gospodarstwie agroturystycznym. W wyniku porównania opinii kwaterodawców agroturystycznych i turystów na temat różnych aspektów prowadzonej działalności agroturystycznej i wypoczynku w kwaterze dokonano próby opracowania rekomendacji skierowanych do kierowników kwater agroturystycznych.

Badanie przeprowadzono na obszarze powiatów: suwalskiego, sejneńskiego, augustowskiego, z częścią danych z powiatu sokólskiego, ponieważ według rankingu atrakcyjności turystycznej poszczególnych obszarów województwa, w którym nie uwzględniono miast powiatowych, powiaty: augustowski, białostocki, hajnowski i suwalski zostały uznane za obszary o wysokiej atrakcyjności przyrodniczej³.

¹ *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008 roku, s. 24-25.

² *Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Projekt w wersji z dnia 19 marca 2013 roku, Załącznik nr 1 do Uchwały nr 150/2157/2013 Zarządu Województwa Podlaskiego z dnia 19 marca 2013 roku, s. 17-18.

³ Tamże, s. 17-18.

Pojęcie i istota turystyki oraz agroturystyki

Turystyka jest formą działań ludzkich w zakresie podróżowania i wypoczynku poza miejscem zamieszkania, związaną z dobrowolną zmianą miejsca pobytu. Zmiana miejsca pobytu powinna obejmować ponad 24 godziny i mieć charakter niezarobkowy. Inspiracją w podejmowaniu turystyki są odczuwane przez człowieka potrzeby, najczęściej: poznawcze, wypoczynkowe i sportowe⁴. Turystyka jest istotna nie tylko dla samych turystów ze względu na zaspokajanie ich potrzeb, lecz jednocześnie z punktu widzenia gospodarki, będąc zarówno ważną sferą aktywności gospodarczej, jak i sferą działalności społecznej. Co więcej, aktywność turystyczna należy do mierników poziomu życia mieszkańców i jest jednym ze wskaźników rozwoju cywilizacyjnego społeczeństw, głównie z uwagi na swój charakter dynamizujący rozwój społeczno-gospodarczy przez tworzenie nowych miejsc pracy, podnoszenie jakości życia społeczeństwa i podwyższanie konkurencyjności regionów⁵. Odpowiednio zarządzany rozwój turystyki powoduje poszerzanie świadomości lokalnej społeczności w zakresie własnej kultury, tradycji i środowiska przyrodniczego, jak również poszerza tę wiedzę u wypoczywającej społeczności z innych obszarów. Ponadto eksportowanie usług turystycznych poprawia strukturę bilansu płatniczego kraju, a także przyczynia się do redystrybucji dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych⁶.

Turystyka należy do szybko rozwijających się gałęzi gospodarki przynoszących na świecie znaczne zyski i powodując tym samym wzrost zainteresowania ze strony państw dalszym rozwojem turystyki i dziedzin z nią powiązanych. Do przyczyn takiego stanu można zaliczyć m.in. to, że turystyka generuje wzrost gospodarczy, angażuje do współpracy wiele sektorów i dziedzin gospodarki, stając się zarazem katalizatorem rozwoju regionalnego i lokalnego, aktywizuje różne środowiska, wyzwała lokalną przedsiębiorczość i drzemiący w jednostkach potencjał do działania. Równocześnie istotnemu wzbogaceniu ulega struktura gospodarcza, która umożliwia wykorzystanie w działalności turystycznej różnych zainteresowań i pasji, nieraz nadając nową dynamikę rozwojowi ośrodkom, łącząc obszary miejskie z wiejskimi, aktywizując zwłaszcza polską wieś dzięki turystyce czy agroturystyce, o której jeszcze będzie mowa. Oddziaływanie turystyki na otoczenie gospodarcze i społeczeństwo wykracza jeszcze dalej – turystyka pełni zarazem rolę edukacyjną, wzmacniając świadomość, odpowiedzialność i dbałość o środowisko u lokalnych społeczności oraz kształtując wrażli-

⁴ M. Drzewiecki, *Podstawy agroturystyki*, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 2002, s. 10.

⁵ *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 roku, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008, s. 3.

⁶ Tamże, s. 3.

wość, poczucie estetyki i duchową inspirację czerpaną z wyjątkowych, ważnych kulturowo miejsc⁷.

Turystyka jest idealnym przykładem sektora działalności gospodarczej funkcjonującego według tradycyjnej definicji zrównoważonego rozwoju, to znaczy, że przez odpowiednie kształtowanie postaw i otoczenia wpływa na ochronę dziedzictwa kulturowego, przyrodniczego i pielęgnowanie tradycji, tak aby potrzeby obecnego pokolenia były zaspokojone bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie w tym aspekcie⁸.

Jednym z rodzajów turystyki intensywnie rozwijającym się jest agroturystyka. Etymologia wskazuje na to, że słowo 'agroturystyka' powstało przez połączenie dwóch greckich słów: 'agros', czyli roli oraz 'agronomos' – zarządzania majątkiem rolnym. W literaturze przedmiotu mianem agroturystyki jest określana taka forma wypoczynku, która odbywa się na terenach gospodarstw rolniczych. Oparta jest ona na bazie noclegowej gospodarstwa i oferowanej aktywności rekreacyjnej związanej z gospodarstwem rolnym i/lub ścisłym jego otoczeniem. Agroturystyka została wprowadzona do terminologii przez przedstawicieli strony podażowej, zatem inaczej rozumieją ją przedstawiciele gospodarstw rolnych świadczących usługi turystyczne, a inaczej rozumieją ją sami turyści. Dla turysty agroturystyka zwykle oznacza aktywność turystyczną człowieka, zmierzającą do poznania tajników produkcji rolnej lub wypoczynku w danym środowisku (wiejskim)⁹. Jeszcze nieco odmiennie jest ona traktowana w krajach Unii Europejskiej, gdyż uznaje się agroturystykę za jedną z dziedzin rolnictwa.

Polityka społeczno-gospodarcza wobec wsi i rolnictwa wspiera rozwój nie tylko samego rolnictwa, ale i innych działalności. W wiejskiej przestrzeni gospodarczej coraz więcej jest nowych, pozarolniczych funkcji, które przyczyniają się do różnicowania wiejskiej ekonomii i stopniowego odejścia od rolnictwa jako jedynej lub dominującej funkcji tejże przestrzeni na rzecz takich działalności, jak agroturystyka. Podkreślając jej rolę w rozwoju otoczenia i społeczności lokalnych, zasadne jest podejmowanie badań umożliwiających rozpoznanie i ukazanie potrzeb i motywów podejmowania decyzji przez turystów, którzy mogą w istotny sposób oddziaływać na dalszy rozwój i ukierunkowanie agroturystyki w Polsce.

⁷ Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku ... op. cit., s. 4-5.

⁸ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://europa.eu/legislation_summaries/environment/sustainable_development/index_pl.htm, data wejścia: 31.03.2015].

⁹ C. Marcinkiewicz, *Rozwój i stan polskiej agroturystyki*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.sbc.org.pl/Content/80828/Zarz%C4%85dzanie1.2013%20Marcinkiewicz.pdf>, data wejścia: 11.02.2014].

Turystyka w świetle dotychczasowych badań

Na podstawie danych z analizy przeprowadzonej przez S. Divisekera dotyczących konsumpcji turystów pochodzących z: Nowej Zelandii, Zjednoczonego Królestwa, Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej, Japonii i Australii i spędzających czas w Australii zostały wysunięte wnioski o wielu modelach konsumpcji turystów. W zależności od kraju pochodzenia turyści wydawali przykładowo większą część budżetu przeznaczanego na wyjazd, w tym: wyżywienie, zakwaterowanie lub zakupy. Co więcej, określono, że motywacje postępowania turystów mogą wpływać na wybór miejsca docelowego ich podróży¹⁰. Wniosek ten potwierdza zatem konieczność badania motywów turystów, ale także przygotowania gospodarstw agroturystycznych, obserwowania występujących różnic, a następnie ukierunkowania zmian rozwojowych gospodarstw w stronę tych, które odpowiadają oczekiwaniom aktualnych i potencjalnych klientów.

Inne, interesujące wyniki badań przedstawiono w pracy M. Kozak i M. Rimmington, wskazując główne przyczyny, dla których respondenci badania, w tym przypadku Brytyjcy turyści odwiedzają Turcję. Jako najważniejsze wyróżniono, takie jak: przyjazne nastawienie lokalnych mieszkańców, jakość udogodnień w miejscu zakwaterowania, poziom higieny, poziom zatłoczenia, wysokość cen, pogodę, bezpieczeństwo, hałas, życie nocne i dostępne rozrywki, wyżywienie. Można więc uznać je za istotną miarę porównawczą potencjalnych miejsc docelowych¹¹.

Ciekawym wnioskiem z badań innych autorów¹², który można implementować do dyskusji o turystyce w Polsce i rozwoju agroturystyki, w szczególności o przekonaniu gospodarzy do promowania własnej działalności agroturystycznej, jest to, że realnie można wpływać na ostateczny wybór miejsca docelowego przez selektywne i sekwencyjne przekazywanie potencjalnym klientom informacji o danym miejscu (w tym przypadku o gospodarstwie) i o tym, co dane miejsce ma do zaoferowania.

¹⁰ S. Divisekera, *Economics of tourist's consumption behaviour: Some evidence from Australia*, *Tourism Management* 31 (2010), s. 629-636.

¹¹ M. Kozak, M. Rimmington, *Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings*, *Hospitality Management* 18 (1999), s. 273-283.

¹² H. Oppewal, T. Huybers, G. I. Crouch, *Tourist destination and experience choice: A choice experimental analysis of decision sequence effects*, *Tourism Management* 48 (2015), s. 467-476.

Materiał i metodyka badań

Badania ankietowe zarówno nad motywami, jakimi kierują się turyści w wyborze miejsca wypoczynku i ich oczekiwaniach wobec gospodarstw agroturystycznych, jak i charakteryzujące gospodarstwa agroturystyczne¹³ przeprowadzono na terenie wybranych powiatów województwa podlaskiego w czerwcu 2014 roku, losowo dobierając respondentów.

W badaniu gospodarstw agroturystycznych wzięło udział 42 właściciele kwater agroturystycznych. Badane gospodarstwa znajdowały się na obszarze powiatów: suwalskiego, sejneńskiego, augustowskiego i sokólskiego w takich gminach, jak: Płaska (35,71% gospodarstw), Suwałki (21,43%), Suchowola (9,52%), Giby (7,14%), Nowinka (7,14%), Jeleniewo (7,14%), Krasnopol (2,38%), Sejny (2,38%). W przypadku 7,14% gospodarstw nie otrzymano zgody na podanie gminy, na której terenie znajduje się gospodarstwo.

Badane gospodarstwa znacznie różniły się między sobą powierzchnią użytków rolnych. Stąd też podzielono je na grupy według powierzchni w hektarach: (0-1 ha> 11,9% ankietowanych gospodarstw, (1-2 ha> 16,67% gospodarstw, (2-3 ha> 19,05% gospodarstw, gospodarstwa o powierzchniach (3-4 ha>, (4-5 ha>, (5-6 ha> i (6-7 ha> stanowiły po 2,38% wszystkich gospodarstw agroturystycznych, (7-8 ha> 4,76% gospodarstw, powyżej 8 ha – 9,52% gospodarstw, 28,57% badanych nie udzieliło odpowiedzi na pytanie dotyczące wielkości gospodarstwa. Poza agroturystyką, gospodarstwa te zajmowały się działalnością tylko rolniczą w przypadku 14,29% ankietowanych gospodarstw, działalnością tylko pozarolniczą w przypadku 42,86% kwater i działalnością mieszaną w przypadku 38,1% kwater. Prawie 5% badanych gospodarstw agroturystycznych nie udzieliło odpowiedzi na pytanie związane z dodatkową działalnością. W prowadzeniu działalności gospodarczej niezwykle istotne jest wykształcenie przedsiębiorcy, co potwierdziły badania przedsiębiorczości¹⁴. W związku z powyższym w badaniu do kierowników gospodarstw agroturystycznych kierowano pytanie o ich wykształcenie. Wykształcenie podstawowe posiadało jedynie 2,38% ankietowanych właścicieli kwater agroturystycznych, zasadnicze zawodowe – 21,43% gospodarzy, średnie 47,62%, a wyższe aż 28,57% ankietowanych gospodarzy agroturystycznych. Wiek właścicieli również miał wpływ na wyniki gospodarstwa agroturystycznego. W badaniu najwięcej, po 30,95% respondentów, stanowili kierownicy gospodarstw w grupach wiekowych: 41-50 lat i 51-60 lat, następnie 14,29% stanowili kierownicy w grupie wiekowej 31-40 lat, 11,90% w grupie 20-30

¹³ W opracowaniu pojęcie ‘gospodarstwa agroturystyczne’ stosowano zamiennie z ‘kwaterami agroturystycznymi’, to samo dotyczy pojęć: ‘gospodarzy’ i ‘kwaterodawców’.

¹⁴ Szerzej na ten temat: D. Węclawska, P. Zadura-Lichota, *Wpływ edukacji na postawy przedsiębiorcze i przygotowanie młodych Polaków do działalności gospodarczej*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*, PARP, Warszawa 2010.

lat i 9,52% stanowili kierownicy z grupy wiekowej 61 lat wzwyż. Natomiast 2,3% kierowników gospodarstw nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Badane gospodarstwa agroturystyczne różniły się również pod względem liczby oferowanych miejsc noclegowych; 9,52% ankietowanych oferowało do 5 miejsc noclegowych łącznie. Tymczasem, najczęściej 42,86% oferowało od 5 do 10 miejsc noclegowych łącznie. Analiza badań wykazała, że 19,05% posiadało do dyspozycji turystów powyżej 10 miejsc noclegowych do 15 miejsc łącznie, zaś od 15 do 20 miejsc noclegowych łącznie oferowało 16,67% respondentów. Niewiele, jedynie 4,76% ankietowanych gospodarstw agroturystycznych miało w swojej ofercie od 20 do 25 miejsc noclegowych łącznie, a 7,14% respondentów powyżej 30 miejsc noclegowych.

W badaniu turystów, przeprowadzonym na tym samym obszarze co gospodarstwa agroturystyczne, wzięło udział łącznie 90 osób. Badana grupa została scharakteryzowana według następujących parametrów: płeć, wiek, wykształcenie, liczba członków rodziny (poza respondentem) i status zatrudnienia. Kobiety stanowiły 54,44% ankietowanych, a 45,56% mężczyźni. Najwięcej, 33,33% badanych stanowiły osoby w wieku 50-59 lat, nieco mniej, 27,78% osoby w wieku 30-39 lat, następnie 16,67% respondentów miało 40-49 lat. Osoby poniżej 18. roku życia objęły 7,78% ankietowanych, czyli tyle samo, co osoby w wieku 19-29 lat. Najmniej, 6,67% byli to respondenci powyżej 60. roku życia. Najwięcej, 56,67% respondentów posiadało wykształcenie wyższe, 33,33% wykształcenie średnie, 5,56% wykształcenie zasadnicze zawodowe, a 4,44% gimnazjalne. Żaden z ankietowanych nie zakończył edukacji na etapie podstawowym. Znaczną różnorodność respondentów ukazała także liczebność ich rodzin. Najwięcej, 31,11% stanowili respondenci z czterema członkami rodziny. Zbliżony udział 21,11% oraz 20,00% tworzyli kolejno respondenci posiadający trzech i dwóch członków rodziny. Jednego członka rodziny posiadało 11,11% badanych, 7,78% to osoby samotne, zaś 4,44% respondenci posiadający w rodzinie 5 członków. Natomiast po 2,22% stanowili respondenci posiadający 6 członków oraz respondenci posiadający 7 lub więcej członków rodziny. Najliczniejszą grupę ankietowanych tworzyli pracownicy najemni – 55,56%. Aż 31,11% badanych urlopowiczów to prywatni przedsiębiorcy, po 5,56% badanych turystów stanowili uczniowie i studenci. Jedynie 3,33% badanych turystów to emeryci, a najmniej, 1,11% badanych to renciści.

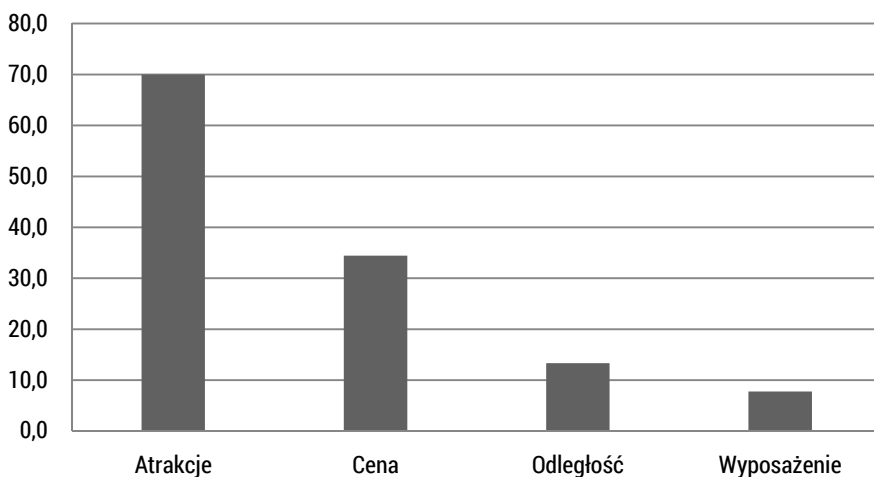
W związku ze znaczną obszernością badania, wielością badanych grup i liczebnością pytań w kwestionariuszach ankietowych, w niniejszym opracowaniu ograniczono rozpatrywane treści do najważniejszych w opinii autorki.

Wyniki badań – turystów i kwaterodawców

Wyjazd na wakacje do gospodarstwa agroturystycznego, hotelu czy domków letniskowych, a także niezależnie od przeznaczanych na ten cel środków, zazwyczaj w pewien sposób należy zaplanować i przygotować. Jednym z kulminacyjnych momentów wyboru jest wybór regionu docelowego i odpowiedniego lokum do zakwaterowania. Wiedza o tym, na co zwracają uwagę turyści, planując wypoczynek, może w istotny sposób przyczynić się do poprawienia oferty przez kwatery agroturystyczne i w konsekwencji podniesienia zyskowności prowadzonej działalności. Na co zatem przede wszystkim zwracali uwagę turyści poddani badaniu ankietowemu, planując swój odpoczynek?¹⁵

Wykres 1.

Na co w pierwszej kolejności zwracali uwagę turyści, planując swój odpoczynek?



Źródło: badania własne.

Zdecydowana większość respondentów (aż 70%) głównie zwracała uwagę na atrakcje dostępne na miejscu. Co ciekawe, czynnik cenowy wywarł swój wpływ jedynie na 34,44% respondentów. Odległość od miejsca zamieszkania miała istotne znaczenie dla 13,33% respondentów, a wyposażenie gospodarstwa jedynie dla 7,78% ankietowanych. Na tej podstawie można więc przyjąć, że w prowadzeniu działalności agroturystycznej jednym z najważniejszych czynników przyciągających turystów są dostępne atrakcje. Aby zatem prowadzić działalność agroturystyczną, warto założyć

¹⁵ Było to pytanie wielokrotnego wyboru, zatem odpowiedzi nie sumują się do 100%.

ją w miejscu z ciekawymi i/lub licznymi atrakcjami. Te mogą przyciągnąć potencjalnych klientów kwatery na wystarczająco długi okres, żeby zaplanowany wypoczynek i zwiedzanie lokalnych atrakcji wymagały noclegu i/lub wyżywienia. Zdecydowanie jest to trudne w realizacji, głównie z tego powodu, że gospodarstwa mają swoje stałe położenie, często od wielu pokoleń i przeprowadzka jest niemożliwa ze względu na więzy rodzinne, tradycje i przywiązanie do gospodarstwa. Jeżeli nie ma możliwości zmiany miejsca prowadzonej działalności agroturystycznej, warto skoncentrować ją na pozostałych elementach, na które turyści przede wszystkim zwracali uwagę, czyli czynnik cenowy i wyposażenie kwatery agroturystycznej. Wpływ na turystów zainteresowanych odległością miejsca zamieszkania od kwatery można wyrzucić w wyniku kierowania swojej oferty do mieszkańców najbliższych położonych regionów dzięki różnym środkom przekazu (szerzej na ten temat w dalszej części opracowania).

Na decyzje turystów związane z docelowym miejscem podróży wpływa także znajomość wybranego regionu, w tym przypadku województwa podlaskiego. Wśród ankietowanych 10% przyznało, że jest po raz pierwszy na Podlasiu. Najwięcej, 30% respondentów, nie mogąc sprecyzować odpowiedzi, uznało, że przyjeżdżało tu okazjonalnie. Jeden, dwa razy w obrębie województwa podlaskiego było 22,22% ankietowanych, a trzy, cztery razy 6,67% badanych turystów, natomiast powyżej czterech razy odwiedziło to województwo 4,44% respondentów. Wśród ankietowanych turystów 26,67% stanowili mieszkańcy województwa podlaskiego, podróżujący w obrębie własnego województwa, co podkreśla znaczenie turystyki w wymiarze lokalnym na obszarze jednego województwa i potencjalne korzyści płynące z rozpoznawalności danej kwatery agroturystycznej w regionie.

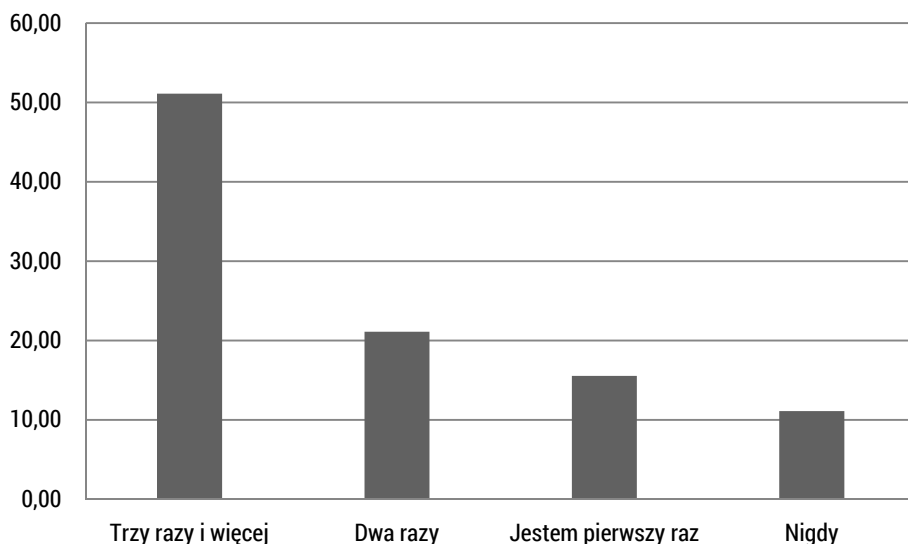
Stosowanie narzędzi marketingowych jest domeną prawie każdej działalności gospodarczej, a ich wykorzystanie przyczynia się do zwiększenia rozpoznawalności produktów, usług, marki, zwiększenia sprzedaży i liczby klientów. W działalności agroturystycznej również odgrywają istotną rolę. Zatem, z jakich źródeł korzystają turyści, którzy chcą uzyskać informację, a z jakich właściciele kwater agroturystycznych do promowania swojej działalności? Wśród badanych turystów bezspornie dominowały dwa źródła informacji – znajomi (61,11%) oraz szeroko rozumiany Internet (30%). Niewielki odsetek ankietowanych, 3,33%, przyznał, że po prostu zna ten teren, natomiast inne odpowiedzi oscyływały wokół 1%.

Biorąc pod uwagę mnogość środków komunikacji i reklamy, a także liczne korzyści płynące z ich stosowania, dziwi, że aż 1/3 badanych gospodarstw agroturystycznych ich nie stosuje, a tylko 66,67% respondentów korzysta z różnych form promocji obiektu. Wśród wymienianych form reklamy zdecydowanie dominowało źródło promocji, jakim jest Internet, m.in.: portale turystyczne, gminne, własne strony internetowe. Następnie 25% reklamujących się kwater agroturystycznych odczuwało korzyści płynące z promocji „pocztą pantoflową”, pozostałe 25% stosowanych form stanowiły: ulotki, broszurki, reklamy w gazetach, czasopismach itd.

Co ciekawe, jedynie 3,57% ankietowanych gospodarzy wskazało na źródło promocji, jakim jest bardzo popularny współcześnie portal *Facebook*. Jak można zauważyć, u obu grup respondentów dominowały źródła uzyskiwania i przekazywania informacji, jakimi są Internet i kontakty towarzyskie, jednakże w innych proporcjach. Więcej turystów korzystało z poleceń znajomych, a mniej z Internetu, natomiast więcej kwatrodawców gospodarstw agroturystycznych wybierało Internet niż odczuwało korzyści z tak zwanej „poczty pantoflowej”. Można przypuszczać, iż w uzyskiwaniu informacji odmienne proporcje wśród turystów i gospodarzy są spowodowane tym, że trudniej jest gospodarzom kwat agroturystycznych wpłynąć na turystów odwiedzających ich gospodarstwo na tyle, żeby zareklamowali je wśród swoich znajomych. Jednak, wydaje się, że pozytywny wizerunek kwatery agroturystycznej, miła obsługa i oferowane udogodnienia oddziałują na tę formę promocji.

Nie wszyscy turyści byli ankietowani bezpośrednio w gospodarstwie agroturystycznym, dlatego też na potrzeby badania sprawdzono, z jaką częstotliwością ankietowani turyści korzystali z usług kwatery agroturystycznej (wykres 2).

Wykres 2.
Ile razy turyści korzystali z usług kwatery agroturystycznej?



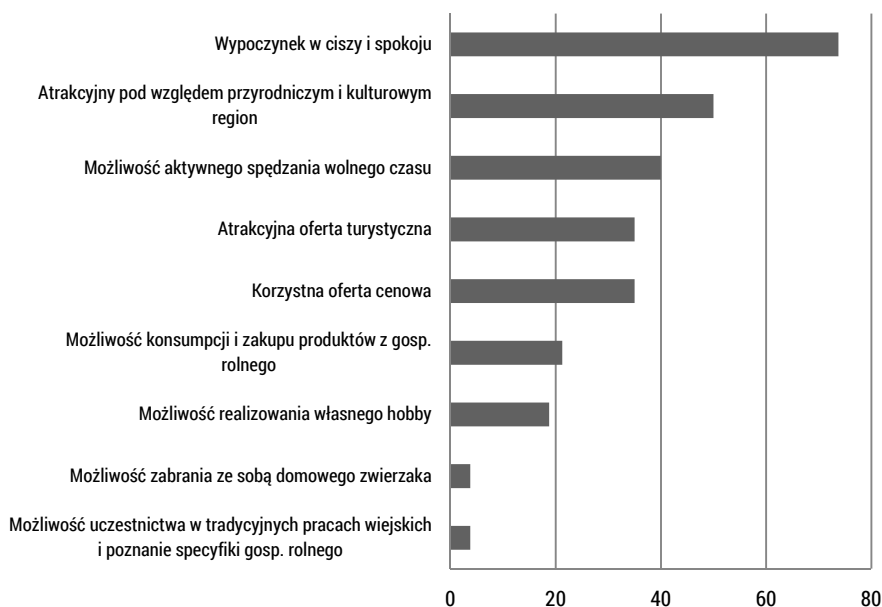
Źródło: badania własne.

Dominowali respondenci, którzy korzystali z usług kwatery agroturystycznej trzy razy i więcej – 51,11%. Znacznie mniej, gdyż 21,11% ankietowanych korzystało z tychże usług dwukrotnie, 15,56% wypoczywało w gospodarstwie agroturystycznym po raz pierwszy, a 11,11% ankietowanych turystów nigdy nie kwaterowało się w takim gospodarstwie¹⁶. Respondentów korzystających z usług kwater agroturystycznych zapytano także o to, czy zawsze wybierają tę samą kwaterę. Co ciekawe, mniej więcej taki sam udział respondentów wybierał zawsze tę samą kwaterę agroturystyczną (48,75%), jak i starał się zawsze wybierać inną kwaterę (51,25%).

Nieco odmiennie sytuacja kształtuje się z punktu widzenia gospodarstw agroturystycznych. W strukturze odwiedzających gospodarstwa turystów stali klienci stanowili największy udział (powyżej 75% wszystkich klientów) u 14,29% kwater, u takiego samego odsetka badanych kwater stałych klientów było mniej, gdyż 51-75% wszystkich klientów. U największej części badanych gospodarstw (38,1%) stali klienci to 26-50% wszystkich klientów, a u niewielu mniej gospodarstw (33,33%) stanowili oni 0-25% klientów.

Wykres 3.

Jaki był motyw wyboru przez turystów wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym?



Źródło: badania własne.

¹⁶ W związku z tym, że respondenci Ci nigdy nie kwaterowali się w gospodarstwie agroturystycznym zostali oni wyłączeni z dalszej analizy.

Dokonując wyboru gospodarstwa agroturystycznego, turyści kierowali się różnymi motywami (wykres 3). Jedne czynniki miały większe znaczenie, inne mniejsze. Na pytanie o motyw wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym¹⁷ u badanych turystów, aż 73,75% respondentów za główny motyw wyboru gospodarstwa agroturystycznego jako miejsca zakwaterowania i wypoczynku uznawało to, że w gospodarstwie wypoczywa się w ciszy i spokoju, następnie 50% ankietowanych, że gospodarstwo znajduje się w atrakcyjnym pod względem przyrodniczym i kulturowym regionie. Możliwość aktywnego spędzania wolnego czasu jako ważny motyw wyboru gospodarstwa agroturystycznego wskazało 40% respondentów, a po 35% ankietowanych opowiedziało się za atrakcyjną ofertą turystyczną i korzystną ofertą cenową wybranego gospodarstwa. Możliwość konsumpcji i zakupu produktów z gospodarstwa potwierdziło 21,25% respondentów, 18,75% wypoczywając w kwarterze agroturystycznej miało możliwość realizowania własnego hobby, a po 3,75% respondentów wskazało możliwość uczestnictwa w tradycyjnych pracach wiejskich i poznanie specyfiki gospodarstwa rolnego oraz możliwość zabrania ze sobą domowego zwierzęcia, zwracając przez to uwagę na to, czy dane gospodarstwo agroturystyczne stwarza warunki do zakwaterowania wraz z pupilem.

Możliwość aktywnego spędzania wolnego czasu jako ważnego powodu przyjazdu turystów decyduje o tym, że gospodarstwa agroturystyczne wychodzą naprzeciw oczekiwaniom turystów i dysponują szeroką gamą atrakcji turystycznych oferowanych już w samym gospodarstwie¹⁸, abstrahując od atrakcji turystycznych dostępnych w pobliżu kwatery. Najwięcej ankietowanych gospodarzy (97,62%) oferowało kwaterebiocom do dyspozycji różne gry i zabawy. Z uwagi na specyfikę obszaru, 50% gospodarstw agroturystycznych posiadało wypożyczalnię sprzętu wodnego, 42,86% wypożyczalnię rowerów, a 35,71% oferowało organizację spływów kajakowych. Wśród oferowanych turystom mniej lub bardziej aktywnych form spędzania czasu ankietowani gospodarze agroturystyczni wskazywali także na: grille i ogniska (23,81%), konie (19,05%), saunę (14,29%), dostęp do jeziora (7,14%), inne sporty wodne (7,14%), narty biegowe (7,14%), warsztaty kulturowe (rzemiosło, zielarstwo, szlaki turystyczne, nauka gotowania tradycyjnych potraw) również 7,14%, i wiele innych, np.: przejażdżki bryczką, kuligi, place zabaw dla dzieci, wycieczki zagraniczne, wędkowanie, pływanie tratwą, możliwość korzystania z basenu, boiska, korty tenisowe, bilard, dyskoteki, imprezy zorganizowane i sady ekologiczne. Zatem wśród atrakcji oferowanych turystom przez gospodarstwa agroturystyczne znajduje się bardzo wiele różnorodnych form aktywności oraz wypoczynku. Każdy może znaleźć coś dla siebie.

¹⁷ Było to pytanie wielokrotnego wyboru, zatem odpowiedzi nie sumują się do 100%.

¹⁸ Jak wyżej.

Jak wcześniej wspomniano, 21,25% ankietowanych turystów potwierdziło możliwość konsumpcji i zakupu produktów z gospodarstwa jako jeden z czynników motywujących do przyjazdu na teren gospodarstwa agroturystycznego. Zapytano więc wszystkich respondentów z grupy turystów o to, jaką formę gastronomii wybierają¹⁹. Najpopularniejszymi formami gastronomii okazały się: wyżywienie u gospodarzy (43,75%) i samodzielne przygotowanie posiłku (46,25%). Rzadziej, jedynie u 8,75% respondentów, obie te formy wyżywienia bywały łączone. Z baru i/lub restauracji korzystało 10% ankietowanych. Część ankietowanych turystów nie ograniczała się do jednej czy dwóch form wyżywienia i podczas wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym łączyła wszystkie wymienione formy wyżywienia.

W przypadku gospodarstw agroturystycznych, w 57,14% badanych przypadków oferowano wyżywienie, w pozostałych 42,86% kwaterach agroturystycznych nie było takiej możliwości, przy czym 80,95% badanych gospodarstw agroturystycznych było skłonnych dostosowywać się do potrzeb swoich gości, np. w kwestii godzin wydawanych posiłków.

W planowaniu wypoczynku jest ważne z kim jedziemy i czy wybrane miejsce jest przystosowane do danej grupy turystów. Zapytani o ten aspekt²⁰ turyści w zdecydowanej większości preferowali wyjazdy grupowe: z rodziną (53,75% ankietowanych) albo ze znajomymi (50%). Jedynie 1,25% respondentów przyjeżdżało samotnie. Natomiast w przypadku gospodarstw agroturystycznych odpowiedzi kształtowały się zgoła odmiennie i były także bardziej szczegółowe (wykres 4)²¹. Gospodarze ocenili, że najczęściej przyjeżdżały do nich rodziny z dziećmi (w opinii 90,48% respondentów), młodzież (30,95% uzyskanych opinii), rodziny bez dzieci i seniorzy (po 23,81% opinii respondentów). Rzadziej przyjeżdżały natomiast osoby samotne (21,43% respondentów) i grupy zorganizowane, takie jak obozy czy wycieczki (19,05%).

Ostatnim, przytoczonym w niniejszym opracowaniu pytaniem było to skierowane do kwater agroturystycznych w zakresie dalszych zamiarów rozwojowych w działalności turystycznej. Swoją działalność chciało rozwijać 69,05% badanych gospodarstw agroturystycznych, zaś 26,19% przyznało, że nie zamierza rozwijać działalności turystycznej. Tymczasem 4,75% badanych gospodarzy nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.

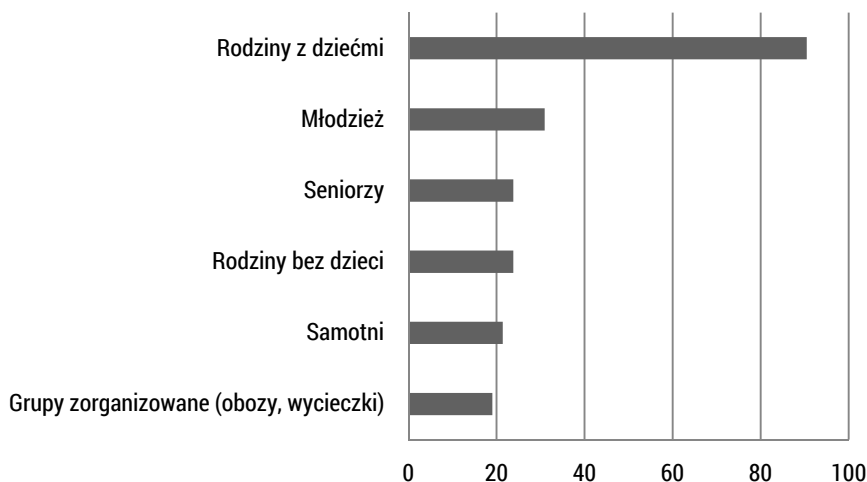
¹⁹ Było to pytanie wielokrotnego wyboru, zatem odpowiedzi nie sumują się do 100%.

²⁰ Jak wyżej.

²¹ Jak wyżej.

Wykres 4.

Która z wybranych grup najczęściej odwiedza gospodarstwa agroturystyczne?



Źródło: badania własne.

Podsumowanie

Województwo podlaskie posiada potencjał, który mogą wykorzystać kwatrowodawcy agroturystyczni. W rozwijaniu swojej działalności i jej ukierunkowaniu jest istotne uzyskiwanie informacji od turystów, na co zwracają uwagę w planowaniu wypoczynku, a także dostosowanie oferty do pozyskanych opinii i poznanych oczekiwań. W świetle przeprowadzonych badań można wysunąć wnioski, że występują znaczne różnice w tym, na co zwracają uwagę turyści podczas planowania wypoczynku, a w tym, co oferują gospodarstwa agroturystyczne. Różnice te występują również w wykorzystywanych źródłach uzyskiwania informacji o potencjalnych miejscach wypoczynku. Najbardziej zaskakująca konkluzja jest ta, że znaczna liczba gospodarzy nie chce dalej rozwijać swojej działalności (aż 1/4 kwatrowodawców).

Zebrane w opracowaniu dane mogą posłużyć właścicielom i/lub zarządom gospodarstw agroturystycznych do lepszego poznania oczekiwań ludności odwiedzającej województwo podlaskie oraz opracowania strategii rozwoju własnej działalności, tak aby jak najlepiej dostosować ofertę do potrzeb turystów. Jednocześnie należy pamiętać, że przeprowadzone badania ankietowe stanowią jedynie wycinek z rzeczywistości gospodarczej i nie obejmują wielu interesujących aspektów.

Bibliografia

1. Divisekera S., *Economics of tourist's consumption behaviour: Some evidence from Australia*, *Tourism Management* 31 (2010).
2. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://europa.eu/legislation_summaries/environment/sustainable_development/index_pl.htm, data wejścia: 31.03.2015].
3. Drzewiecki M., *Podstawy agroturystyki*, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 2002.
4. *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 roku, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008.
5. Kozak M., Rimmington M., *Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings*, *Hospitality Management* 18 (1999).
6. Marcinkiewicz C., *Rozwój i stan polskiej agroturystyki*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.sbc.org.pl/Content/80828/Zarz%C4%85dzanie1.2013%20Marcinkiewicz.pdf>, data wejścia: 11.02.2014].
7. Oppewal H., Huybers T., Crouch G.I., *Tourist destination and experience choice: A choice experimental analysis of decision sequence effects*, *Tourism Management* 48 (2015).
8. *Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Projekt w wersji z dnia 19 marca 2013 roku, Załącznik nr 1 do Uchwały nr 150/2157/2013 Zarządu Województwa Podlaskiego z dnia 19 marca 2013 roku.
9. Węcławska D., Zadura-Lichota P., *Wpływ edukacji na postawy przedsiębiorcze i przygotowanie młodych Polaków do działalności gospodarczej*, [w:] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008-2009*, PARP, Warszawa 2010.

Turystyka zdrowotna w opinii mieszkańców województwa podlaskiego

Health tourism in the opinion of the inhabitants of Podlasie voivodeship

Streszczenie

Turystyka jest najbardziej dynamicznym sektorem gospodarki światowej. Jedną z form turystyki, która cieszy się coraz większym zainteresowaniem społeczeństwa, jest turystyka zdrowotna. Celem pracy było przedstawienie poziomu zainteresowania mieszkańców województwa podlaskiego turystyką zdrowotną, obejmującą turystykę: sanatoryjno-uzdrowską, regeneracyjno-estetyczną i medyczną. Do badań wykorzystano kwestionariusz ankiety przeprowadzony w 2014 roku w grupie 80 osób, wybranych losowo, będących mieszkańcami województwa podlaskiego. Przeprowadzona ankieta potwierdziła znakomitą znajomość, a także duże zainteresowanie mieszkańców województwa podlaskiego różnorodnymi rodzajami turystyki zdrowotnej. Zdecydowana większość respondentów decydowała się raz do roku na wyjazdy związane z turystyką zdrowotną i to najczęściej wyjazdy weekendowe. Nieco mniej osób wyjeżdżało nawet rzadziej niż raz do roku. Najczęściej odwiedzaną miejscowością na terenie województwa podlaskiego w celu uprawiania turystyki zdrowotnej był Białystok oraz leżący w pobliżu Supraśl. Znaczna część społeczeństwa wykazuje duże zainteresowanie i znajomość zagadnień związanych z turystyką zdrowotną. Uzyskane dane mogą wskazywać potrzeby współczesnego społeczeństwa, które planując wyjazdy, łączy wypoczynek z różnego rodzaju zabiegami dla zdrowia i urody.

Słowa kluczowe: turystyka, zdrowie, Spa & Wellness, medycyna, uzdrowisko

Summary

Tourism is the most dynamic sector of the world economy. One of the forms of tourism, which enjoys increasing public interest, is health tourism. The aim of the study was to present the level of interest Podlasie region's population health tourism, including tourism: health spa, spa & wellness and medical spa. The study used a questionnaire carried out in 2014 in a group of 80 people, selected at random, who are residents of Podlaskie voivodeship. The conducted survey confirms the excellent knowledge, as well as a lot of interest Podlasie voivodeship inhabitants of the variety of types of health tourism. The vast majority of respondents opting for medical tourism trips on an annual basis and are mostly weekend trips. Slightly fewer people are leaving even less frequently than once a year. The most visited village in the province of Podlasie in order to have health tourism is lying in Białystok and nearby Supraśl. A large part of society has a strong interest and knowledge of issues relating to health tourism. The resulting data may indicate the needs of contemporary society, whose representatives planning trips combine leisure with different kinds of treatments for health and beauty.

Key words: tourism, health, Spa & Wellness, medicine, health spa

Wstęp

Turystyka jest najbardziej dynamicznym sektorem gospodarki światowej. Mimo wielu kryzysów, które miały wpływ na ogólną kondycję gospodarki na świecie, turystyka najmniej odczuła ich działanie. To jedyny sektor, który szczególnie umożliwia tworzenie miejsc pracy i zwiększanie zatrudnienia, powodując spadek stopy bezrobocia¹.

Według definicji Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO – United Nations World Tourism Organization): *Turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż przez rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest aktywność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości*².

Jedną z form turystyki, która cieszy się coraz większym zainteresowaniem społeczeństwa, jest turystyka zdrowotna. Stanowi ona tę część turystyki, która rozwijała się od wieków – w starożytności były to wyjazdy „do wód”; współcześnie są to zaplanowane wyjazdy turystyczne. Źródłem motywacji takich wyjazdów była i w dalszym ciągu jest regeneracja sił fizycznych i psychicznych, które są „zużywane” przez niekorzystne warunki życia współczesnego człowieka³.

¹ J. Walasek, *Turystyka w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.

² *World Tourism Organization*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.unwto.org, data wejścia: 23.03.2015].

³ J. Rab-Przybyłowicz, *Produkt turystyki medycznej*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.

Celem niniejszego opracowania było przedstawienie oceny poziomu zainteresowania mieszkańców województwa podlaskiego turystyką zdrowotną, która obejmuje turystykę: sanatoryjno-uzdrowiskową, regeneracyjno-estetyczną i medyczną. Realizacja celu badawczego wymagała przeprowadzenia badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego. Ponadto w pracy zaprezentowano i poddano ocenie bazę turystyki zdrowotnej w województwie podlaskim.

Turystyka zdrowotna w województwie podlaskim

Turystyka zdrowotna jest niezwykle zróżnicowanym i wielowymiarowym rodzajem turystyki. Głównym sposobem regeneracji sił psychicznych i fizycznych są bodźce naturalne (powietrze, słońce, woda), a także ruch w wymiarze odpowiadającym kondycji danej osoby. Zabiegi, którym jest poddawana osoba wybierająca taką formę turystyki, mogą mieć charakter terapeutyczny lub profilaktyczny. Przybierają one formę zabawową, a więc są odczuwane jako doznania o charakterze hedonistycznym⁴.

Wyjazdy o charakterze sanatoryjno-uzdrowiskowym są specyficzną formą turystyki zdrowotnej ze względu na cel podróży. Jest nim leczenie różnego typu schorzeń oraz podnoszenie ogólnego stanu zdrowia dzięki zapobieganiu schorzeniom. Leczenie w uzdrowiskach to działalność, która polega na świadczeniu opieki zdrowotnej. Prowadzona jest przez zakłady lecznictwa uzdrowiskowego, wykorzystującego właściwości warunków środowiska naturalnego, w tym m.in.⁵: właściwości lecznicze mikroklimatu; właściwości naturalnych surowców leczniczych: gazów oraz kopaliny leczniczych, do których zalicza się: pleoidy, wody lecznicze i termalne; właściwości lecznicze klimatu, np. talasoterapia⁶ oraz subterraneoterapia⁷.

Aktualnie wymagania zawarte w *Ustawie o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych* spełniają w województwie podlaskim tylko dwie miejscowości: Augustów i Supraśl. Pierwsza z nich pełny status miejscowości uzdrowiskowej posiada od 1993 roku. Osiem lat później taki tytuł uzyskała Supraśl.

Sanatorium Uzdrowiskowe „Budowlani” w Augustowie to obiekt zlokalizowany niecałe 3 km od centrum miasta, na terenie nazywanym „Zielonymi Płucami Pol-

⁴ S. Bosiacki, *O humanistycznej koncepcji rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce*, [w:] *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, (red.) M. Kazimierzczak, Wydawnictwo AWF, Poznań 2004.

⁵ *Ustawa z dnia 28 lipca 2005 roku o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych* [Dz.U. 2005, Nr 167, poz. 1399].

⁶ *Poradnik zdrowie. Medycyna niekonwencjonalna*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.poradnikzdrowie.pl, data wejścia: 09.04.2015].

⁷ *Pulmonologia – Portal pacjentów*, dokument elektroniczny, tryb dostępu [www.pulmonologia.mp.pl, data wejścia: 09.04.2015].

ski”. W czasie pobytu w uzdrowisku istnieje możliwość skorzystania z wielu zabiegów, które w znacznym stopniu poprawiają samopoczucie, m.in. z: hydroterapii, laseroterapii, magnetoterapii, kinezyterapii, krioterapii, światłolecznictwa, a także zabiegów inhalacyjnych i masażu⁸.

Od 2013 roku Hotel *** Knieja przejął funkcję uzdrowiska w Supraślu. Jego unikatowość polega na „wykorzystaniu” Puszczy Knyszyńskiej do celów leczniczych oraz rekreacyjnych. Otoczenie borów sosnowych, przez które wije się koryto rzeki (Supraśl) daje niepowtarzalne szanse rozwoju. Wyodrębnione strefy ochrony uzdrowiskowej umożliwiają rozwój usług turystycznych, jak również prowadzenie lecznictwa uzdrowiskowego. Supraśl leży na tzw. czarnym złocie, czyli złożach borowin posiadających niezwykle właściwości lecznicze. Dzięki temu, od 2002 roku to bajkowe miasteczko może się poszczycić statusem uzdrowiska o charakterze: nizinnym, klimatycznym, borowinowym⁹.

Turystyka regeneracyjno-estetyczna jest nazywana turystyką SPA & Wellness. Termin spa stosuje się do określenia tradycyjnych uzdrowisk, a także nowych centrów odnowy biologicznej. Pochodzi on od łacińskiego sformułowania: *Sanitas per aquam*, co w dosłownym tłumaczeniu oznacza „zdrowie dzięki wodzie”. Turystyka SPA & Wellness połączyła wiele, pozornie nie związanych ze sobą, gałęzi gospodarki, takich jak: kosmetyka, hotele, architektura oraz medycyna konwencjonalna, budownictwo, masaże i *fitness*¹⁰. Jest niezwykle dynamicznie rozwijającą się gałęzią turystyki.

Produkty oraz zabiegi, które pochodzą z tej formy turystyki zdrowotnej, to m.in.:¹¹

- pobyty lecznicze – *health care vacation*,
- pobyty, których celem przewodnim jest zapobieganie efektom starzenia się skóry – *anti aging vacation*,
- pobyty ukierunkowane na odnowę sił witalnych organizmu – *wellness vacation*,
- odnowa biologiczna dotycząca wyglądu zewnętrznego – *beauty vacation*.

Forma turystyki zdrowotnej, jaką jest Spa & Wellness, jest całkowicie nową marką znajdującą się na polskim rynku turystycznym. Jej rozwój i związane z nią usługi dodatkowe, czyli hotelarskie oraz terapeutyczne, wynikają z coraz większego

⁸ Portal o turystyce medycznej w Polsce, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.medi-tour.pl, data wejścia: 15.04.2015].

⁹ Turystyczny portal Gminy Supraśl, dokument elektroniczny, tryb dostępu: www.suprasl.pl, [data wejścia: 15.04.2015].

¹⁰ A. Koreńczuk, *Turystyka Spa & Wellness*, [w:] *Turystyka zdrowotna*, M. Boruszczak (red.), Wydawnictwo WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2010.

¹¹ Tamże.

zainteresowania społeczeństwa zdrowym trybem życia¹². Wielu turystów pragnie doznać zabiegów regeneracyjno-estetycznych. Wybiera do tego celu ośrodki SPA, które znajdują się przede wszystkim w hotelach. Na terenie województwa podlaskiego mieści się jedynie czternaście hoteli, które w swojej ofercie posiadają kompleksowe usługi tego typu na miejscu. Głównie są to obiekty o wysokim standardzie, czyli posiadające maksymalnie cztery gwiazdki w kategoryzacji obiektów hotelarskich. Należą do nich m.in.: trzygwiazdkowy Hotel „Warszawa” w Augustowie, czterogwiazdkowy Hotel „Żubrówka” w Białowieży, czterogwiazdkowy Hotel Branicki w Białymstoku.

Turystyka medyczna obejmuje wyjazdy do ośrodków medycznych. Jej celem jest poddanie się zabiegom niedostępnym, kosztownym lub niewykonywanym w miejscu stałego zamieszkania. Na wyjazdy związane z turystyką medyczną ma wpływ jakość i cena usług, a także poziom obsługi¹³.

W ciągu ostatnich kilku lat jest obserwowany ciągły napływ turystów zagranicznych, przyjeżdżających do Polski w celach medycznych. W celach zdrowotnych odwiedzają Polskę osoby z: Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Ich pobyty dotyczą głównie: wizyt i zabiegów stomatologicznych, gastrologicznych, ginekologicznych lub chirurgii plastycznej. Przyjazdy turystów zagranicznych przyczyniają się do rozwoju danej placówki w zakresie medycznym oraz bazy turystycznej, jaką stanowią: hotel, restauracje czy wycieczka krajoznawcza¹⁴.

Turystyka medyczna trafiła na listę 27 branż sporządzoną w Ministerstwie Gospodarki w 2010 roku, z których została wybrana jako jedna z 15 najbardziej kojarzących się z Polską i budującą jej pozytywny wizerunek za granicą. Wyselekcjonowane branże mają otrzymywać potężne wsparcie z funduszy unijnych na promocję gospodarczą¹⁵.

Największym zainteresowaniem wśród turystów zagranicznych cieszą się placówki stomatologiczne na terenie województwa podlaskiego. Do białostockich gabinetów chętnie przyjeżdżają: Anglicy, Niemcy oraz Duńczycy, doceniający profesjonalizm polskich stomatologów. Jednocześnie korzystają z wyjątkowo niskich cen zabiegów i wysokiej jakości usług. Dobrym przykładem jest Medica Dental, czyli gabinet stomatologiczny specjalizujący się w implantologii. Usługa ta jest niezwykle popularna wśród obcokrajowców. Turyści chętnie odwiedzają również profesjonalnie wyposażoną klinikę Dent-Plast, Specjalistyczną Przychodnię Stomatologii Kosme-

¹² Portal *Tourmedica*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tourmedica.pl, data wejścia: 10.04.2015].

¹³ Portal *Tourmedica*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tourmedica.pl, data wejścia: 10.04.2015].

¹⁴ J. Czerwiński, *Podstawy turystyki*, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wrocław-Poznań 2011.

¹⁵ A. Wcisło, *Turystyka medyczna*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.izp.wnz.cm.uj.edu.pl, data wejścia: 17.04.2015].

tycznej DentMedica, a także gabinet stomatologiczny BR Dent. Zainteresowani usługami z zakresu: protetyki, implantologii, chirurgii szczękowej oraz endodoncji mogą poddać się zabiegom w Wielospecjalistycznej Klinice Stomatologicznej Ars-Dent¹⁶.

Wyniki badań

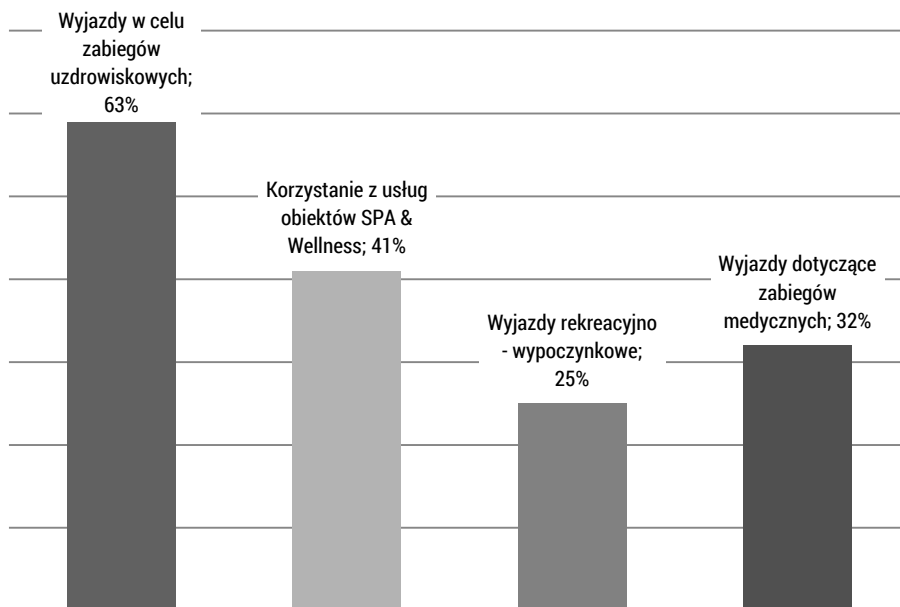
Badania ankietowe przeprowadzono w 2014 roku na grupie 80 osób, wybranych losowo, będących mieszkańcami województwa podlaskiego. Przeprowadzona ankieta potwierdziła znakomitą znajomość, a także duże zainteresowanie mieszkańców województwa podlaskiego różnorodnymi rodzajami turystyki zdrowotnej. Jednak, jak wynika z badań, nie dla każdego z ankietowanych osób zjawisko turystyki zdrowotnej było jednoznaczne. Turystyka zdrowotna kojarzyła się głównie z wyjazdami do uzdrowisk. Zdecydowanie mniejszej grupie ankietowanych takie wyjazdy kojarzyły się z obiektami SPA & Wellness. Bardzo ogólnikowej odpowiedzi udzieliło 16% respondentów, ponieważ wyjazdy rekreacyjno-wypoczynkowe znalazły się we wszystkich formach turystyki niezależnie od tego, czy jest to turystyka: wypoczynkowa, zdrowotna, biznesowa czy religijna. Uzyskane podczas wywiadu odpowiedzi zostały przedstawione na rysunku 1.

Korzystanie z ofert obiektów wchodzących w skład bazy turystyki zdrowotnej jest niezwykle popularne. Jedynie 14%, z przebadanych 80 respondentów, przyznało, że nigdy nie korzystało z żadnej aktywności związanej z tą formą turystyki. To niewielki ułamek i świadczy o wysokim poziomie usług i świadomości społeczeństwa, że dbanie zarówno o swoje ciało, jak i duszę jest niezmiernie ważną kwestią, której nie należy pomijać. Uzyskane dane obrazuje rysunek 2. Zdecydowana większość respondentów zdecydowała się na wyjazdy dotyczące turystyki zdrowotnej raz do roku i były to najczęściej wyjazdy weekendowe. Nieco mniej osób wyjeżdżało nawet rzadziej niż raz do roku. Prezentowane dane pokazują, że ludzie są zainteresowani wyjazdami do uzdrowisk, SPA czy gabinetów medycznych, lecz ich fundusz domowy nie przekracza dochodu w wysokości średniej krajowej na osobę. Nie jest to wiele, jeżeli wziąć pod uwagę ceny specjalistycznych zabiegów. Bez wątplenia, wiele osób chciałoby częściej brać udział w tego typu wyjazdach, ale nie każdy może sobie na to pozwolić.

¹⁶ *Portal Tourmedica*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tourmedica.pl, data wejścia: 14.03.2015].

Rysunek 1.

Postrzeżenie pojęcia turystyki zdrowotnej przez mieszkańców województwa podlaskiego



Źródło: badania własne.

Rysunek 2.

Poziom aktywności mieszkańców województwa podlaskiego w zakresie korzystania z bazy turystyki zdrowotnej

Czy kiedokolwiek uprawiał/a Pan/Pani turystykę zdrowotną na terenie województwa podlaskiego?

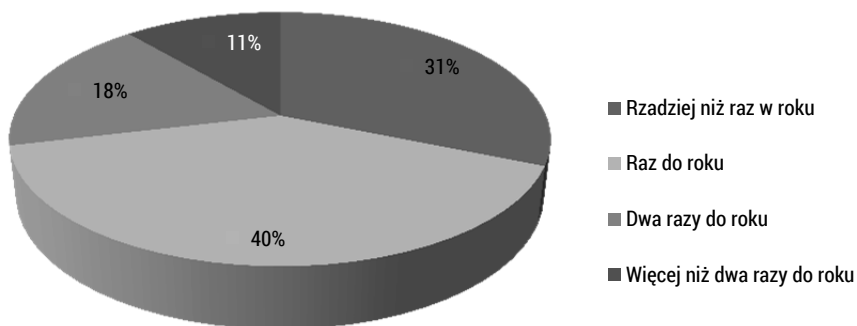


Źródło: badania własne.

Statystykę dotyczącą częstotliwości odwiedzin w obiektach turystyki zdrowotnej przedstawiają rysunki: 3. oraz 4.

Rysunek 3.
Częstotliwość pobytu w obiektach turystyki zdrowotnej

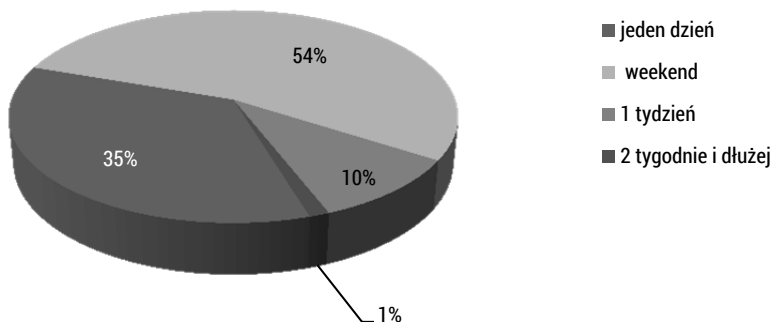
Jak często odwiedza Pan/Pani obiekty wchodzące w skład turystyki zdrowotnej?



Źródło: badania własne.

Rysunek 4.
Długość pobytu w obiektach turystyki zdrowotnej

Jak długo trwa Pani/Pana pobyt w tego typu obiektach?

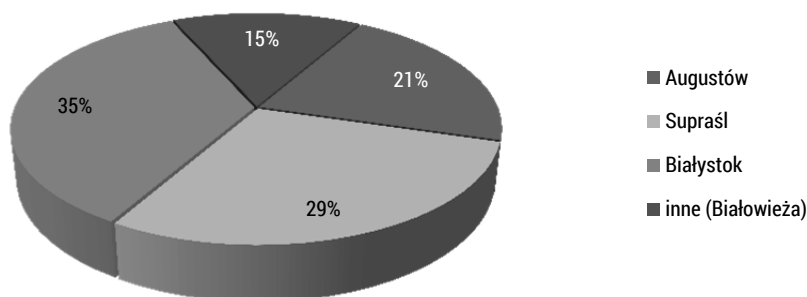


Źródło: badania własne.

Najczęściej odwiedzaną miejscowością w celu uprawiania turystyki zdrowotnej jest Białystok. To miasto na terenie województwa podlaskiego, które skupia wszystkie najlepsze ośrodki medyczne w północno-wschodniej Polsce. Na jego terenie mieści się kilka dobrze wyposażonych ośrodków SPA & Wellness z fantastycznie wykwalifikowaną kadrą. Niecałe 16 km od Białegostoku znajduje się Supraśl, do którego respondenci udają się równie często. To miasteczko typowo uzdrowskie, które urzeka swoim urokiem wąskich uliczek i wiekowych domków. Augustów jako druga a zarazem ostatnia miejscowość w województwie podlaskim, posiadająca status uzdrowiska, jest nieco mniej popularny niż Supraśl. Jednak to właśnie Augustów był pierwszą miejscowością posiadającą tenże status. Wyniki dotyczące powyższej kwestii przedstawia rysunek 5.

Rysunek 5.
Poziom atrakcyjności miejscowości w województwie podlaskim
w zakresie turystyki zdrowotnej

Do jakiej miejscowości w województwie podlaskim jeździ Pan/Pani najczęściej
w celu uprawiania turystyki zdrowotnej?



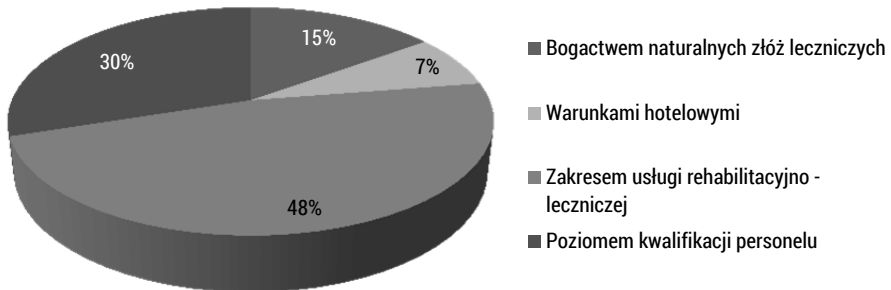
Źródło: badania własne.

Respondenci byli poproszeni o zarekomendowanie najlepszego ośrodka uzdrowskiego w województwie podlaskim i 70% ankietowanych poleciło uzdrowisko w Hotelu Knieja w Supraślu. To ogromna przewaga, biorąc pod uwagę fakt, że to uzdrowisko funkcjonuje dopiero od dwóch lat. Z rozmów z osobami badanymi wynika, że najważniejszymi czynnikami decydującymi były: profesjonalna obsługa, jak również zakres usług rehabilitacyjno-uzdrowskich. Właśnie te dwie cechy obiektu wpłynęły na wybór obiektu do wypoczynku i regeneracji sił. Jedynie 15% badanych kierowało się bogactwem naturalnych źródeł leczniczych, a 7% ankietowanych

decyzję o wyborze miejsca podejmowało na podstawie warunków noclegowych. Uzyskane dane przedstawia rysunek 6.

Rysunek 6.
Determinanty wyboru obiektu uzdrowskiego

Czym kieruje się Pani/Pan, wybierając obiekt uzdrowskiowy?



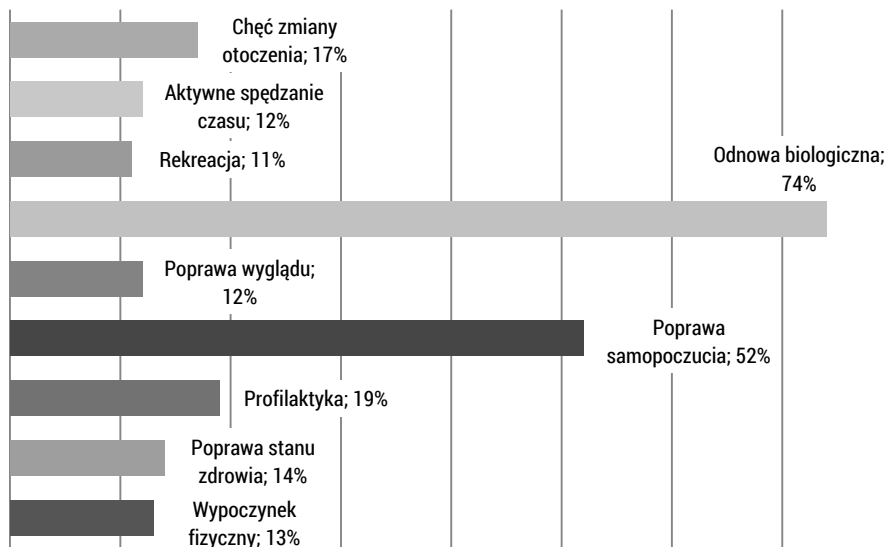
Źródło: badania własne.

Osoby biorące udział w badaniu, podejmując decyzję o wyjeździe w ramach turystyki zdrowotnej, kierowały się głównie chęcią odnowy biologicznej. To relaks w strefie komfortu, bez codziennego stresu i zmartwień. Kolejnym motywem była poprawa samopoczucia. Te powody wynikają z ciągłego „wyścigu szczurów” i życia w szybkim tempie. Problemy nawarstwiają się, a to powoduje jeszcze większy poziom stresu. Właśnie jego minimalizowaniu służy turystyka zdrowotna. Turystyka uzdrowskowa może pomóc w odzyskaniu siły dzięki masażom czy zabiegom działającym zarówno na ciało, jak i umysł. W obiektach SPA & Wellness można poprawić urodę czy wspomóc „matkę naturę” w rozwoju własnego ciała. Natomiast w ośrodkach medycznych specjaliści zajmują się poważnymi schorzeniami, tak aby osoby do nich przybywające czuły się jak najbardziej komfortowo. Wyniki ankiety dotyczące różnych motywów wyjazdów związanych z turystyką zdrowotną obrazuje rysunek 7.

Atrakcyjność województwa podlaskiego związaną z uprawianiem turystyki zdrowotnej bardzo wysoko ocenili 90% ankietowanych. Deklarowało, że ten obszar chętnie będą polecać do uprawiania tej formy turystyki. Zaledwie 10% ankietowanych nie poleciłoby województwa podlaskiego do uprawiania turystyki zdrowotnej (rysunek 8), przy czym 15% ankietowanych nie korzystało nigdy z usług turystyki zdrowotnej w tym województwie.

Rysunek 7.
 Motywy wyjazdów dotyczące turystyki zdrowotnej

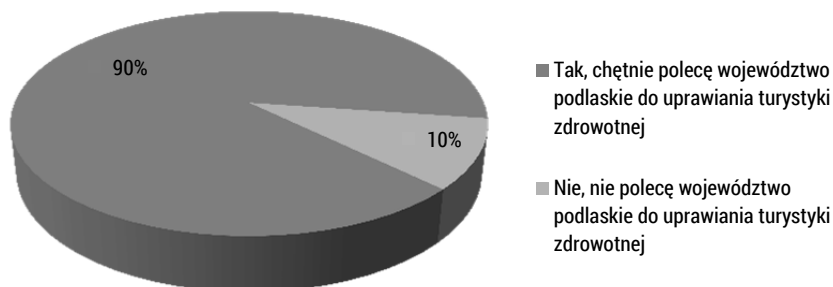
Co jest głównym motywem Pani/Pana wyjazdów dotyczących turystyki zdrowotnej?



Źródło: badania własne.

Rysunek 8.
 Ocena atrakcyjności województwa podlaskiego do uprawiania turystyki zdrowotnej

Czy poleciliby/łby Pani/Pan województwo podlaskie jako doskonałe miejsce do uprawiania turystyki zdrowotnej?



Źródło: badania własne.

Ponadto wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że osoby, które chociaż raz skorzystały z tej formy turystyki, będą ją rekomendować, wskazując województwo podlaskie jako miejsce doskonałe do regeneracji sił psychicznych i fizycznych, a także poprawy: zdrowia, wyglądu oraz kondycji.

Wybrane programy finansujące rozwój turystyki zdrowotnej

Unia Europejska daje możliwość dofinansowania projektów inwestycyjnych planowanych przez podmioty prowadzące działalność uzdrowiskową. W pierwszym kwartale 2010 roku mogły z tego skorzystać uzdrowiska położone w województwach: kujawsko-pomorskim i dolnośląskim. Dofinansowanie dotyczyło inwestycji w infrastrukturę: wypoczynkowo-uzdrowiskową z otaczającym terenem, jak również budowy, przebudowy i rozbudowy urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego (np.: parków zdrojowych, pijalni uzdrowiskowych, rehabilitacyjnych basenów, ujęć wód leczniczych i termalnych). Wysokość dotacji była uzależniona od wielkości podmiotu. Firmy prywatne mogły liczyć na dofinansowanie na poziomie od 40 do 70% nakładów inwestycyjnych.

Fundusze na funkcjonowanie uzdrowisk pochodzą ze środków finansowych państwa, towarzystw ubezpieczeniowych, Narodowego Funduszu Zdrowia oraz różnego rodzaju ubezpieczeń. Tendencją wszystkich państw europejskich jest stopniowe odchodzenie od finansowania lecznictwa uzdrowiskowego przez budżet państwa¹⁷.

Aby założyć obiekt zaliczany do bazy turystyki regeneracyjno-estetycznej, możliwe jest ubieganie się o dofinansowanie z Urzędu Pracy. Można z niego uzyskać maksymalnie 18 600 zł. Kolejną opcją jest dotacja z Unii Europejskiej (maksymalnie 40 000 zł). W ramach tej opcji finansowania w latach 2007-2013 funkcjonował Program Kapitał Ludzki¹⁸, który udzielał wsparcia i promocji przedsiębiorstwa oraz zatrudnienia pracowników, a także Regionalny Program Operacyjny w przypadku budowy obiektów mających na celu podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstwa¹⁹. Wysokość wsparcia finansowego była uzależniona od województwa (np.: 50% województwo małopolskie, 70% województwo lubelskie), w którym jest planowana realizacja inwestycji. Jednak, aby móc starać się o dofinansowanie, należy

¹⁷ J. Kraś, *Istota i znaczenie turystyki uzdrowiskowej w Polsce*, Uniwersytet Rzeszowski, t. 29*, Rzeszów 2011, s. 151-162.

¹⁸ *Polski portal dla księgowych*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.mojafirma.infor.pl, data wejścia: 08.05.2015].

¹⁹ *Serwis informacyjny branży turystycznej*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tur-info.pl, data wejścia: 17.04.2015].

„być” lub „stać się” przedsiębiorcą już w momencie składania wniosku o dofinansowanie²⁰.

Natomiast, jeśli chodzi o turystykę medyczną, to Departament Turystyki w Ministerstwie Sportu i Turystyki ogłosił w 2015 roku otwarty konkurs ofert na realizację zadań publicznych z jej zakresu. Środki pochodzące z Ministerstwa (w wysokości 2 mln zł) powinny być przeznaczone na tworzenie: strategii, studium wykonalności, badań, analiz, certyfikacji i rekomendacji, planów rozwoju, organizowanie imprez oraz konkursów. Preferowane będą przedsięwzięcia realizowane w Polsce na rzecz rozwoju i promocji regionu Morza Bałtyckiego, Polski Wschodniej i Karpat. Departament oczekuje działań promujących turystykę medyczną na wyżej wymienionych terenach, jak również bazy wspomagającej ten rodzaj turystyki, czyli bazy hotelarskiej i wypoczynkowej²¹.

Podsumowanie

Analizując dane zebrane za pomocą kwestionariusza ankiety, należy podkreślić, iż znaczna część społeczeństwa wykazuje duże zainteresowanie i znajomość zagadnień związanych z turystyką zdrowotną. Uzyskane dane mogą wskazywać potrzeby współczesnego społeczeństwa, które planując wyjazdy, łączy wypoczynek z różnego rodzaju zabiegami dla zdrowia i urody.

Miasto Białystok może poszczycić się największą liczbą ośrodków turystyki medycznej w województwie podlaskim. Co więcej, prezentują one wysoką jakość i standard świadczeń zdrowotnych.

Najbardziej popularnym ośrodkiem SPA & Wellness jest Hotel Knieja w Supraślu. Mimo zaledwie dwuletniego doświadczenia, profesjonalna obsługa i zakres usług rehabilitacyjno-uzdrowiskowych przyciągają ogromną rzeszę turystów nie tylko z województwa podlaskiego.

Zdecydowana większość badanych osób oceniła województwo podlaskie jako doskonałe miejsce do uprawiania turystyki zdrowotnej. Ponadto osoby te zadeklarowały chęć popularyzowania tego obszaru jako doskonałego miejsca do regeneracji sił psychicznych i fizycznych, a także poprawy: zdrowia, wyglądu i kondycji.

Fakt, iż sektor turystyki zdrowotnej ma duży potencjał i warto w niego zainwestować, zauważyły wszystkie kraje na całym świecie. Z roku na rok zwiększa się liczba inwestycji w ten sektor gospodarki. Polski Instytut Turystyki ocenił, że rynek turystyki zdrowotnej będzie rozwijać się w coraz szybszym tempie. Przyrost liczby tury-

²⁰ *Portal z poradami biznesowymi*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.info.biz.pl, data wejścia: 17.04.2015].

²¹ *Biuletyn Informacji Publicznej Ministerstwa Sportu i Turystyki*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.bip.msit.gov.pl, data wejścia: 17.04.2015].

stów będzie efektem rosnących potrzeb starszych pacjentów (tzw. demograficzny, senioralny wyż w Europie) oraz drugiej grupy klientów – aktywnych zawodowo osób poszukujących alternatyw związanych z regeneracją sił psychicznych i fizycznych. Intensywna kampania promocyjna turystyki zdrowotnej oraz rynku usług medycznych z pewnością przyczyni się do systematycznego wzrostu liczby osób odwiedzających zarówno krajowe, jak i zagraniczne, polskie obiekty turystyki zdrowotnej²².

Bibliografia

1. Bosiacki S., *O humanistycznej koncepcji rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce*, [w:] M. Kazimierczak (red.), *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, Wydawnictwo AWF, Poznań 2004.
2. Czerwiński J., *Podstawy turystyki*, Wydawnictwo Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wrocław-Poznań 2011.
3. Koreńczuk A., *Turystyka Spa & Wellness*, [w:] *Turystyka zdrowotna*, M. Boruszczak (red.), Wydawnictwo WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2010.
4. Kraś J., *Istota i znaczenie turystyki uzdrowiskowej w Polsce*, Uniwersytet Rzeszowski, t. 29, Rzeszów 2011.
5. Lubowicki-Vikuk A. P., *Turystyka medyczna przejawem współczesnych trendów i tendencji w turystyce*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 699, Toruń 2012.
6. Rab-Przybyłowicz J., *Produkt turystyki medycznej*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.
7. Walasek J., *Turystyka w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.
8. *Ustawa z dnia 28 lipca 2005 roku o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych*, [Dz. U. 2005, Nr 167, poz. 1399].
9. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.bip.msit.gov.pl], *Biuletyn Informacji Publicznej Ministerstwa Sportu i Turystyki*.
10. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.info.biz.pl], *Portal z poradami biznesowymi*.
11. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.izp.wnz.cm.uj.edu.pl], *Artykuł A. Wcisło, Turystyka medyczna*, 2012.
12. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.medi-tour.pl], *Portal dotyczący turystyki medycznej w Polsce*.
13. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.poradnikzdrowie.pl], *Poradnik zdrowie. Medycyna niekonwencjonalna*.
14. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.pulmonologia.mp.pl], *Pulmonologia – Portal przeznaczony dla pacjentów*.
15. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.suprasl.pl], *Turystyczny portal Gminy Supraśl*.
16. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tourmedica.pl], *Portal Tourmedica*.

²² A. P. Lubowicki-Vikuk, *Turystyka medyczna przejawem współczesnych trendów i tendencji w turystyce*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 699, Toruń 2012.

17. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.tur-info.pl], *Serwis informacyjny branży turystycznej.*
18. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.unwto.org], *Oficjalna strona Światowej Organizacji Turystyki.*

CZĘŚĆ II

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
W TURYSTYCE WIEJSKIEJ
NA PRZYKŁADZIE
WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Turystyka wiejska w perspektywie rozwoju przedsiębiorczości na Suwalszczyźnie

Rural tourism in the perspective of the development of entrepreneurship in the Suwałki region

Streszczenie

W artykule została omówiona problematyka przedsiębiorczości w działalności turystycznej na przykładzie Suwalszczyzny. Jest to obszar słynący z pięknego i naturalnego środowiska, wykorzystujący jak najlepiej swoje walory przyrodnicze. Na podstawie badań przeprowadzanych wśród mieszkańców, turystów i właścicieli gospodarstw turystycznych województwa podlaskiego autorka wymieniła przesłanki decydujące o atrakcyjności tego obszaru, a tym samym przesłanki rozwoju przedsiębiorczości.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, działalność turystyczna, Suwalszczyzna

Summary

The article discussed the issues of entrepreneurship in tourism activities, for example the Suwałki region and related issues. It is an area with a beautiful and natural environment, using best their natural beauty. Based on research conducted among residents, tourists and owners of tourist farms Podlaskie province author mentioned the conditions under which the attractiveness of the area, and thus the conditions for the development of entrepreneurship.

Key words: enterprise, tourism activities, Suwałki

Wstęp

W dzisiejszych czasach działalność turystyczna na obszarach wiejskich staje się coraz bardziej popularną formą wypoczynku. Dla wielu osób jest to aktywne spędzenie czasu na łonie natury, z daleka od miejskiego zgiełku, zanieczyszczeń i hałasu.

W artykule omówiono zagadnienia związane z przedsiębiorczością w agroturystyce na Suwalszczyźnie, która jest dobrym miejscem do prowadzenia tego typu działalności. Przedsiębiorczość wiejska to często poszukiwanie zarówno przez rolników, jak i mieszkańców wsi dodatkowych źródeł dochodu. Umożliwia jej rozwój działalności agroturystycznej, która dzięki zapewnieniu bazy noclegowej i aktywności rekreacyjnej jest jedną z form utrzymania rodzin rolników i gospodarstw domowych. Tym samym stwarza warunki do rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.

Głównym celem artykułu było ukazanie przedsiębiorczości mieszkańców Suwalszczyzny prowadzących działalność turystyczną. Autorka korzystała z literatury przedmiotu dotyczącej agroturystyki i przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Zakres podmiotowy to województwo podlaskie, w szczególności kraina historyczna, którą jest Suwalszczyzna, jej mieszkańcy i turyści. Zastosowano takie metody badawcze, jak technika ankiety i metoda opisowa.

Turystyka wiejska i przedsiębiorczość w ujęciu teoretycznym

Turystyka jest niezbędnym elementem rozwoju społeczno-gospodarczego gmin, którego zadaniem jest poprawienie jakości życia mieszkańców, jak również ich wzrostu gospodarczego. Jest ona także ważnym czynnikiem w rozwoju lokalnym poszczególnych jednostek terytorialnych¹. W Polsce turystyka wiejska rozwinęła się już na początku XIX wieku, mówiono o niej wtedy: wczasy na wsi, wczasy letniskowe lub wczasy pod gruszą².

Według Sikory, cechy turystyki wiejskiej ważne dla turystów to możliwości³:

- odpoczynku w środowisku innym niż warunki życia i pracy na obszarach zurbanizowanych;
- przebywania w zdrowym środowiskiem przyrodniczym;
- kontaktu z: życiem wiejskim, pracami rolnymi, zwierzętami domowymi, kulturą, folklorem i rzemiosłem ludowym na wsi;

¹ I. Sikorska-Wolak (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*, SGGW WE-R, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 57.

² M. Dębniwska, M. Tkaczuk, *Agroturystyka: koszty, ceny, efekty*, Wydawnictwo POLTEXT, Warszawa 1997, s. 17.

³ W. Gaworecki, *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s. 79, [za:] J. Sikora, *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, Wydawnictwo WSiP, Warszawa 1992, s. 69.

- próbowania zdrowej żywności
- zwiedzania zarówno parków narodowych, krajobrazowych, jak i rezerwatów przyrody
- korzystania z ciszy, spokoju oraz walorów małego ruchu.

Jedną z jej form jest agroturystyka. Ta natomiast jest formą wypoczynku odbywającą się na terenach wiejskich ze względu na charakter rolniczy, która jest oparta nie tylko na bazie noclegowej, ale i aktywności rekreacyjnej związanej z gospodarstwem rolnym oraz jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym)⁴. Gospodarstwo agroturystyczne poza gospodarstwem rolnym prowadzi działalność w zakresie usług noclegowych oraz żywieniowych, stosując własne zasoby mieszkalne i produkcję rolniczą⁵. Turyści mają możliwość współuczestnictwa w pracach wykonywanych na obszarach wiejskich⁶.

Do dodatkowych atrybutów agroturystyki można zaliczyć gościnność i otwartość Polaków. Innym walorem jest regionalna, zdrowa kuchnia, dzięki której coraz więcej gości przyjeżdża z zagranicy⁷. Współczesna turystyka zwraca również uwagę na: styl życia, sposób poznawania kultury, tradycji oraz przyrodę i ludzi. Powoduje także rozwój gospodarczy i społeczny obszarów turystycznych⁸.

Agroturystyka w Polsce jest podejmowana przez⁹:

- rolników posiadających gospodarstwo rolne; jest to dodatkowa działalność pozarolnicza, która sprowadza się do wynajmu pokoi oraz miejsc na ustawianie namiotów, jak również sprzedaży posiłków domowych i świadczenia innych dodatkowych usług związanych z pobytem turystów;
- mieszkańców wsi czy właścicieli gospodarstw domowych na wsi, którzy są niezwiązani z gospodarstwem rolnym, ale świadczących usługi turystyczne;
- inne osoby mieszkające poza wsią; zazwyczaj jest to działalność gospodarcza, polegająca na prowadzeniu profesjonalnych obiektów noclegowych bądź gastronomicznych.

⁴ I. Sikorska-Wolak (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*, SGGW WE-R, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 81. oraz M. Drzewiecki, *Podstawy agroturystyki*, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 2002, s. 43-46.

⁵ M. Roman, A. Roman, *Kuchnia lokalna jako element produktu agroturystycznego*, [w:] *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*, P. Dominik (red.), Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2014, s. 119-132.

⁶ W. Kurek, *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 232.

⁷ W. Biczysko, *Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie turystycznym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 43.

⁸ G. Gołębski (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 9.

⁹A. Tokarz, *Gospodarka turystyczna*, A. Panasiuk (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 227-228.

Natomiast: *przedsiębiorstwo turystyczne można scharakteryzować jako celowo zorganizowany, samodzielny ekonomicznie i wyodrębniony pod względem techniczno-usługowym, przestrzennym oraz prawnym zespół ludzi, środków materialnych i finansowych, powołany do prowadzenia określonej działalności gospodarczej (świadczenia usług turystycznych) w zakresie zaspokajania w sferze turystyki potrzeb ludności podróżującej (i nie tylko) i pozwalający na maksymalizację korzyści danego przedsiębiorstwa*¹⁰.

Rapacz uważa, że przedsiębiorstwo turystyczne: *jest jednostką organizacyjną, która prowadzi działalność gospodarczą będącą odpłatnym świadczeniem usług uczestnikom różnych typów bądź rodzajów turystyki. Osobami, które czerpią zyski i korzyści z efektów pracy przedsiębiorstwa turystycznego, nie licząc tylko osób przebywających poza swoim miejscem zamieszkania, będą również mieszkańcy miejscowości, w której powstaje dany produkt turystyczny. Bardzo często jest on konsumowany przez turystów i składa się z oferty usługowej wielu różnych przedsiębiorstw turystycznych (np.: hotelarskich, gastronomicznych, przewozowych)*¹¹.

Przedsiębiorstwo to nie tylko proces, który można opisywać językiem zarządzania i organizacji. Jest przede wszystkim wartością uwarunkowaną kulturowo, a także wyrazem kultury społecznej, dzięki której zmienia się społeczeństwo¹².

Za istotę przedsiębiorczości można przyjąć cechy osób i organizacji, jak również proces (ujęcie procesowe). W tym rozumieniu przedsiębiorcze działania charakteryzują takie komponenty, jak¹³:

- wrażliwość na zmiany; proaktywne zachowanie;
- innowacyjność; kreatywność i wprowadzenie nowości;
- gotowość do ponoszenia ryzyka;
- gotowość do uczenia się.

Znaczenie walorów przyrodniczo-krajobrazowych Suwalszczyzny dla rozwoju agroturystyki

Na rozwój agroturystyki mają duży wpływ walory przyrodniczo-krajobrazowe polskiej wsi (powierzchnie chronione, różnorodność fauny i flory, różne osobliwości przyrody). Jednocześnie duże znaczenie dla turystów ma zachowanie sposobów gospodarowania i charakter zajęć rolniczych. Do zasobów, którymi dysponuje polska wieś, można także zaliczyć walory kulturowe: zabytkowe budownictwa, muzea, sztu-

¹⁰ A. Panasiuk (red.), *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 374.

¹¹Tamże.

¹²S. Barczyk, *Przedsiębiorczy samorząd lokalny i jego inwestycje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010, s. 78.

¹³M. Bednarczyk (red.), *Przedsiębiorczość w turystyce, zasady i praktyka*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa 2010, s. 23.

kę i rzemiosło ludowe¹⁴. Oprócz kwater agroturystycznych, powstają równocześnie zakłady usługowe, restauracje i sklepy. Dzięki temu ludzie młodzi nie muszą emigrować do miast, ponieważ mogą znaleźć zatrudnienie w rodzinnych wsiach. Agroturystyka przyczynia się zarazem do rozwoju całej gminy, która dysponuje w ten sposób większą ilością środków finansowych na rozwój zarówno poziomu kulturalnego wsi, jak i ochronę środowiska czy budowę infrastruktury¹⁵.

Suwalszczyzna jest regionem, w którym udało się zachować nieskażoną przyrodę oraz piękne i naturalne środowisko. Miejsce to charakteryzuje się czystym powietrzem, przejrzystością wody jezior czy rzek. Posiada rozległe tereny, na których znajdują się obszary chronione, cieszące się coraz większą popularnością wśród turystów. Suwalszczyzna jest idealnym miejscem, gdzie można znaleźć wytchnienie od miejskiego zgiełku, ciągłego pośpiechu i nieustającego hałasu. Teren ten posiada blisko 1000 km znakowanych szlaków turystycznych (piesze, rowerowe oraz konne). Region ten słynie również z setek jezior, które doskonale nadają się do kąpieli, wędkowania czy uprawiania sportów wodnych. Występuje jeszcze wiele innych atrakcji turystycznych, które warto zobaczyć. Przede wszystkim można znaleźć tu ciszę i spokój, których często brakuje w przepelnionych uzdrowiskach¹⁶.

W dzisiejszych czasach działalność turystyczna na obszarach wiejskich musi konkurować z wycieczkami zagranicznymi czy wielkimi aglomeracjami miejskimi. Często turyści zastanawiają się, czy spędzić urlop bądź dłuższy weekend na łonie natury pośród łąk, lasów, terenów nieskażonych, czy wybrać większe miasta z pięknym Starym Miastem i zabytkami, mieszkaniem w hotelach bądź pensjonatach lub całkowicie wyjechać za granicę do ciepłych krajów i móc wygrzewać się na plażach, korzystać z kąpieli w morzu i innych atrakcji. Mieszkańcy większych miast, np. Warszawy, żeby odpocząć od ciągłego zgiełku, hałasu, zanieczyszczeń i codziennego stresu często wybierają tereny wiejskie. Dla typowych „mieszczuchów” atrakcją może być nawet udział w tradycyjnych pracach wiejskich i poznanie specyfiki gospodarstwa rolnego¹⁷.

W przypadku Suwalszczyzny do jest wyboru wiele miejsc oferujących ciekawe atrakcje turystyczne z dużą liczbą gospodarstw agroturystycznych, np.: Augustów, Suwałki, Płaska, Giby.

W gminie Augustów znaczną część stanowią lasy, bo aż 32%, z dużą różnorodnością ziół, ptactwa i zwierzyzny. Najbardziej popularna i rozwijająca jest turystyka

¹⁴ D. Knecht, *Agroturystyka w agrobiznesie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009, s. 111.

¹⁵ B. Sawicki, A. Mazurek-Kusiak, *Agroturystyka w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego, Lublin 2010, s. 13.

¹⁶ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.suwalszczyzna.net/suwalszczyzna.html>, data wejścia: 16.02.2015].

¹⁷ J. Sikora, *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2012, s. 15-18.

piesza, wodna i konna. Ciekawą atrakcją turystyczną są sporty wodne. Jest wiele miejsc na terenie gminy, które warto zobaczyć, a jedno z nich Kanał Augustowski. Dla turystów odpoczywających w gospodarstwach turystycznych mogą być zorganizowane np. spływy kajakowe szlakiem Jana Pawła II, zarówno Czarną Hańczą i Rospułą¹⁸. Na terenie gminy znajduje się 12 miejsc agroturystycznych.

Główne walory gminy Suwałki to jej zasoby naturalne: lasy, jeziora i dodatkowo zasoby przyrodnicze znajdujące się na terenie Wigierskiego Parku Narodowego. Gmina jest również w posiadaniu jednego z największych i najgłębszych jezior w Polsce, a mianowicie Wigry (powierzchnia około 2200 ha i głębokość 73 m). Dla turystów funkcjonują wypożyczalnie sprzętu pływającego, a także jest wiele szlaków turystycznych¹⁹.

Gminę Płaska, tak samo jak poprzednie gminy, charakteryzuje duża liczba jezior i rzek, bardzo wysoka lesistość (stanowią 82,2% ogólnej powierzchni). Określa się ją jako oaza ciszy i spokoju, ponieważ ma bardzo niski wskaźnik zaludnienia, a jest jedną z większych obszarowo gmin w Polsce. Dużą część terytorium stanowią rezerwy przyrody (Mały Borek, Starożyn, Kuriańskie Bagno, Perkuć). Jednocześnie jest położona wokół Kanału Augustowskiego, uznawanego za jeden z najpiękniejszych szlaków wodnych. Dzięki walorom turystycznym rozwija się agroturystyka, dlatego też znajduje się wiele miejsc noclegowych²⁰.

Gmina Giby znajduje się w północno-wschodniej części województwa podlaskiego. Część gminy to malownicze krajobrazy Puszczy Augustowskiej, na pograniczu znajduje się także Wigierski Park Narodowy. Władze gminy kładą duży nacisk na rozwój infrastruktury drogowej oraz usług turystycznych. Dla turystów dostępne są: stadnina koni arabskich, wypożyczalnie sprzętu sportowego i wiele innych atrakcji. W gminie Giby znajdują się 43 kwatery agroturystyczne²¹.

Suwalszczyzna stanowi jeden z najbardziej malowniczych krajobrazów Polski.

Cel i metodyka badań

W czerwcu 2014 roku przeprowadzono badania dotyczące agroturystyki w województwie podlaskim, w tym częściowo na Suwalszczyźnie. Studenci Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Koła Miłośników Turystyki z Zespołu Szkół Rolniczych w Gołądkowie oraz Koła ZSCKR przeprowadzili badania ankietowe

¹⁸ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.gmina-augustow.home.pl/agroturystyka.html>, data wejścia: 17.02.2015].

¹⁹ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.gmina.suwalki.pl/turystyka-117.htm>, data wejścia: 17.02.2015].

²⁰ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://www.plaska.pl/strona-125-polozenie_gminy.html, data wejścia: 17.02.2015].

²¹ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.giby.pl/>, data wejścia: 02.03.2015].

wśród mieszkańców poszczególnych gmin (150 ankietowanych). W większości byli to mieszkańcy z gminy Augustów, a pozostali reprezentowali gminy: Płaska, Jeleniewo, Suchowola, Giby, Nowinka, Krasnopol, Płociczno i Białowieża. Badaniem objęto równocześnie właścicieli gospodarstw agroturystycznych (42 respondentów) oraz 96 turystów wypoczywających na tych terenach. Każda grupa badanych miała do wypełnienia inny kwestionariusz. Celem badania było przedstawienie opinii na temat agroturystyki w województwie podlaskim.

Wśród badanych mieszkańców liczniejszą grupę stanowiły kobiety (58,7%). Spośród ankietowanych 28,7% miało poniżej 25 roku życia. Pozostali respondenci mieścili się w przedziale od 25 do 60, a powyżej 60 lat miało 12% badanych. Prawie połowa z nich posiadało wykształcenie średnie (48,0%), zaś wykształceniem wyższym mogło poszczycić się 23,3% mieszkańców gmin. Reszta z nich miała wykształcenie podstawowe (10,7%) i zasadnicze zawodowe (17,3%).

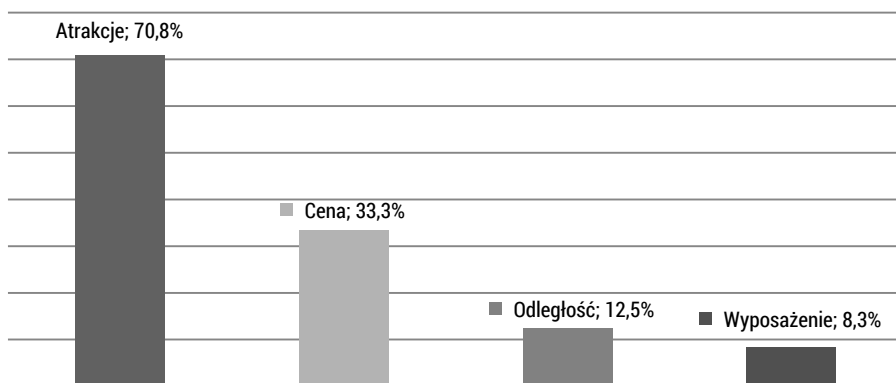
Kolejną populację stanowili właściciele gospodarstw agroturystycznych. Większość z nich mieszka w gminie Płaska (35,7%). Poza agroturystyką 42,9% respondentów prowadziło działalność pozarolniczą, znaczna część (38,1%) zajmowała się działalnością mieszaną (nie tylko rolniczą). Blisko 80% kwaterodawców posiadało wykształcenie średnie bądź wyższe. Większość ankietowanych można zaliczyć do grupy wiekowej 36-60 lat (71,5%). W swoich gospodarstwach agroturystycznych mieli do zaoferowania zazwyczaj od 10 do 20 miejsc noclegowych. Około 57% respondentów oferowało do noclegu możliwość wyżywienia, a 69,0% pokoje z łazienkami.

Ostatnią grupą badanych byli turyści (kobiety – 54,2% i mężczyźni – 44,8%). Najliczniejszą grupę wiekową (31,3%) stanowiły osoby z przedziału 50-59 lat. Osoby odpoczywające w badanych gospodarstwach agroturystycznych to osoby pracujące, blisko 83,3% respondentów i posiadający w większości wykształcenie średnie (31,3%) lub wyższe (57,3%).

Wyniki badań przeprowadzonych w województwie podlaskim

Duży wpływ na to, gdzie turyści chcieli spędzić swój wolny czas, miała cena, a przede wszystkim atrakcje turystyczne, gdyż aż 70,8% ankietowanych udzieliło takiej odpowiedzi (wykres 1). Planując odpoczynek, nie zwracali oni wielkiej uwagi na wyposażenie (8,3%) i odległość gospodarstw agroturystycznych (12,5%).

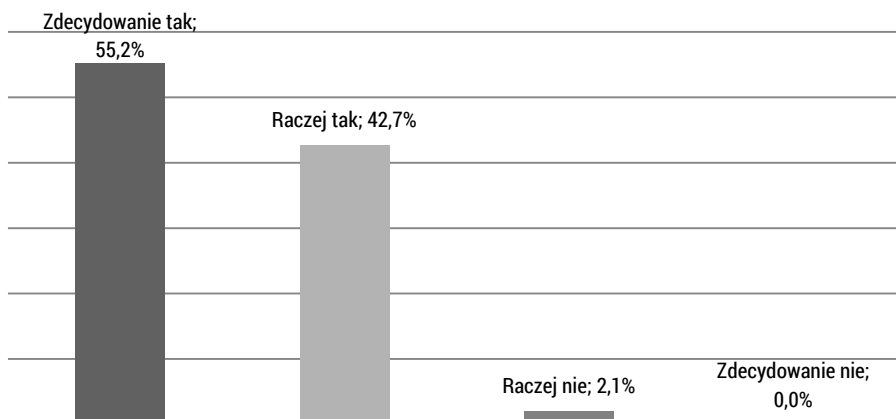
Wykres 1.
Czynniki wpływające na wybór miejsca do odpoczynku (%)



Źródło: badania własne.

Turyści odwiedzający gospodarstwa agroturystyczne byli zadowoleni z warunków, w których przyszło im mieszkać i uważali, że oferta jest dla nich satysfakcjonująca (wykres 2). Jedynie 2,0% respondentów miało odmienne zdanie na ten temat. Większość badanych (87,5%) nie odczuła jakichkolwiek braków w zakresie zaplecza turystycznego, a 95% ankietowanych zadeklarowało się, że w przyszłości ponownie odwiedzi to miejsce i skorzysta z formy wypoczynku, jaką jest agroturystyka.

Wykres 2.
Stopień zadowolenia z oferty gospodarstwa (%)

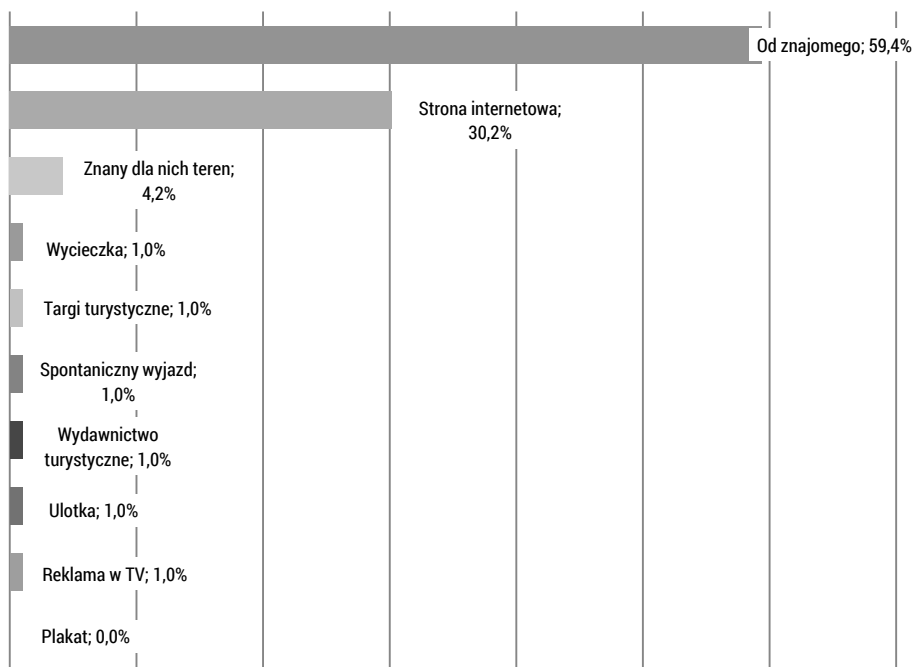


Źródło: badanie własne.

W regionie, jakim jest Suwalszczyzna, znajdują się gminy, które cieszą się ogromną popularnością odwiedzających. Przez lata dbały o swoją rangę, ale są także gminy, które dopiero zaczynają swoją działalność turystyczną i skutecznie z każdym rokiem poszerzają swoją działalność i są bardziej rozpoznawalne.

Turyści, mając do wyboru kilka gmin bądź regionów, często zwracają uwagę na atrakcje odbywające się na tych terenach, dlatego właściciele muszą zadbać o wszystkie szczegóły i ciekawe atrakcje dla swoich gości. Kwaterodawcy nie mogą stać w miejscu, nie patrząc na zmieniające się otoczenie. Według gospodarzy, do najczęściej oferowanych atrakcji należały: wypożyczalnie sprzętu wodnego (50,0%), wypożyczalnie rowerów (42,9%), spływy kajakowe (35,7%) oraz grille, ogniska (23,8%).

Wykres 3.
Źródła informacji decydujące o wyborze miejsca (%)

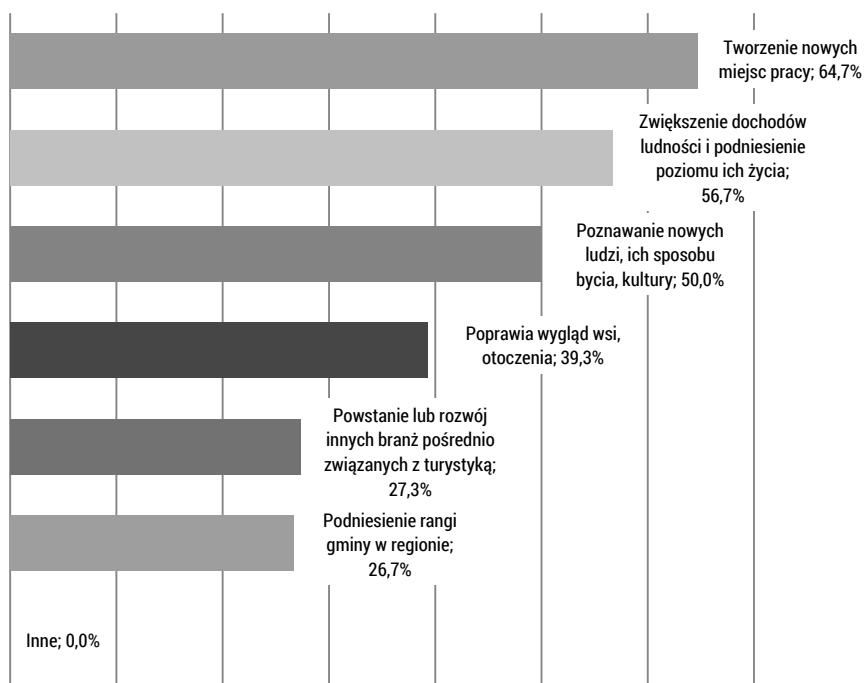


Źródło: badanie własne.

Gospodarze muszą również zadbać o promocję swojego gospodarstwa agroturystycznego, pokazując się od najlepszej strony. Zdaniem badanych, w obecnych czasach najlepszą formą promocji jest Internet (wykres 3). Dla 30,2% ankietowanych

portale internetowe były największym źródłem informacji na temat miejsca wypoczynku. Dobrze funkcjonująca strona internetowa, która zwraca uwagę, jest przejrzysta i ciekawa to połowa sukcesu związana z tym, że osoba oglądająca tę witrynę wybierze dane miejsce na wypoczynek. Jednak najczęściej turyści czerpali informacje od swoich znajomych (59,4%), którzy polecali miejsca, w których już byli, lub słyszeli pozytywne opinie o danym gospodarstwie turystycznym.

Wykres 4.
Korzyści dla mieszkańców gminy, w których jest prowadzona turystyka (%)



Źródło: badanie własne.

Suwalszczyzna dzięki walorom przyrodniczym i turystycznym staje się regionem rozpoznawalnym i chętnie odwiedzanym przez turystów. Przynosi korzyści nie tylko dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych, ale i mieszkańców poszczególnych gmin (wykres 4). Stąd 72,0% mieszkańców miało pozytywny stosunek do turystów, nie przeszkadzała im ich obecność, często lubili z nimi rozmawiać. Natomiast 64,7% badanych uważało, że przez zwiększającą się liczbę gości, pojawiają się nowe: sklepy, restauracje, karczmy, stacje benzynowe, punkty informacyjne i widokowe (sklepy z pamiątkami), a to z kolei służy powstawaniu dodatkowych miejsc pracy. Powoduje

to również zwiększenie dochodów ludności i podniesienie poziomu życia. Dla 50,0% ankietowanych korzyścią było także poznawanie nowych ludzi, ich sposobu bycia i kultury.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych w większości (76,2% ankietowanych) starali się zainteresować swoich turystów regionem, jego tradycją i historią. Często były prowadzone dla turystów warsztaty nauki haftu, wikliniarstwa, garncarstwa itp. Zimą organizowano kuligi, latem wspólne ogniska. Jednocześnie gospodarze chętnie pokazywali, jak piec wyroby regionalne, np.: sękacz, chleb.

Mieszkańcy nie niepokoiłi się o to, że rozwój turystyki może przynieść niekorzystne stosunki dla nich i dla gminy. Jedynie 14,0% badanych obawiało się, że zwiększająca się liczba turystów spowoduje zanieczyszczenie środowiska bądź zakłóci ich spokój.

Podsumowanie

Agroturystyka stanowi kluczowy komponent wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju wsi i rolnictwa. W Polsce rozwija się od ponad 20 lat. W tym czasie nastąpił znaczący wzrost zarówno liczby gospodarstw agroturystycznych, jak i oferowanych usług, dlatego podstawowe produkty turystyczne, takie jak nocleg czy wyżywienie już nie wystarczą²². Agroturystykę należy uznać za istotny element polityki regionalnej i lokalnej. Niezbędne jest większe zaangażowanie w jej rozwój władz państwowych, samorządu terytorialnego i rolniczego oraz organizacji społecznych²³.

Z badań przeprowadzonych w województwie podlaskim wynika, że Suwalszczyzna dzięki pięknemu, wiejskiemu krajobrazowi, bogatej kulturze czy lokalnej kuchni przyciąga również turystów z dużych aglomeracji, pragnących odpocząć od miejskiego zgiełku, poszukujących ciszy i spokoju na łonie natury. Jest regionem przedsiębiorczym turystycznie, który potrafi wykorzystać wszelkie walory przyrodnicze i atrakcje turystyczne. W związku z tym kwaterodawcy, jak i sami mieszkańcy czerpią korzyści zarówno materialne, jak i niematerialne. Zdaniem turystów, Suwalszczyzna jest miejscem, do którego na pewno nieraz powrócą i wartym polecenia znajomym. Zadowoleni są z warunków w których przyszło im mieszkać, a oferta gospodarstw agroturystycznych jest satysfakcjonująca.

²² R. Brol, A. Sztando (red.), *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2012, s. 503.

²³ I. Sikorska-Wolak (red.), op. cit., s. 123.

Bibliografia

1. Barczyk S., *Przedsiębiorczy samorząd lokalny i jego inwestycje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010.
2. Bednarczyk M. (red.), *Przedsiębiorczość w turystyce, zasady i praktyka*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa 2010.
3. Biczysko W., *Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie turystycznym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
4. Bról R., Sztando A. (red.), *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2012.
5. Dębniwska M., Tkaczuk M., *Agroturystyka: koszty, ceny, efekty*, Wydawnictwo POL-TEXT, Warszawa 1997.
6. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.suwalszczyzna.net]
7. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.gmina-augustow.home.pl]
8. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [internetowa: www.plaska.pl]
9. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.giby.pl]
10. Gaworecki W., *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007.
11. Gołembski G. (red.), *Kompendium wierzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
12. Knecht D., *Agroturystyka w agrobiznesie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.
13. Kurek W., *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
14. Panasiuk A. (red.), *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
15. Roman M., Roman A., *Kuchnia lokalna jako element produktu agroturystycznego, [w:] Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*, P. Dominik (red.), Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2014.
16. Sawicki B., Mazurek-Kusiak A., *Agroturystyka w teorii i praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego, Lublin 2010.
17. Sikora J., *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2012.
18. Sikorska-Wolak I. (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*, SGGW WE-R, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004.
19. Tokarz A., *Gospodarka turystyczna*, A. Panasiuk (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Wpływ programu Natura 2000 i innych programów ochrony przyrody na sytuację przedsiębiorców prowadzących działalność agroturystyczną na Suwalszczyźnie

The impact of the Natura 2000 and other nature conservation programs on the situation of entrepreneurs engaged in agro-tourism in the Suwałki region

Streszczenie

Niniejszy artykuł dotyczy wpływu, jaki program Natura 2000 i inne programy ochrony środowiska naturalnego wywierają na sytuację przedsiębiorców prowadzących działalność agroturystyczną na Suwalszczyźnie. W pracy oparto się na badaniach kwestionariuszowych, przeprowadzonych na grupie 43 kwaterodawców z regionu Suwalszczyzny w dniach 20-22.06.2014 roku. W kontekście teorii przedsiębiorczości przeanalizowano wpływ regulacji związanych z ochroną przyrody przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych na działalność gospodarczą.

Słowa kluczowe: Natura 2000, agroturystyka, województwo podlaskie

Summary

This article presents effects, which Natura 2000 network and partially other nature conservation programmes have on rural tourism entrepreneurship in Suwalszczyzna region. The analysis is based on field research of 43 accommodation providers of Suwalszczyzna region and economic theories of entrepreneurship. The field research was carried out between 20th and 22nd June 2014.

Key words: Natura 2000, rural tourism, Podlaskie province

Wstęp

Od samego swojego początku programy ochrony środowiska naturalnego są przyczyną konfliktu interesów. Teoretycy ekonomii ochrony środowiska ukazują przede wszystkim sprzeczność między interesem jednostkowym a społecznym. Z kolei liberałowie zwracają uwagę, że konflikt dotyczy rządu ustanawiającego prawo z jednej strony, a społeczeństwa muszącego mu podporządkować się z drugiej. Nie inaczej jest w przypadku programu Natura 2000 oraz innych form prawnej ochrony przyrody, również na terenach Suwalszczyzny. Ponad 54% kwaterodawców agroturystycznych¹ wskazuje na znaczące bariery w rozwoju swojej działalności, które są spowodowane położeniem ich gospodarstwa na terenie objętym specjalną ochroną. Nie ulega wątpliwości, że przepisy te są źródłem pewnych ograniczeń dotyczących swobody gospodarowania i praw własności. Co za tym idzie, mogą w znaczący sposób wpływać na działania podejmowane przez przedsiębiorców. Mają rację także teoretycy zrównoważonego rozwoju, którzy zwracają uwagę na koszt alternatywny w postaci zanieczyszczenia środowiska naturalnego, związany ze zwiększeniem rozmiarów niektórych działalności². Dowodzą, że prawnie ugruntowana ochrona przyrody może nieść ze sobą szereg pozytywnych skutków dla wszystkich użytkowników środowiska, kosztem zaspokojenia interesu jednostkowego. Oczywiście prawda leży po obu stronach; ochrona przyrody, aby była skuteczna, wcale nie musi być wywołana przymusem prawnym³. Programy ochrony przyrody (w tym Natura 2000) są źródłem szans oraz zagrożeń⁴, także w zakresie rozwoju turystyki wiejskiej. Celem artykułu jest określenie wpływu ustanowienia obszarów specjalnej ochrony przyrody na Suwalszczyźnie (w ramach programu Natura 2000 i innych) na sytuację kwaterodawców agroturystycznych w kontekście teorii przedsiębiorczości. W artykule wykorzystano wyniki badań przeprowadzonych wspólnie przez Koło Naukowe „Public Relations” (SGGW w Warszawie), Studenckie Koło Ekonomistów Turystyki (Uniwersytet w Białymstoku) oraz Koło Miłośników Turystyki, Ekologii i Przedsiębiorczości (Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego im. Jadwigi Dziubińskiej w Gołdówce) w dniach 20-22.06.2014 roku.

¹ Dotyczy to badań własnych.

² Z. Karaczun, *Ochrona Środowiska*, Agencja Wydawnicza ARIES, Warszawa 1999, s. 346.

³ Zobacz znakomity wykład Briana Seasholes'a na temat prywatnego sektora ochrony przyrody w Afryce, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://mises.pl/wp-content/uploads/2011/03/Seasholes-prywatna-zwierzyna.pdf>], data wejścia: 18.02.2014].

⁴ *Natura 2000: szanse i zagrożenia*, Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji im. Marka Dietricha, Warszawa 2010.

Uwarunkowania prawne programu Natura 2000

Szczególną uwagę należy zwrócić na uwarunkowania prawne programu Natura 2000 określanego mianem: *nowoczesnego systemu ochrony przyrody, łączącego skuteczną ochronę [...] z poszanowaniem praw własności*⁵. Program jest efektem działania dyrektyw unijnych – ptasiej i siedliskowej. Państwa członkowskie są zobowiązane do uregulowania koniecznych środków ochronnych (w tym planów zagospodarowania przestrzennego) dotyczących obszarów objętych programem Natura 2000 (obszary wyznaczone przez władze krajowe i zatwierdzone na szczeblu wspólnotowym). Niewywiązanie się z tych zobowiązań jest traktowane oczywiście jako uchylenie się od prawodawstwa unijnego, ze wszystkimi tego konsekwencjami. Plany zadań ochronnych mają na celu przede wszystkim identyfikację potencjalnych zagrożeń dla środowiska objętego ochroną wraz z propozycją przeciwdziałania. Ich wdrażanie powinno opierać się na komunikacji i współpracy między sporządzającymi i ustanawiającymi plany a interesariuszami na danym obszarze (w tym również mieszkańcami, rolnikami i przedsiębiorcami). Ma to, w założeniu, załagodzić konflikty interesów związane z wdrażaniem nowych przepisów oraz zwiększyć świadomość lokalną dotyczącą obszarów chronionych.

Jednak w trakcie opracowania tego typu planów nie sposób uwzględnić interesy wszystkich grup społecznych. Zawsze któraś ze stron porozumienia będzie czuła się nieusatysfakcjonowana. Ponadto grupy uczestniczące w opracowywaniu planów zadań ochronnych często są nastawione do siebie antagonistycznie i zdają się nie dostrzegać wspólnego interesu w postaci ochrony środowiska naturalnego. Co więcej, jeżeli doda się do tego sprzeczności zapisów zawartych w różnych aktach prawnych, to pojawia się niemal niemożliwy do rozwiązania konflikt, bynajmniej nie merytoryczny (co należy objąć, ochroną, a co nie)⁶.

Nie inaczej sprawa wygląda na Suwalszczyźnie. Zarzewiem problemów jest tu nie tylko dziewięć obszarów ochrony siedlisk ustanowionych w ramach programu Natura 2000, ale również obecne na terenie regionu rezerwaty oraz parki narodowe. Z punktu widzenia turystyki ich znaczenie jest szczególne. Z jednej strony są one źródłem ograniczeń w swobodzie gospodarowania przez mieszkańców (w tym kwatrodawców), a z drugiej swoim ugruntowaniem prawnym mogą w pozytywny sposób przyczynić się do zachowania niepowtarzalnego pod względem przyrodniczym charakteru, tak bardzo ważnego jako waloru turystycznego. Program Natura 2000 przewiduje realizację jedynie tych przedsięwzięć, które *nie oddziałują w znaczący*

⁵ Seria broszur pt.: *Natura 2000. Partnerstwo dla przyrody*, Ministerstwo Środowiska.

⁶ J. Balcerzak, *Zaawansowania prac nad opracowywaniem planów ochronnych dla obszarów Natura 2000 w Polsce – plany na przyszłość*, Jan Tabor (red.) *Plany zadań ochronnych na obszarach Natura 2000*, Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Leśnictwa i Drzewnictwa, Wydawnictwo Świat, Warszawa, 2014 s. 18.

sposób na obszar objęty ochroną programu⁷. Zasadniczym mankamentem tego typu rozwiązań prawnych jest zawsze arbitralność decyzji urzędniczych. Należy więc zadać ważne pytanie – czy to nie mieszkańcom tego typu obszarów powinno zależeć na ochronie „dóbr”, które czasem w sposób bezpośredni⁸ przyczyniają się do wzrostu ich zamożności i czy konieczne jest ustanawianie dodatkowych przepisów wpływających negatywnie na swobodę gospodarowania?

Przedsiębiorczość w turystyce wiejskiej, a ochrona przyrody

Przepisy dotyczące ochrony przyrody, jak każda ingerencja państwa w stosunki społeczne, mają zdecydowany wpływ na warunki, w jakich funkcjonują jednostki. Co za tym idzie, dotyczą również osób prowadzących działalność gospodarczą. W niniejszym artykule skoncentrowano się przede wszystkim na sytuacji przedsiębiorców prowadzących działalność agroturystyczną oraz następstwach wywołanych przez przepisy związane z ochroną środowiska.

Przedsiębiorca to osoba, której codzienność wiąże się z działaniem w warunkach niepewności. W myśl tej definicji, do przedsiębiorców powinno zaliczyć się wszystkich lub niemal wszystkich ludzi – każdy z nas codziennie staje przed wyborami, których skutków nie może na pewno przewidzieć. Związane jest to oczywiście z ograniczonością środków, które otaczają człowieka⁹. Przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą nieustannie zмага się z ową rzadkością. Poświęca środki, ponosząc koszt, tym samym działając ryzykownie. Czyni to ze względu na subiektywnie uwarunkowane pragnienie osiągnięcia zysku. *Ex ante* zawsze wybiera to, co ma dla niego najwyższą wartość, postępując racjonalnie. Ta sama racjonalność każe przedsiębiorcy *ex post* dostrzegać popełnione błędy i unikać ich w przyszłości. Przedsiębiorczość w warunkach wolności gospodarczej łączy się ponadto z odpowiedzialnością za podejmowane decyzje¹⁰. Mając na uwadze swój własny interes, przedsiębiorca musi dostrzegać konsekwencje owych decyzji – także te, które mogą mieć wpływ na środowisko naturalne.

Działanie ludzkie jest skierowane w stronę przyszłości; ocena *ex post* jest podstawą do podejmowania kolejnych decyzji. Jednakże samo myślenie kategoriami zda-

⁷ Z. Cichocki, *Prawne i społeczno-gospodarcze uwarunkowania ochrony przyrody na obszarach Natura 2000*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2013, s. 88.

⁸ Są to badania własne, w których stwierdzono, że 26% mieszkańców Suwalszczyzny odnosi korzyści materialne związane z ruchem turystycznym.

⁹ J. H. de Soto, *Socjalizm, rachunek ekonomiczny i funkcja przedsiębiorcza*, Instytut Misesa, Warszawa 2011, s. 36.

¹⁰ F. Kampka, *Codziennosc przedsiębiorcy – między ryzykiem a odpowiedzialnością [w:] Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, K. Krzyżanowska (red.), Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA, Warszawa 2009, s. 18.

rzeń przeszłych jest niewystarczające – istotą funkcji przedsiębiorczej jest jak najlepsze przewidywanie zmian w otoczeniu, jakie dokonują się codziennie. Dotyczy to zarówno warunków czysto ekonomicznych (związanych z popytem i podażą), jak i uwarunkowań pozarynkowych (np. związanych z przepisami prawa, zmianami technologicznymi). Punktem wyjścia dalszej analizy będzie definicja przedsiębiorcy autorstwa Franciszka Kampki. Zgodnie z nią, przedsiębiorca to osoba zajmująca się: *wprowadzaniem innowacji, śledzeniem zmian w otoczeniu, elastycznym dostosowywaniem się do nich oraz wykorzystywaniem możliwości rynkowych, jakie ze sobą niosą*¹¹. Naturalnie każda branża rządzi się własną specyfiką, jednak ogólnie rzecz biorąc, przedsiębiorczość w działalności gospodarczej polega na dostarczaniu usług jak najwyższej jakości, w jak najniższych cenach. Krótko mówiąc, chodzi o spełnianie potrzeb konsumentów. Działanie w warunkach rynkowych wręcz „wymusza” poznanie ich preferencji, dlatego analizę sytuacji przedsiębiorców powinno równocześnie poprzeć się badaniami preferencji konsumentów (turystów).

Okazuje się, że aż 75% turystów korzystających z turystyki wiejskiej na Suwalszczyźnie ceni sobie głównie wypoczynek w ciszy i spokoju, a 44% atrakcje kulturowe i przyrodnicze. Zdecydowanie więc widać, jak duże znaczenie dla konsumentów ma tutaj środowisko, które ich otacza. Zaspokojenie tych potrzeb powinno być sprawą bezwzględnie priorytetową z punktu widzenia przedsiębiorców, nawet jeżeli miałyby się to wiązać z dodatkowymi kosztami. Tym bardziej że na korzystną ofertę cenową, jako motyw pobytu w gospodarstwie agroturystycznym, wskazała mniejsza liczba osób, stanowiąca 34% badanych. Wnioski są zatem jednoznaczne. Ochrona środowiska naturalnego i niepowtarzalnego charakteru przyrodniczego regionu jest konieczna. Jednak nadal aktualne pozostaje pytanie – czy program Natura 2000 i inne, warunkowane prawnie programy ochrony przyrody są rozwiązaniem najbardziej optymalnym? Czy można mówić o skutkach pozytywnych czy negatywnych, a może ich braku wobec działalności przedsiębiorców zajmujących się turystyką wiejską?

Zagrożenia dla działalności przedsiębiorców związane z programem Natura 2000

Zdecydowanie powinno wykluczyć się tę ostatnią opcję. Jak zauważa Bołtromiuk¹², w ramach analizowania wpływu programu Natura 2000 na rozwój obszarów wiejskich (w tym na sytuację przedsiębiorców), można mówić o wpływie realnym, „wirtualnym” oraz potencjalnym. Wpływ realny dotyczy mierzonych statystycznie

¹¹ F. Kampka, op. cit., s. 13.

¹² A. Bołtromiuk, *Wpływ sieci natura 2000 na rozwój obszarów wiejskich*, [w:] *Przestrzenne, społeczno-ekonomiczne zróżnicowanie obszarów wiejskich w Polsce*, M. Stanny, M. Drygas, (red.), Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2010, s. 153.

wyników działalności obszarów objętych ochroną. Mimo to warto mieć na uwadze fakt, że wpływ programów ochrony przyrody bardzo trudno wyizolować, a na statystyki dotyczące działalności poszczególnych obszarów może składać się bardzo wiele innych czynników. Ponadto, nadal nie ma opracowań, które w sposób kompleksowy przedstawiałyby sytuację regionów objętych programem Natura 2000 na tle innych.

Mówiąc o wpływie „wirtualnym”, uwzględnia się myśli pojawiające się wśród mieszkańców, w tym wśród przedsiębiorców, a także odczucia związane z funkcjonowaniem obszarów chronionych. Te są, co zostało wcześniej zaznaczone, przeważająco negatywne. Ogólnie mieszkańcy terenów objętych ochroną (w skali kraju) postrzegają program Natura 2000 jako dodatkową barierę powodującą problemy: ogólnorozwojowe, inwestycyjne, informacyjne i organizacyjne¹³.

Jeśli chodzi zaś o możliwy wpływ potencjalny, to objawia się on w planach zagospodarowania przestrzennego, które znajdują się na etapie przygotowawczym. Plany te dotyczą przyszłości, jednakże nawet nie do końca określone w nich założenia mogą w realny sposób oddziaływać na działania podejmowane przez przedsiębiorców jeszcze przed ich wejściem w życie. Wszystko za sprawą prowadzonych na bieżąco konsultacji społecznych, które powodują „wyciek” informacji na zewnątrz. Może to na przykład powodować wahania cen nieruchomości, które potencjalnie mogą zostać objęte programami ochrony. Ogólnie rzecz biorąc, negatywny wpływ programu Natura 2000 może objawiać się m.in. w:

- ograniczeniu skali działalności – dodatkowe wymogi i przepisy mogą negatywnie wpływać na rozwój przedsiębiorstw lub znacząco do niego zniechęcać. Problem stanowią zarówno niejasne, jak i zbyt surowe przepisy oraz decyzje urzędnicze;
- problemach natury biurokratycznej – potrzeba ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z czasem oczekiwania na decyzje urzędnicze, jak również kosztów ewentualnych zmian planów inwestycyjnych, celem zgodności z planami zagospodarowania przestrzennego na obszarach chronionych;
- niejasności co do zasad funkcjonowania obszarów chronionych – spowodowanych brakiem konsultacji społecznych między ośrodkami decyzyjnymi a przedsiębiorcami.

Widać zatem, że przepisy dotyczące ochrony przyrody mają znaczący wpływ na warunki, w jakich funkcjonują przedsiębiorcy. Jak każda ingerencja prawna, a także ta powinna mieć miejsce jedynie w przypadkach zawodności procesu rynkowego, które mogą powodować nieodwracalne zmiany środowiskowe lub społeczne (czy rozszerzanie działalności agroturystycznej, która opiera się na walorach przyrodniczych regionu, może wywołać takie zagrożenie?). Organy zajmujące się obsługą pro-

¹³ A. Bołtromiuk, *Wpływ sieci natura 2000 ...*, op. cit., s. 144. R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 107.

gramów ochrony przyrody powinny dążyć do osiągnięcia kompromisu zadowalającego możliwie największą liczbę osób, mając przy tym na uwadze zrównoważony rozwój. W rozumieniu przyjętej wcześniej definicji przedsiębiorcy, nowe przepisy regulujące działalność gospodarczą należy potraktować jako zmianę otoczenia ogólnego działalności przedsiębiorstwa¹⁴. Przedsiębiorca stanie w obliczu nowej sytuacji i będzie musiał się do niej przystosować. Być może będzie zmuszony porzucić niektóre z planów inwestycyjnych, co może skutkować utratą części rynku na rzecz przedsiębiorców nieobjętych podobnymi wymogami. Nie można także wykluczyć możliwości pojawienia się zachowań patologicznych¹⁵, w których przedsiębiorca dostrzega możliwość wpływania (nielegalnymi działaniami) na decyzje organów nadrzędnych, celem osiągnięcia korzyści (w postaci np. pozytywnej decyzji dotyczącej pozwolenia na budowę). Ogólnie rzecz biorąc, dodatkowe przepisy wiążą się po prostu z ponoszeniem większych kosztów.

Szanse dla działalności przedsiębiorców związane z programem Natura 2000

Program Natura 2000 może być również źródłem pewnych szans i korzyści dla przedsiębiorców zajmujących się turystyką wiejską. Jedna z nich została już pośrednio wspomniana. Ci przedsiębiorcy, których nie ograniczają przepisy związane z ochroną przyrody, zyskują swego rodzaju przewagę nad konkurentami w danym regionie (nie muszą ponosić kosztów specjalnego dostosowywania planów inwestycyjnych, jak również w ogóle mają większą swobodą gospodarowania).

Jak wskazuje Roman, podobnie jak w całej gospodarce, tak w działalności turystycznej można mówić o zjawisku innowacyjności¹⁶. Przymus prawny może stanowić dodatkowy bodziec dla przedsiębiorców do wdrażania rozwiązań innowacyjnych, niejako kompensujących pozycję rynkową utraconą wskutek barier prawnych. Kwaterodawcy „poszkodowani” z powodu nowych przepisów będą starali się usprawnić organizację swojej działalności (innowacja procesowa) lub zaoferować nowy produkt (innowacja produktowa), celem spełnienia potrzeb konsumentów oraz odbudowania utraconej pozycji rynkowej.

Jednak warto w tym miejscu przejść do teorii zrównoważonego rozwoju będącego niejako podstawą wszelkich działań mających na celu ochronę przyrody. Zgodnie

¹⁴ R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 107.

¹⁵ J. H. de Soto, *Socjalizm, rachunek ekonomiczny i funkcja przedsiębiorcza*, Instytut Misesa, Warszawa 2011, s. 94 oraz M. Roman, *Teoria innowacji i jej zastosowanie w turystyce*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, K. Nuszkiewicz i M. Roman, (red.), Zespół Szkół CKM im. Jadwigi Dziubińskiej w Gołdkowie, Wydawnictwo SGGW, Gołdkowo 2014, s. 24.

¹⁶ M. Roman, op. cit., s. 24.

z nią, rozwój społeczny (w tym rozwój przedsiębiorstw) powinien być podporządkowany idei ekorozwoju, a więc, najogólniej mówiąc: *takiemu sposobowi rozwoju gospodarczego, który odbywa się w harmonii z przyrodą i nie powoduje trwałych, nieodwracalnych w niej zmian*¹⁷. Program Natura 2000 zdaje się wręcz idealnie wpisywać w te założenia. Nie powoduje tak znaczących ograniczeń w gospodarowaniu, jak krajowe programy ochrony (parki narodowe i rezerwy) przy jednoczesnym wykluczaniu projektów mogących „znacząco” oddziaływać na środowisko. Jego efektywne egzekwowanie może mieć bardzo pozytywne skutki w odniesieniu do zachowania niepowtarzalnego charakteru przyrodniczego regionu, co w przypadku Suwalszczyzny przynosi wymierne efekty¹⁸. Oczywiście nie można zapominać o pozostałych formach ochrony, które także mogą wpływać na wyniki uzyskane przez region.

Jak przekłada się to na sytuację samych przedsiębiorców prowadzących działalność turystyczną? Przede wszystkim, mimo że sami często borykają się z ograniczeniami związanymi z funkcjonowaniem programu, powinni oni mieć na uwadze fakt, że obostrzenia dotyczą wszystkich branż – również tych, które charakteryzują się dużo bardziej szkodliwą środowiskowo działalnością (np. eksploatacją surowców naturalnych). Program Natura 2000 całkowicie wyklucza tego typu działalności, tym samym zdecydowanie przyczynia się to do zachowania naturalnych walorów regionu – jednej z głównych grup walorów turystycznych cechujących dany obszar geograficzny. Zdaje się, że jest to naczelny, pozytywny rezultat związany z funkcjonowaniem obszarów chronionych.

Oprócz tego, warto wspomnieć o prestiżu, jaki niesie ze sobą zakwalifikowanie danego obszaru do ochrony w ramach programu Natura 2000. Program ma zasięg ogólnoeuropejski, to znaczy, że obszary zyskują miano dziedzictwa całego kontynentu. Trudno wyobrazić sobie lepszą reklamę regionu wyróżnione w ramach jego funkcjonowania.

Partnerstwo jako sposób wykorzystania programu Natura 2000

Być może program Natura 2000 nie jest rozwiązaniem idealnym, jednakże na dobre wpiął się on już w codzienność i otoczenie przedsiębiorstw agroturystycznych na Suwalszczyźnie. Przedsiębiorcy powinni traktować program jako szansę, a ewentualne przeszkody związane z wpływem programu na własną działalność – redukować. Naturalnym wręcz posunięciem powinno stać się tworzenie sieci partnerstwa

¹⁷ Z. Karaczun, *Ochrona Środowiska*, Agencja Wydawnicza ARIES, Warszawa 1999, s. 353.

¹⁸ T. Świerubska, *Europejska sieć ekologiczna Natura 2000 w powiecie suwalskim*, [w:] *Europejska sieć ekologiczna Natura 2000 i obszary chronionego krajobrazu – zasady funkcjonowania wielkopowierzchniowych obszarów chronionych*, B. Chełmicka-Bordzio (red.), Suwalski Park Krajobrazowy, Suwałki 2009, s. 10.

i współpracy¹⁹ celem budowania silniejszej pozycji, zwłaszcza podczas kwestionowania niesłusznych decyzji urzędniczych. Niestety, w grupie 43 badanych kwaterodawców tylko 1/3 zadeklarowała przynależność do organizacji zrzeszających. Wydaje się, że może to być spowodowane niedostateczną świadomością przedsiębiorców związaną z korzyściami wynikającymi z trwałej współpracy.

Ogólnie rzecz biorąc, integracja i współpraca są rezultatem starań mających na celu lepsze wykorzystanie możliwości i zasobów²⁰.

Proces rynkowy w sposób naturalny prowadzi do jak najlepszego wykorzystania środków, lecz dojście do tego stanu może trwać bardzo długo. Jednym z powodów jest właśnie niedostateczna wiedza i informacja posiadana przez uczestników rynku. Prowadzi to często do niepełnego wykorzystania potencjału jednostek, „marnowanego” wskutek nadmiernej konkurencji (współpraca oczywiście nie wyklucza konkurencji między podmiotami). W tej sytuacji kluczowe staje się uświadamianie przedsiębiorców o korzyściach wynikających z ewentualnej współpracy.

W obliczu programu Natura 2000 partnerstwo przedsiębiorstw agroturystycznych może pomóc w budowaniu silniejszej pozycji na dwa sposoby. Po pierwsze, mając na względzie uwarunkowania administracyjno-prawne programu²¹, organizacje zrzeszające stanowią dużo poważniejszą siłę wobec działania aparatu urzędniczego. Nie tylko będą w stanie skutecznie kwestionować niekorzystne decyzje urzędnicze dotyczące partnerów, ale istnieje szansa, że staną się podmiotem, z którego zdaniem organy decyzyjne muszą liczyć się ze względu na ustalenie przyszłych planów zadań ochronnych. Po drugie, jak już wcześniej wspomniano, program Natura 2000 może być szansą na promocję regionu i zdobycie większej liczby turystów. Sytuacja ta stwarza doskonałe warunki do wspólnego prowadzenia skoordynowanej kampanii reklamowej przez partnerów. Mówiąc krótko, odpowiednio działająca sieć partnerska może przyczynić się do umocnienia pozycji rynkowej całego regionu.

Być może nie jest konieczne tworzenie nowych struktur. Na obszarze Suwalszczyzny działają takie organizacje, jak: Suwalska Izba Turystyczna, Augustowska Organizacja Turystyczna oraz wiele Lokalnych Grup Działania. W związku z tym należy zadbać przede wszystkim o odpowiednio prowadzoną kampanię informacyjną na rzecz dobrowolnego zrzeszania się przedsiębiorców – przez same organizacje lub jednostki samorządu terytorialnego.

¹⁹ R. Łazarek, *Ekonomika turystyki: wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa, 2004, s. 41.

²⁰ M. Iwańska, W. Bieńkowska, M. Roman, op. cit., s. 9.

²¹ Tamże, s. 21.

Podsumowanie

Programy ochrony przyrody, w tym program Natura 2000, wpływają na sytuację przedsiębiorców agroturystycznych w sposób niejednoznaczny. Jak wykazano w powyższej analizie, mają one swoje pozytywne i negatywne strony. Dodatkowe uwarunkowania prawne, jakimi skutkują, sprowadzają się przede wszystkim do zmiany ogólnego otoczenia organizacji. To głównie od samych przedsiębiorców zależy, czy potrafią neutralizować niekorzystne konsekwencje tej zmiany oraz wykorzystywać szanse, jakie niosą ze sobą również na Suwalszczyźnie.

Bibliografia

1. Balcerzak J., *Zaawansowania prac nad opracowywaniem planów ochronnych dla obszarów Natura 2000 w Polsce – plany na przyszłość. Plany zadań ochronnych na obszarach Natura 2000*, J. Tabor (red.), Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Leśnictwa i Drzewnictwa”, Wydawnictwo Świat, Warszawa, 2014.
2. Bołtromiuk A., *Wpływ sieci natura 2000 na rozwój obszarów wiejskich*, [w:] *Przestrzenne, społeczno-ekonomiczne zróżnicowanie obszarów wiejskich w Polsce*, M. Stanny, M. Drygas, (red.), Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2010.
3. Cichoński Z., *Prawne i społeczno-gospodarcze uwarunkowania ochrony przyrody na obszarach Natura 2000*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2013.
4. De Soto J. H., *Socjalizm, rachunek ekonomiczny i funkcja przedsiębiorcza*, Instytut Misesa, Warszawa 2011.
5. Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
6. Iwańska M., Bienkowska W., Roman M., *Sieci partnerskiej współpracy na obszarach wiejskich*, Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA, Warszawa 2010.
7. Kampka F., *Codziennosc przedsiębiorcy – między ryzykiem a odpowiedzialnością*, [w:] *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, K. Krzyżanowska (red.), Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA, Warszawa 2009.
8. Karaczun Z., *Ochrona Środowiska*, Agencja Wydawnicza ARIES, Warszawa 1999.
9. Łazarek R., *Ekonomika turystyki: wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2004.
10. *Natura 2000, szanse i zagrożenia*, Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji im. Marka Dietricha, Warszawa 2010.
11. Roman M., *Teoria innowacji i jej zastosowanie w turystyce*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, K. Nuskiewicz i M. Roman (red.), Zespół Szkół CKM im. Jadwigi Dziubińskiej w Gołdkowie, Wydawnictwo SGGW, Gołdkowo 2014.
12. Świerubska T., *Europejska sieć ekologiczna Natura 2000 w powiecie suwalskim*, [w:] *Europejska sieć ekologiczna Natura 2000 i obszary chronionego krajobrazu – zasady funkcjonowania wielkopowierzchniowych obszarów chronionych*, B. Chelmiczka-Bordzio (red.), Suwalski Park Krajobrazowy, Suwałki 2009.

Gospodarstwa agroturystyczne jako rozwój przedsiębiorczości rolników województwa podlaskiego

Farmhouses as a progress of initiative in Podlaskie province

Streszczenie

W związku z rozwojem turystyki, jednego z nieodłącznych elementów życia człowieka, jak również nasilającego się trendu „zdrowego, dbającego o siebie i środowisko świadomego człowieka” można prognozować wzrost zainteresowania agroturystyką. Jest to idealna forma wypoczynku, by poza znalezieniem ciszy i spokoju, być bliżej natury. Jednym z regionów oferujących takie usługi jest województwo podlaskie, na którego terenie znajdują się cztery parki narodowe, niezwykła fauna i flora oraz gospodarstwa agroturystyczne odznaczające się wysoką jakością. Standardy oferowanych usług oraz postawy właścicieli gospodarstw były przedmiotem badań, których wyniki zaprezentowano w artykule. Respondenci wykazali się elastycznością swoich usług, staraniem o zadowolenie klientów zarówno stałych, jak i nowych, chęcią rozwijania swojej działalności, oraz całego regionu. Co więcej, wykazali się także wysoką przedsiębiorczością, świadomością istnienia wszelkich programów dofinansowań oraz wiedzą na temat konieczności działań marketingowych.

Słowa kluczowe: agroturystyka, rozwój, przedsiębiorczość, województwo podlaskie

Summary

Tourism is one of the elements in modern people life's, but nowadays more people besides having relax, peace and quiet, prefer to live with harmony with nature. That is way we can estimate the increase in interest in agritourism. It is an ideal form of relaxation for those who are environmentally conscious. One of the regions that offer such services is Podlaskie province.

There we can find four national parks, amazing flora and fauna and high quality agro-tourism services. Standards of services and attitude of farm owners were of interest to our research. Respondents demonstrated the flexibility of its services, taking care of customer satisfaction, and being ready to expand its business, as well as the entire region. Moreover, respondents show a high entrepreneurial, conscious of existence grants programs and knowledge of marketing activities.

Key words: agritourism, development, enterprise, Podlaskie province

Wstęp

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego, w pierwszej połowie 2014 roku z bazy noclegowej w Polsce skorzystało 11202,5 tys. turystów, tj. o 7,3% więcej niż w 2013 roku. Ponadto można wnioskować, że liczba ta będzie wzrastać, zwłaszcza przez coraz bardziej umacniający się trend „zdrowego, dbającego o siebie i środowisko świadomego człowieka”, który już nie tylko chce zobaczyć Nowy Jork czy odpocząć na Wyspach Kanaryjskich, ale również żyć w zgodzie z przyrodą, blisko natury, odżywiać się zdrowo, najlepiej produktami prosto od rolnika. Propozycją może być agroturystyka, czyli forma wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta na bazie noclegowej i aktywności rekreacyjnej związanej z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym)¹. Od kilku lat można zaobserwować wzrost zainteresowania tą formą wypoczynku – z punktu widzenia turysty oraz tą formą zarobku – z punktu widzenia przedsiębiorcy. Dodatkową zachętą oraz cennym ułatwieniem dla osób, które chcą oferować usługi agroturystyczne, jest wsparcie z Unii Europejskiej, np. działanie: „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej”. Natomiast to wspiera między innymi działalność agroturystyczną. W związku z tym warto zadać pytanie – dlaczego akurat w województwie podlaskim? Na terenie województwa istnieją cztery parki narodowe, w tym najstarszy w Polsce – Białowiecki Park Narodowy, a także o największej powierzchni, czyli Biebrzański Park Narodowy. Dwa pozostałe parki narodowe to Wigierski i Narwiański. W rozległych lasach i puszczech (Puszcza Białowiecka, Augustowska, Knyszyńska, Zielona), z których niektóre jako jedyne w Europie zachowały swój pierwotny charakter, można spotkać bogactwo unikatowej fauny i flory, np.: łosie, wilki, rysie i żubry. Warto również zobaczyć wiele innych ciekawych miejsc, takie jak Zespół Klasztorny Kamedułów w Wigrach czy najdłuższy zabytek w Polsce – Kanał Augustowski. Turyści, ci głównie z wielkich

¹ M. Drzewiecki, *Agroturystyka. Założenia – Uwarunkowania – Działania*, Instytut Wydawniczy Świadectwo, Bydgoszcz 1995, s. 27.

miast, znajdują tu upragnioną ciszę, spokój i kontakt z naturą, a usługodawcy przyczyniają się do rozwoju swojego regionu, ponieważ pozarolnicza działalność gospodarcza jest postrzegana jako jeden z najistotniejszych przejawów przedsiębiorczości w kontekście rozwoju regionalnego i lokalnego, w tym także rozwoju wielofunkcyjnego wsi². Jak łatwo zauważyć, szczególna rola w kreowaniu produktów turystycznych przypada mieszkańcom danego regionu i ich przedsiębiorczości³. Dlatego niezmiernie ważna jest postawa gospodarzy wobec swojej działalności i jej rozwoju.

Cel opracowania, materiał i metody badań

Celem artykułu jest przedstawienie wyników analizy przeprowadzonej na podstawie badań dotyczących gospodarstw agroturystycznych województwa podlaskiego, w tym określenie: zaangażowania właścicieli gospodarstw agroturystycznych w rozwój swojej działalności, standardów, jakie oferują oraz zadowolenia z wyników finansowych. W czerwcu 2014 roku z inicjatywy Studenckiego Koła Naukowego „Public Relations” działającego w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz Koła Miłośników Turystyki, Ekologii i Przedsiębiorczości ZSCKR w Gołdtkowie zostały przeprowadzone badania naukowe wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim. Posłużono się autorskim kwestionariuszem ankiety. W badaniu wzięło udział 42 właścicieli gospodarstw agroturystycznych.

Motywy podejmowania działalności agroturystycznej oraz standard oferowanych usług

Jednym z badanych aspektów było poznanie motywów założenia wyżej wymienionej działalności⁴. Jak wynika z celów szczegółowych badania, jednym z głównych motywów była chęć rozszerzenia profilu działalności czy wypróbowania czegoś nowego, jak w przypadku 29% badanych. Dla 12% właścicieli było to idealne rozwiązanie, aby zapewnić pracę członkom rodziny. Jednakże większość, czyli 37% osób, zdecydowała się na tę działalność w związku z możliwością zwiększenia dochodów. Co ciekawe, zdarzały się motywy bardzo personalne, takie jak: sposób na zaszczepie-

² M. Adamowicz, J. Zając, *Typologia gmin wiejskich na przykładzie gmin województwa mazowieckiego*, „Problemy Zarządzania”, 2006, nr 13, s. 20.

³ A. Prusek, *Strategia rozwoju regionów w warunkach gospodarki rynkowej*, Wydawnictwo Secesja, Kraków 1995, s. 15.

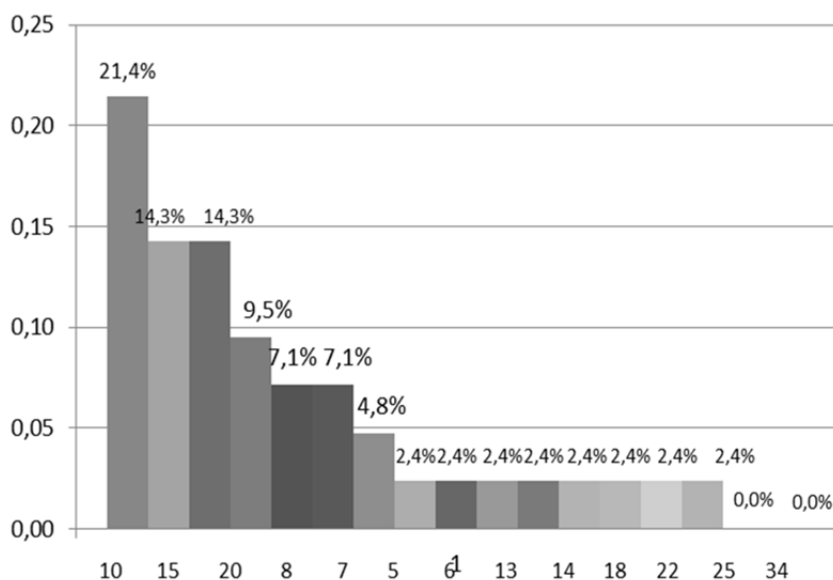
⁴ Por. M. Roman, *Motywy wyboru wycieczki w gospodarstwie agroturystycznym i sposoby jego realizacji w województwie podlaskim*, [w:] *Kształtowanie procesów rozwoju w kompleksie agro-przemysłowym*, Wydawnictwo Połtawskiej Państwowej Akademii Rolniczej, Połtawa 2011, s. 113-123.

nie miłości do tych stron, zainteresowanie nimi bądź po prostu pomysł na zagospodarowanie wolnych pomieszczeń.

Najstarsze wśród badanych gospodarstw powstało w roku 1990 i przynosi już dochody od 25 lat. Do roku 2000 na Suwalszczyźnie powstało 19 gospodarstw agroturystycznych, natomiast od roku 2001 do 2013 pojawiły się jeszcze 23 w zaledwie ośmiu gminach województwa podlaskiego. Ankietowani przyznali, że podjęcie decyzji o prowadzeniu działalności agroturystycznej ułatwiły im programy unijne i możliwość korzystania z dofinansowań.

Panuje duże zróżnicowanie standardów wśród przedsiębiorców oferujących usługi agroturystyczne. Przede wszystkim ilość dyspozycyjnych miejsc noclegowych kształtuje się między 5 a 75. To jednak wartości skrajne. Większość badanych oferuje od 7 do 20 miejsc. Najwięcej, bo aż 24% przedsiębiorców, dysponuje 10 miejscami noclegowymi.

Wykres 1.
Liczba oferowanych miejsc noclegowych

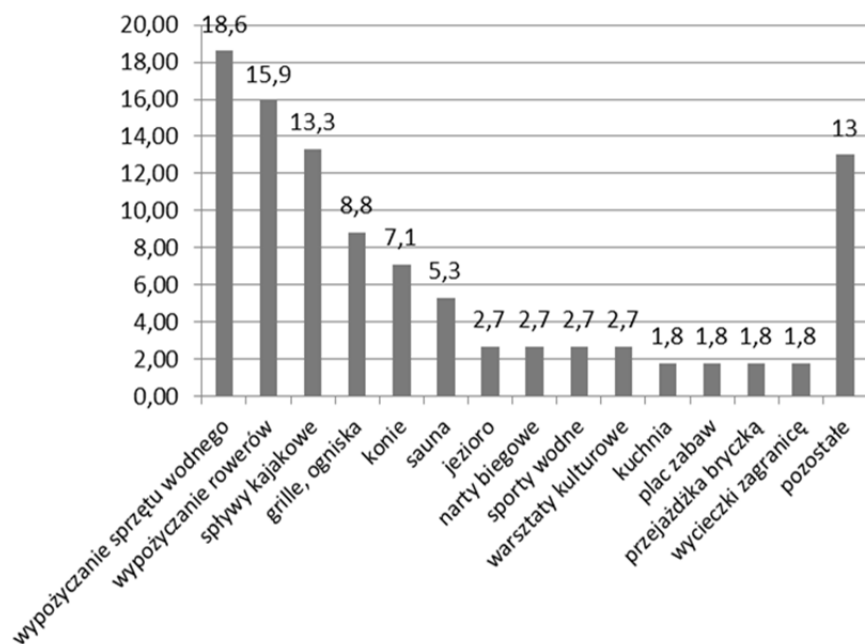


Źródło: badania własne.

Zadowolenie i przychylność klientów można zdobyć na wiele różnych sposobów. W szczególności dla osób prowadzących działalność agroturystyczną jest istotne to, aby turyści chcieli w to miejsce powrócić oraz polecić je znajomym czy rodzinie. Badani przedsiębiorcy wskazali oferowane przez nich usługi związane z podniesie-

niem atrakcyjności swoich gospodarstw. Aż w 50% badanych gospodarstw turyści mogli wypożyczyć sprzęt wodny, w niewielu mniej, bo w 43%, można również było wypożyczyć rowery, 36% oferowało spływy kajakowe, 24% właścicieli dla swoich gości organizowało grille i ogniska, a w 19% jazdę konno. Wśród badanych przedsiębiorców nie zabrakło także takich, którzy szczycą się sauną, basenem czy kortami tenisowymi. Jednocześnie jako atrakcje wymieniono: „ekologiczny sad”, możliwość zorganizowania wycieczki za granicę z gospodarstwa, place zabaw, stół do gry w bilard, a nawet salę dyskotekową. Jak można zauważyć, chęć zaspokojenia klienta jest ogromna, zróżnicowana i przybiera wiele form. Szczegółowe dane zaprezentowano na wykresie 2.

Wykres 2.
Atrakcje oferowane turystom



Źródło: badania własne.

Około 81% ankietowanych uznało, że jest skłonnych do dostosowywania się do potrzeb gości na przykład przy ustalaniu godzin serwowanych posiłków. Natomiast 69% zdecydowało się na wzrost kosztów, ale większy komfort dla klientów, budując pokoje z oddzielnymi łazienkami. Gospodarstwa agroturystyczne oferują zbliżone usługi, dlatego w niektórych przypadkach o wyborze miejsca przez klienta mogą rozstrzygać najdrobniejsze szczegóły, takie jak oddzielna łazienka czy posiłki serwo-

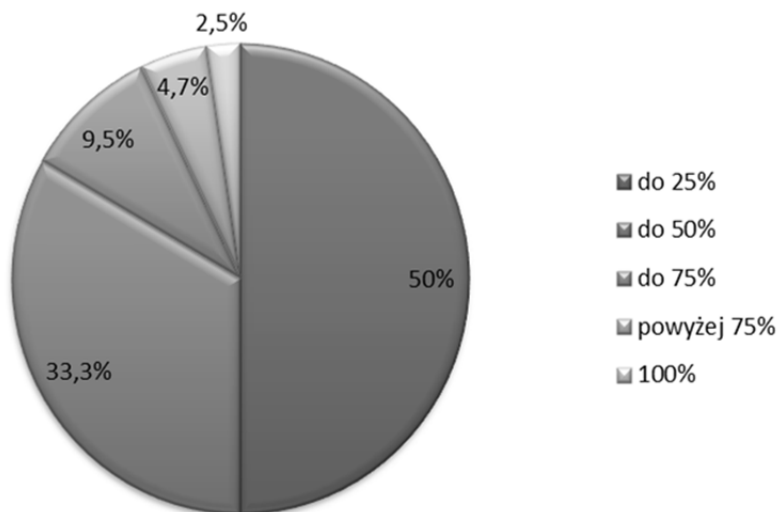
wane według życzeń turysty. Właściciele muszą dostosowywać się do oczekiwań klientów, zdawać sobie sprawę z konkurencji na rynku, na którym działają, stąd podnoszą własną konkurencyjność. Natomiast to pojęcie można rozpatrywać jako pewien system, składający się z czterech głównych elementów: potencjału konkurencyjności, przewagi konkurencyjnej, instrumentów konkurowania, pozycji konkurencyjnej⁵. Przedsiębiorczość właściciela decyduje o tym, w którym miejscu znajdzie się w staraniach o klienta, czy wykorzysta potencjał, aby zdobyć przewagę i jakimi instrumentami się posłuży.

Dochody gospodarstw agroturystycznych oraz struktura klientów

Dochody z działalności agroturystycznej stanowiły do 25% dochodów ogółem aż połowy badanych przedsiębiorców⁶, połowę całkowitych dochodów dla 33%, do 75% udziałów w dochodach ogólnych były dla 10% badanych, natomiast dla 5% powyżej $\frac{3}{4}$ ogólnych dochodów. Jeden badany utrzymywał się tylko z działalności agroturystycznej. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 3.

Wykres 3.

Udział dochodów z działalności agroturystycznej w dochodach ogółem



Źródło: badania własne.

⁵ M. J. Stankiewicz, *Istota i sposoby oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 7-8, s. 97.

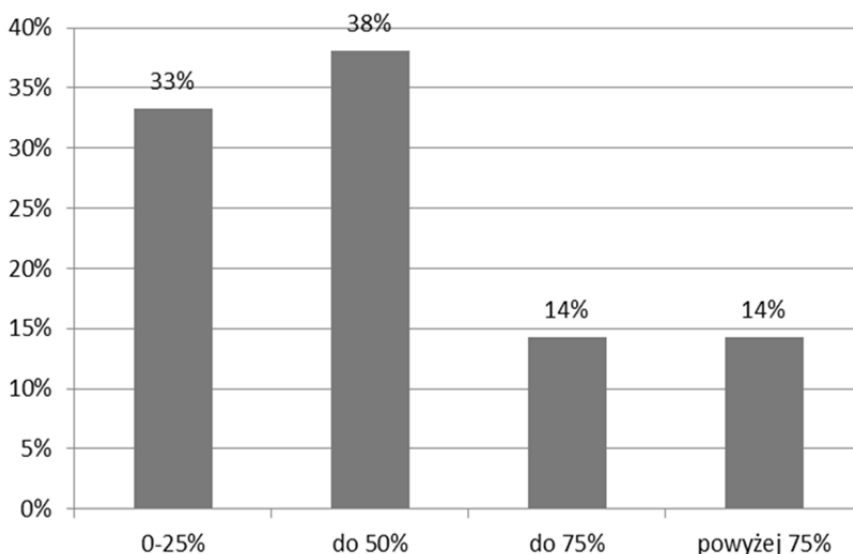
⁶ Por. M. Roman, *Profitability of selected agritourism farms*, „Journal of Financial Management and Accounting” 2015, no 3 (1), s. 39-46.

Korzystanie ze wsparcia finansowego na rozwój działalności gospodarczej jest możliwością na poprawę jakości oferowanych usług. Jednakże tylko 21% badanych skorzystało z takich form wsparcia. Wymienione zostały różne programy, m.in.: Kapitał Ludzki, LGR, SAPARD, PROW.

Rozwinięcie swojej działalności agroturystycznej planuje aż 69% przedsiębiorców. Co oznacza widoczny popyt na oferowane przez nich usługi i chęć sprostanania coraz większym wymogom klientów.

Jak już zostało wspomniane, dla działalności agroturystycznej niezmiernie ważni są stali klienci. Nie tylko dlatego, że systematycznie przynoszą zyski przedsiębiorcy, ale również dlatego, że są już znani, właściciele mają do nich zaufanie, a w wielu przypadkach mieszkają razem z właścicielem i jego rodziną „pod jednym dachem”. Dlatego stali klienci stanowili aż do 50% w strukturze gości odwiedzających badane gospodarstwa w 39% tych gospodarstw.

Wykres 4.
Udział stałych klientów w strukturze gości



Źródło: badania własne.

Aspekt reklamy w dzisiejszych czasach jest warunkiem koniecznym do pozostania na rynku. Wiedzą o tym także właściciele gospodarstw agroturystycznych, którzy w większości (67%) badanych stosowali różne techniki promocji swoich obiektów. Wszyscy badani zadeklarowali korzystanie z formy reklamy, jaką jest Internet, np.: strony internetowe poświęcone miejscom wypoczynkowym, strony poświęcone

Suwalszczyźnie czy fora społecznościowe. Równocześnie z badań wynika, że niezwykle cenną formą reklamy jest marketing szeptany zwłaszcza dla osób, które prowadzą działalność agroturystyczną i osób mających zamiar skorzystać z takich usług. Właściciel, który wie, że nowa osoba jest z polecenia stałego klienta, będzie miał do niej większe zaufanie. Jednocześnie chętni na taki wyjazd szybciej zdecydują się na miejsce polecane przez bliską sobie osobę, mając poczucie większego bezpieczeństwa.

Wpływy otoczenia społecznego na rozwój agroturystyki

Różnorodne grupy społeczne także znacząco wpływają na rozwój gospodarstw agroturystycznych. Przedsiębiorcy przypisali największe znaczenie władzom gminy i ich działalności, jak również władzom samorządowym, mieszkańcom gmin i samym turystom. Co piąty respondent stwierdził, że jeżeli władze gminy mają stanowisko przychylne rozwojowi regionu, to są w stanie w dużej mierze przyczynić się do rozwoju agroturystyki przez wdrażanie różnego typu programów, pomocy rolnikom czy własnego zaangażowania w promowanie swoich okolicznych przedsiębiorców. Druga ważna grupa społeczna, która może mieć wpływ na decyzje o pobycie czy ponownym przyjeździe, to mieszkańcy. Blisko 15% badanych uważało, że nie można ich ignorować, ponieważ od ich postawy wobec „przyjezdnych” zależy, czy ci drudzy będą się dobrze czuli w danym miejscu i chętnie tu wracali, czy jednak napotkają ich problemy i następnym razem wybiorą inne miejsce bądź złe wrażenie zniechęci ich do agroturystyki. Ponad 15% właścicieli gospodarstw świadczących usługi agroturystyczne uznało, że sami turyści także sprzyjają rozwojowi agroturystyki przez, wzbogacanie gospodarzy, gminy oraz najlepszą: reklamę czyli „marketing szeptany” lub dzielenie się wrażeniami na forach społecznościowych.

Podsumowanie

Dla rozwoju całego regionu niezmiernie ważne jest postępowanie każdej z grup społecznych, zarówno władz gmin, właścicieli gospodarstw agroturystycznych, okolicznych mieszkańców, jak i rodzin przedsiębiorców. Dopiero praca i starania wszystkich wyżej wymienionych mogą przyczynić się do rozwoju przedsiębiorczości własnego regionu, jak i do polepszenia poziomu życia. Co więcej, przy tak rozwiniętej konkurencji innych regionów Polski, standardy oferowanych usług nie mogą odbiegać jakością od innych, a nawet powinny być wyższe, by zachęcić nowych klientów i utrzymać stałych. W dużej mierze sukces gospodarstwa zależy od zaangażowania właściciela. Jest wiele możliwości działania na tym rynku, jednakże to jego kreatywność, elastyczność i pomysłowość prowadzą do większych dochodów. Właściciele gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim są nastawieni

na rozwój i podążanie za wymaganiami klientów, dlatego mogą poszczycić się: wieloma stałymi klientami, dobrą opinią, zwiększonymi dochodami oraz rozwojem swojego regionu.

Bibliografia

1. Adamowicz M., Kalinowska D., *Atrakcje i walory turystyczne Suwalszczyzny jako podstawa kształtowania strategii rozwoju turystyki na pograniczu Polska –Litwa*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, M. Jalinik (red.), Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2008.
2. Adamowicz M., Zając J., *Typologia gmin wiejskich na przykładzie gmin województwa mazowieckiego*, „Problemy Zarządzania” 2006, nr 13.
3. Altkorn J., *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
4. Drzewiecki M., *Agroturystyka. Założenia – Uwarunkowania – Działania*, Instytut Wydawniczy Świadectwo, Bydgoszcz 1995.
5. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa 2005.
6. Kozak M.W., *Konkurencyjność turystyczna polskich regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2006, nr 3 (25).
7. Mazurkiewicz L., *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym*, PWE, Warszawa 2002.
8. Poskrobko B., *Przemysł turystyczny jako podstawa rozwoju województwa podlaskiego, Innowacje w rozwoju turystyki*, M. Jalinik (red.), Wydawnictwo Politechniki Białostockiej 2008, Białystok 2008.
9. Prusek A., *Strategia rozwoju regionów w warunkach gospodarki rynkowej*. Wydawnictwo Secesja, Kraków 1995.
10. Roman M., *Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym i sposoby jego realizacji w województwie podlaskim*, [w:] *Kształtowanie procesów rozwoju w kompleksie agro-przemysłowym*, Wydawnictwo Połtawskiej Państwowej Akademii Rolniczej, Połtawa 2011.
11. Roman M., *Profitability of selected agritourism farms*, „Journal of Financial Management and Accounting” 2015, no 3 (1).
12. Sawicki B., A. Mazurek-Kusiak, *Agroturystyka w teorii i praktyce*, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Lublin 2010.
13. Sznajder M, Przebórska L., *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006.
14. Włodarczyk B., *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.

Działania przedsiębiorcze a konkurencyjność agroturystyki w gminie Suchowola na przykładzie Wiejskich Domów Pracy Twórczej „UROCZANKA”

Enterprising activities but competitiveness of agritourism
in the community Suchowola on the example of Rural
Houses of Creative Work, UROCZANKA

Streszczenie

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie przedsiębiorczości jako czynnika wzrostu konkurencyjności agroturystyki w gminie Suchowola na przykładzie Wiejskich Domów Pracy Twórczej „UROCZANKA”. Problemem badawczym, podjętym w niniejszym opracowaniu, jest niska konkurencyjność agroturystyki w gminie Suchowola na tle innych działań przedsiębiorczych. W pracy zaprezentowano pojęcie i istotę konkurencyjności. Następnie wyjaśniono pojęcie przedsiębiorczości oraz opisano działania przedsiębiorcze sprzyjające poprawie konkurencyjności w działalności agroturystycznej, a także działania przedsiębiorcze badanego gospodarstwa i jego produkt agroturystyczny. W końcowej części pracy ukazano wnioski, które na podstawie literatury przedmiotu i charakterystyki badanego gospodarstwa dowiodły, że działania przedsiębiorcze są istotnym czynnikiem wzmacniającym konkurencyjność agroturystyki w gminie Suchowola.

Słowa kluczowe: agroturystyka, działania przedsiębiorcze, przedsiębiorczość, konkurencyjność, konkurencja

Summary

The aim of this article is presentation entrepreneurship as of the factor of growth competitiveness agritourism in the community Suchowola for the example of Rural Houses of Creative Work „UROZANKA”. Problem the research in this article is low competitiveness of agritourism in the community Suchowola on the background of other enterprising activities. In article showed concept and essence of competitiveness. Next explained the concept entrepreneurship and showed enterprising activity which correct competitiveness in entrepreneurial activities and shows entrepreneurial activities tested an agriturismo and agritourism offer. In the end of work showed that thanks enterprising activities possible is growth competitiveness of agritourism in the community Suchowola.

Key words: agritourism, enterprising activity, entrepreneurship, competitiveness, competition

Wstęp

Agroturystyka stanowi najbardziej realną formę działalności pozarolniczej, jaką obecnie można realizować na terenach wiejskich. Popyt na nią jest kreowany w szczególności ze strony relatywnie bogatszych mieszkańców dużych miast, choć rozwój tej formy turystyki może napotykać szereg barier, które mogą wynikać z: cech współczesnego rynku turystycznego, dużej liczby konkurujących ze sobą podmiotów gospodarczych, zróżnicowania potrzeb i preferencji nabywców usług turystycznych, rosnących wymagań jakościowych oraz stosunku samorządów lokalnych do tej formy przedsiębiorczości, a także dużej zmienności warunków działania, w tym również w zakresie okresowych wahań popytu¹.

Gospodarstwa agroturystyczne w gminie Suchowola funkcjonują w ramach gospodarki rynkowej, której naturalnym zjawiskiem jest konkurencja. Stanowi ona sposób (metodę działania) na uzyskanie korzyści ekonomicznych przez podmioty funkcjonujące na rynku. Uczestnicy rynku, dążąc do realizacji swych interesów, próbują przedstawić korzystniejsze od innych oferty ceny, jakości lub innych cech wpływających na decyzje zawarcia transakcji².

Mimo licznych walorów turystycznych występujących w gminie Suchowola, które wiążą się z przesłankami dla rozwoju agroturystyki, jest ona w niewielkim

¹ L. Strzembicki, E. Kmita, *Agroturystyka – forma przedsiębiorczości ludności rolniczej Polsce*, [w:] *Alternatywne źródła dochodów ludności wiejskiej*, Biuletyn Regionalny Zakładu Doradztwa Rolniczego nr 309, Akademia Rolnicza w Krakowie, Kraków 1994, s. 14.

² T. P. Tkaczyk, *Rynek, konkurencja i jej wspieranie*, Monografie i Opracowania nr 445, Wydawnictwo SGH, Warszawa 1999, s. 13.

zakresie prowadzona przez gospodarstwa rolne. Na tle innych działalności gospodarczych odnotowuje się jej niską konkurencyjność³.

Problemem badawczym, podjętym w niniejszym opracowaniu, jest niska konkurencyjność agroturystyki w gminie Suchowola na tle innych działań przedsiębiorczych. Przez konkurencyjność należy rozumieć zdolność podmiotów agroturystycznych, funkcjonujących na danym terenie, do osiągania relatywnie wysokich dochodów w długim okresie.

Zdaniem Adamkiewicz-Drwiło, niska konkurencyjność może być spowodowana zarówno czynnikami zewnętrznymi (niezależnymi od przedsiębiorstwa), jak i wewnętrznymi (które przedsiębiorstwo może kształtować)⁴.

Według Ziółkowskiego, do głównych determinant niskiej konkurencyjności agroturystycznej w gminie Suchowola należy niski poziom wykształcenia kwaterodawców, utrudniony dostęp do źródeł finansowania działalności agroturystycznej oraz niewystarczająca współpraca z samorządem, co można odczytywać jako niezadowolone branżę agroturystycznej z zakresu wsparcia ich działalności przez władze lokalne. Natomiast największą barierą kompetencyjną gospodarstw agroturystycznych jest ich niekompetencja w wykorzystaniu nowoczesnych technologii informacyjnych⁵.

W pracy postawiono tezę głoszącą, że wzrost przedsiębiorczości kwaterodawców jest jednym z czynników poprawy konkurencyjności agroturystyki w gminie Suchowola.

Badania przeprowadzono w gospodarstwie agroturystycznym Wiejskie Domy Pracy Twórczej „UROZANKA”, które w znaczący sposób wyróżniają się w stosunku do innych gospodarstw agroturystycznych funkcjonujących na terenie gminy Suchowola. W swojej działalności Wiejskie Domy Pracy Twórczej „UROZANKA” oferują warsztaty i szkolenia w zakresie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a ponadto noclegi i wyżywienie oraz inne dodatkowe usługi osobom wypożyczającym w ich gospodarstwie. Większość gospodarstw agroturystycznych znajdujących się na terenie gminy Suchowola gwarantuje tylko noclegi i wyżywienie, co stanowi zbyt ubogą ofertę. Niski poziom konkurencyjności tychże gospodarstw nie zapewnia realizacji potrzeb turystów.

³ Na 1000 mieszkańców w gminie Suchowola przypada 40 podmiotów gospodarczych, w tym około 2 gospodarstwa agroturystyczne, natomiast na 1000 mieszkańców województwa podlaskiego 80 podmiotów gospodarczych, w tym 1 gospodarstwo agroturystyczne.

⁴ H. G. Adamkiewicz-Drwiło, *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 187.

⁵ R. Ziółkowski, *Priorytety działań na rzecz agroturystyki w województwie podlaskim*, Raport z badań przeprowadzonych podczas Podlaskiego Forum Agroturystycznego 07-12-2012, Polska Regionalna Organizacja Turystyczna, Białystok, grudzień 2012, s. 7-29.

Celem niniejszego opracowania jest ocena poziomu przedsiębiorczości na przykładzie działalności Wiejskich Domów Pracy Twórczej „UROCZANKA” jako czynnika sprzyjającego poprawie konkurencyjności agroturystyki w gminie Suchowola.

Pojęcie i istota konkurencyjności

Konkurencyjność jest związana z rywalizacją czy współzawodnictwem. Jako podstawowe zjawisko gospodarki rynkowej ma ona charakter dynamiczny i polega na stałym wdrażaniu nowości, tj. proefektywnościowych zmian o charakterze produktowym lub procesowym w postaci innowacji, zarówno w całej gospodarce, jak i poszczególnych jej segmentach. Pojęcie to jest rozumiane jako kompozycja złożona z takich elementów, jak: potencjał konkurencyjności, przewaga konkurencyjna, ekonomiczne i pozaeconomiczne instrumenty (narzędzia) konkurowania oraz pozycja konkurencyjna⁶. Zachodzą między nimi relacje przyczynowo-skutkowe, często występujące o charakterze dwukierunkowym, tzn. stan lub zmiana jednego elementu może być jednocześnie przyczyną i skutkiem drugiego⁷.

Pojęcie konkurencyjności w agroturystyce stało się ważne w związku z przechodzeniem od systemu administracyjnego (planowania centralnego) do systemu rynkowego, w którym w zależności od posiadanej wiedzy, umiejętności i kompetencji mogą współzawodniczyć i rywalizować podmioty, dążąc do maksymalizacji swoich rezultatów. Jest jednocześnie stanem i procesem odnoszącym się do sfery działalności instytucji rynkowych⁸. Rynek staje się konieczny w zakresie konkurencyjności, która jest cechą i mechanizmem regulującym zachowania podmiotów na rynku. Potencjał konkurencyjności to ogół zasobów materialnych i niematerialnych gospodarstwa agroturystycznego niezbędnych do tego, aby mogło ono funkcjonować na rynkowej arenie konkurencji oraz korzystać z nich w celu budowania, utrzymywania i umacniania swojej konkurencyjności⁹. Z kolei przewaga konkurencyjna to osiągnięcie efektu lepszego od rywala, którą opisuje się trzema wymiarami: rodzajem, rozmiarem i trwałością¹⁰. Instrumenty konkurowania to narzędzia i sposoby pozyskiwania klien-

⁶ M. Rybak, *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Poltex, Warszawa 2003, s. 11.

⁷ Por. M. Roman, *Innowacyjność elementem konkurencyjności w turystyce*. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, 2015, nr 1, t. 26, s. 111-119.

⁸ G. Roszyk-Kowalska, *Przewaga konkurencyjna w aspekcie kluczowych kompetencji przedsiębiorstwa*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 12-14.05.2006, s. 153.

⁹ M. J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, TNOiK, Toruń 2005, s. 89.

¹⁰ M. Rybak, *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2003, s. 13.

tów (turystów) i dostawców na warunkach akceptowanych przez podmioty gospodarcze i służące do osiągnięcia ich celów¹¹. Są to między innymi: jakość i cena produktów oraz usług, a także dostosowanie do potrzeb i oczekiwań klientów (turystów), ich odmienność w stosunku do oferowanych przez konkurentów. Natomiast pozycja konkurencyjna jest ostatnim ogniwem konkurencyjności. Rozumiana jest jako osiągnięty przez przedsiębiorstwo wynik konkurencyjności w danym sektorze, rozpatrywany na tle wyników osiąganych przez konkurentów; jest to wynik oceny przez rynek tego, co gospodarstwo agroturystyczne na nim oferuje i jakie korzyści osiąga¹². Podstawowymi miernikami jego pozycji konkurencyjnej jest udział w rynku agroturystycznym oraz sytuacja finansowa¹³.

Działania przedsiębiorcze sprzyjające poprawie konkurencyjności w działalności agroturystycznej

Przedsiębiorczość jest pojęciem interdyscyplinarnym, złożonym i wieloaspektowym. Można ją kojarzyć z gotowością do samodzielnego podejmowania decyzji i wdrażania nowych pomysłów o charakterze produktowym i procesowym oraz efektywnym sposobem myślenia i działania. Przedsiębiorczość to również postawa wobec życia oraz skuteczne i sprawne (efektywne) działania. Przedsiębiorczym człowiekiem jest ten, kto potrafi wykorzystać szanse i unikać zagrożenia, a także ten, kto umie zarządzać ludźmi i wytrwale realizować powzięte cele¹⁴. Postawy przedsiębiorcze mogą być różne oraz jest wiele czynników na nie wpływających i je pobudzających. Można wyróżnić trzy typy postaw: przystosowanie się do otoczenia, wykorzystanie otoczenia oraz jego tworzenie¹⁵. Przedsiębiorczość można analizować nie tylko w przekroju podmiotowym, lecz również w aspekcie funkcjonalnym i zarządzania przedsiębiorczością (systemowym). W znaczeniu funkcjonalnym dotyczy umiejętności dostrzegania okazji niszy rynkowej i wykorzystania nowych możliwości otoczenia gwarantującego osiągnięcie efektów w sytuacji zagrożenia i niepewności otoczenia konkurencyjnego¹⁶.

¹¹ M. Rybak, op. cit., s. 17.

¹² M. J. Stankiewicz, op. cit., s. 89 i G. Roszyk-Kowalska, op. cit.

¹³ E. Skawińska, *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 209.

¹⁴ Z. Dowgiałło, *Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy*, Wydawnictwo Znicz, Szczecin 2004, s. 301-302.

¹⁵ S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wydawnictwo Naukowe, PWN, Warszawa 2000, s. 9-10.

¹⁶ A. Roman (red.), *Edukacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo WSFiZ w Białymstoku, Białystok 2005, s. 76.

Jednocześnie należy także wymienić czynniki warunkujące przedsiębiorczość. Można je podzielić na czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, ekonomiczne oraz pozaeconomiczne¹⁷. Do zewnętrznych czynników kształtujących rozwój przedsiębiorczości można zaliczyć: sytuację na rynku, stan techniki oraz skłonność społeczeństwa do zmian, natomiast do wewnętrznych: strategię działania i wielkość gospodarstwa, wzajemne relacje czynników produkcji, skłonność do innowacji.

Przedsiębiorczość rozumiana jako cecha osobowości jednostek ludzkich lub zespołów stanowi zdolność, skłonność do przejawiania ducha inicjatywy i zaradności, jak też jest traktowana jako proces polegający na podejmowaniu wszechstronnych działań związanych z przystosowaniem się do reguł gospodarki rynkowej czy wdrażaniu pomysłów w formie innowacji¹⁸.

Kształcenie ustawiczne to kompleks procesów oświatowych (formalnych, nieformalnych i incydentalnych), które niezależnie od treści, poziomu i metod umożliwiają uzupełnienie wykształcenia w formach szkolnych i pozaszkolnych, dzięki czemu osoby dorosłe rozwijają swoje zdolności, wzbogacają wiedzę, udoskonalają i odnawiają kwalifikacje ogólne i zawodowe lub zdobywają nowy zawód¹⁹. Kształcenie ustawiczne jest podstawowym czynnikiem warunkującym rozwój gospodarczy. Edukacja ustawiczna to konieczność, ponieważ społeczeństwo informacyjne jest źródłem intensyfikowania procesu nieustannego kształcenia się. Kształcenie formalne to system oparty na stałych pod względem czasu i treści formach nauki, prowadzący od nauczania początkowego do uniwersytetu i włączający kursy oraz programy specjalne, jak również instytucje stacjonarne kształcenia ustawicznego i technicznego²⁰. Kształcenie nieformalne stanowi świadomą i zorganizowaną działalność kształcąco-wychowującą, prowadzoną poza ustanowionym formalnym systemem szkolnym, umożliwiającą określonej jednostce lub grupie uczestników osiągnięcie założonych celów kształcenia²¹. Natomiast kształcenie incydentalne to trwający przez całe życie niezorganizowany, niesystematyczny proces nabywania przez każdego człowieka wiadomości, sprawności i postaw na podstawie codziennego doświadczenia i wpływów wychowawczych otoczenia²².

System szkoleń jest elementem ustawicznego kształcenia. Służy on zdobyciu odpowiedniej wiedzy, kształtowaniu umiejętności i wyrabianiu odpowiednich nawy-

¹⁷ R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 408-409.

¹⁸ A. Mikulska, *Przedsiębiorcze podejście do zarządzania organizacją*, [w:] *Nowe koncepcje w zarządzaniu organizacją wobec wyzwań otoczenia*, M. Boguszewicz-Kteft, M. Rozkwitalska (red.), Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, nt. 22/2013, Warszawa 2013, s. 407-410.

¹⁹ W. Okoń, *Nowy Słownik Pedagogiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 196.

²⁰ Tamże, s. 193.

²¹ Tamże, s. 193.

²² Tamże, s. 193.

ków, zatem także podnoszeniu jakości kapitału ludzkiego, który jest ważnym zasobem łączącym w sobie: kapitał, pracę i przedsiębiorczość. Postrzegany jest on jako: wiedza, nawyki, zdrowie, zdolności człowieka przyczyniające się do wzrostu jego zdolności produkcyjnej²³. Zasób kapitału ludzkiego w dużej mierze jest uwarunkowany genetycznie, ale zasób ten można powiększać, wzbogacać, dzięki inwestycjom w potencjał biologiczny i intelektualny człowieka. Kategorią ściśle związaną z kapitałem ludzkim jest kapitał intelektualny. Stanowi on o poziomie i jakości posiadanej wiedzy przez ludzi tworzących społeczność przedsiębiorstwa oraz umiejętności praktycznego wykorzystywania tej wiedzy jako wartości w działalności gospodarczej, odgrywając kluczową rolę w jej rozwoju²⁴. Zakres i tematyka szkoleń oraz sposób ich prowadzenia może być różnorodny. Mogą mieć one charakter otwarty bądź zamknięty.

Ważnym elementem procesu kształcenia są szkolenia, czyli przemyślane, profesjonalnie prowadzone sytuacje edukacyjne, dzięki którym ludzie więcej wiedzą, umieją i chcą wprowadzić to w codzienną praktykę. W ramach procesu szkolenia, po określeniu potrzeb szkoleniowych, celów szkolenia, jak i miar jego efektywności należy wybrać odpowiednią formę czy metodę, a także technikę szkolenia. System szkolenia i doskonalenia zawodowego spełnia wiele celów. Posiadanie informacji i wiedzy pozwala organizacjom gospodarczym na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej i jest podstawą tworzenia jej wartości. Informacja nie jest wiedzą, jest jedną z jej składowych. Staje się ona wiedzą dopiero, gdy jednostka wykorzystuje ją i zastanawia się nad nią. Natomiast wiedza jest to zespół przekonań zgodnych z rzeczywistością. Szkolenia specjalistyczne są prowadzone i finansowane przez różnego rodzaju fundusze. Można wyróżnić m.in. Europejski Fundusz Społeczny (EFS), który wspiera działania podejmowane w ramach Europejskiej Strategii Zatrudnienia oraz Rocznych Wytycznych w Sprawie Zatrudnienia. Uczestnictwo w projektach daje wiele korzyści m.in.: nowe możliwości rozwoju gospodarstwa agroturystycznego, doradztwo w sprawach zarządzania, podniesienie kompetencji zawodowych.

Racjonalne wykorzystanie posiadanego majątku jest niezbędne w funkcjonowaniu gospodarstwa agroturystycznego na płaszczyźnie gospodarczej. To od niego w znacznym stopniu zależy oferta (produkt), jaką gospodarstwa agroturystyczne mogą kierować do turystów, aby zwrócić ich uwagę na swoją ofertę i pokazać własną oryginalność. To, w jaki sposób zostaną wykorzystane elementy posiadanego majątku, będzie przekładać się na pozycję konkurencyjną, jaką będzie zajmować gospodarstwo. Przedsiębiorczość więc będzie decydować o sposobie i zakresie jego wykorzystania.

²³ M. Rybak, op. cit., s. 131.

²⁴ M. Bratnicki, J. Stuzyna, *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2001, s. 45.

Podstawowymi elementami zagospodarowania turystycznego, będącymi częściami majątku gospodarstwa agroturystycznego, są: baza noclegowa, baza gastronomiczna oraz baza rekreacyjna.

Agroturystyka jako forma wypoczynku odbywającego się na terenie wiejskim w czynnym gospodarstwie rolnym jest realizowana na bazie noclegowej i aktywności rekreacyjnej związanej z wykorzystaniem walorów otoczenia kulturowego i przyrodniczego terenu²⁵. Noclegi stanowią podstawę do prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego. Według Głównego Urzędu Statystycznego, przez kwaterę agroturystyczną rozumie się pokoje mieszkaniowe i budynki gospodarcze rolników wykorzystywane na noclegi dla turystów²⁶. W polskim prawie gospodarczym i turystycznym nie występuje pojęcie kwatery turystycznej.

Baza noclegowa województwa podlaskiego, zgodnie ze stanem z końca lipca 2013 roku, obejmowała 254 turystyczne obiekty noclegowe, w tym miejsca całoroczne oferowało 181 spośród nich. W badanym okresie wśród turystycznych obiektów noclegowych funkcjonowały 84 obiekty hotelowe oraz 170 pozostałych obiektów, w tym 62 gospodarstwa agroturystyczne, które oferowały 852 miejsca noclegowe²⁷. W 2013 roku w województwie podlaskim z miejsc noclegowych w obiektach turystycznych najczęściej korzystano w miesiącach wiosenno-letnich, tj. od maja do sierpnia. Wizytom w celach turystycznych najbardziej sprzyjały lipiec i sierpień, a najmniej – styczeń i marzec.

Baza gastronomiczna jest drugim, obok bazy noclegowej, podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego. W końcu lipca 2013 roku w turystycznych obiektach noclegowych zlokalizowanych na terenie województwa podlaskiego funkcjonowało 150 placówek gastronomicznych, tj. o 8 więcej niż przed rokiem²⁸. W gospodarstwach agroturystycznych bazę gastronomiczną stanowią pomieszczenia wydzielone do sporządzania posiłków²⁹.

Trzecim elementem zagospodarowania agroturystycznego jest baza rekreacyjna. Potencjalny turysta, wybierając ofertę gospodarstwa agroturystycznego, kieruje się przeważnie swoimi preferencjami czy upodobaniami. Obok podstawowych potrzeb, takich jak wyżywienie i nocleg, turysta chce odpocząć i zrelaksować się. Rekreacja

²⁵ M. Drzewiecki, *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2009, s. 13.

²⁶ Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/definicje-pojec/899,pojcie.html>, data wejścia: 20.03.2015].

²⁷ *Turystyka w województwie podlaskim w 2013*, Wydział Badań Ankietowych oraz Podlaski Ośrodek Badań Regionalnych, Urząd Statystyczny w Białymstoku, Białystok 2014, s. 2-7.

²⁸ Tamże, s. 8-9.

²⁹ Z. Winawer (red.), *Produkty regionalne i tradycyjne w krótkich łańcuchach żywności*, Wydawnictwo Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa 2013, s. 17-20 oraz Z. Winawer, H. Wujec, *Produkty regionalne i tradycyjne we wspólnej polityce rolnej*, Wydawnictwo Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa 2013, s. 15-20.

ruchowa jest aktywnością fizyczną, która obejmuje wszelkie formy działalności ruchowo-fizycznej. Często jest nazywana „sportem dla wszystkich”. Można tu zaliczyć: ćwiczenia ruchowe i rytmiczne, gry i zabawy, rekreację twórczą, która kształtuje osobowość i ma wpływ na sferę emocjonalną człowieka, jest podejmowana w wolnym czasie do samodoskonalenia wypoczynku³⁰. Jest wspaniałą formą wypoczynku czynnego, a także oddziałuje na kształtowanie osobowości człowieka. Rekreacja ma ogromny wpływ na człowieka, uczy go, rozwija zainteresowania, zdolności, pogłębia wiedzę. Dzięki niej poznajemy potrzeby naszego organizmu. Uczymy się nie tylko odpowiedniego podejścia do ciała, ale również poznajemy walory otaczającej nas przyrody, natomiast wykorzystywanie walorów przyrodniczych pozwala nam na bardzo korzystne spędzanie wolnego czasu. Najczęściej rekreację definiuje się jako działalność podejmowaną poza obowiązkami zawodowymi czy domowymi. Obejmuje rodzaje aktywności człowieka, które mają charakter rozrywkowy bądź nieobowiązkowy. Jedną z form rekreacji może być turystyka. Turystyka rekreacyjna to przede wszystkim turystyka rekreacyjno-wypoczynkowa, która wykorzystuje walory środowiska naturalnego. Rozwój turystyki aktywnej, czyli takiej, która wymaga wysiłku fizycznego, zależy od: ilości i jakości szlaków turystycznych, tras rowerowych i do jazdy konnej, jak również bazy noclegowej.

Działania przedsiębiorcze Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Uroczanka”

Gmina Suchowola jest położona w środkowej części województwa podlaskiego, a obszar jej należy do „Zielonych Płuc Polski”. Umieszczenie gminy i miasta sprawia, iż jest ona ważnym i znaczącym ośrodkiem turystycznym zarówno w regionie, jak i w skali całego kraju. Suchowola jest celem licznych pielgrzymek ze względu na to, że jest to miejsce urodzenia (Okopy koło Suchowoli), dzieciństwa i młodości błogosławionego księdza Jerzego Popiełuszki. Dzięki naturalnym walorom przyrodniczym gmina Suchowola stwarza dogodne warunki do rozwoju agroturystyki. Zwolennicy wypoczynku z dala od wielkomiejskiego zgiełku znajdują tu ciszę, spokój, piękne krajobrazy oraz kuchnię regionalną. W gminie Suchowola jest zarejestrowanych 11 gospodarstw agroturystycznych.

Rodzinne Gospodarstwo Ekoturystyczne „Uroczanka” znajduje się w miejscowości Okopy, niedaleko Suchowoli w powiecie sokólskim, w województwie podlaskim. Stanowi ono kompleks zabytkowych budynków wraz z ekspozycją muzealną o określonej tematyce: rzemiosło dawne, tzw. „ginące zawody”, sztuka, w tym twórczość ludowa, kulinaria, ziołarstwo i medycyna ludowa (zdrowie i uroda). W „żywych

³⁰ M. Napierała, R. Muszkiewicz, W. Żukow, A. Sikorska, *Wybrane zagadnienia z podstaw rekreacji i turystyki*, Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz, 2009, s. 66.

muzeach” są prowadzone zajęcia edukacyjne (szkolenia i warsztaty) w zakresie odkrywania tajemnic i upowszechniania „podlaskich skarbów kultury”, promocji oraz ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego na danym terenie. Do poszczególnych domów, będących „żywymi muzeami”, przypisane zostały określone nazwy: Chata Swojskich Smaków, Dom Rzemiosła Dawnego, Antkowa Kuźnia, Dom Dzieła Artystycznego, Chata Dobrego Wychowania i Słowiańska Chata Zdrowia i Urody, w tym Bania Ruska. Są również popularyzowane wartości przyrodnicze Podlasia oraz bezpieczny, pożyteczny i zdrowy styl życia przez odpoczynek w środowisku wiejskim oparty na rekreacji, turystyce i sporcie. Oferta jest skierowana do: dzieci i młodzieży, kół zainteresowań i klubów, rodzin i osób indywidualnych, grup zorganizowanych firm, artystów, w tym twórców ludowych, organizatorów imprez integracyjnych, turystów zagranicznych, osób niepełnosprawnych, studentów i nauczycieli.

Na bazie domów tematycznych i ścieżek edukacyjnych są organizowane następujące szkolenia i warsztaty³¹:

1. W Chacie Swojskich Smaków są prowadzone zajęcia dydaktyczne na temat „Odkrywanie tajemnic tradycyjnej, lokalnej kuchni kresowej”;
2. W Domu Rzemiosła Dawnego odbywają się zajęcia na temat „Odkrywanie tajemnic ginących zawodów”;
3. W Wiejskim Teatrze Lalek – organizowane są przedstawienia i koncerty;
4. W Domu Dzieła Artystycznego – „Odkrywanie sekretów sztuk plastycznych”;
5. W Słowiańskiej Chacie Zdrowia i Urody „Samotnia Zielarza” oraz Suszarni Ziół – „Odkrywanie tajemnic kosmetyki ludowej”, ziołolecznictwa, szkolenia i warsztaty z masażu, zajęcia z hartowania ciała (z wykorzystaniem Bani Ruskiej) oraz szkolenia z nauczania pływania, ratownictwa wodnego i medycznego;
6. Ekologiczne na ścieżkach przyrodniczych: „Poszukiwanie tubylca bobra”, „W delcie Burczaka-Zdroju – żywej wody, żywej legendy”, „Piękni krajobrazu wiejskiego”, „Pejzaże wsi” i zajęcia na bazie przydomowej oczyszczalni ekologicznej;
7. Historyczne na ścieżce „Śladami Jaćwingów”;
8. Etnograficzne na ścieżce „Wiejskie klimaty”;
9. W Chacie Ogłady w ramach Akademii Dobrego Wychowania odbywają się zajęcia z zasad *savoir-vivre*. Wiejskie Domy Pracy Twórczej „UROZANKA” mają na celu:

³¹ M. Roman, *Funkcjonowanie „wiejskich domów zdrowia” w Rodzinnym Gospodarstwie Ekoturystycznym Uroczanka w Okopach*. [w:] *Środowisko społeczno-przyrodnicze a aktywność fizyczna człowieka*, A. Kaiser, M. Sokołowski (red.), Wydawnictwo Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu, Poznań 2010, s. 302-303.

- rozwój zainteresowań wśród odwiedzających w zakresie wartości dziedzictwa kulturowego;
- wspieranie przedsiębiorczości i kreatywności na terenach wiejskich;
- ochronę, dokumentowanie, ekspozycję i wykorzystanie walorów dziedzictwa kulturowego regionu w formie edukacyjno-warsztatowej w „żywych muzeach”;
- organizację zajęć dotyczących poznania skarbów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego na ścieżkach tematycznych;
- racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych regionu w turystyce i ochronie zdrowia;
- promocję wartości kulturowych i przyrodniczych regionu.

Tworzenie własnoręcznie wykonywanej bazy lokalowej i wyposażenie w ekspozycje odbywało się przez czternaście lat. Tego przedsięwzięcia dokonało wyłącznie dwoje właścicieli (małżeństwo). W budynkach tych są organizowane następujące zajęcia³²:

- multimedialne prezentacje dorobku kulturowego województwa podlaskiego;
- pokazy rzemiosła dawnego (ginących zawodów), kulinarne, zdrowego stylu życia oraz twórczości artystycznej (profesjonalnej i ludowej);
- warsztaty tematyczne w zakresie: wytwarzania przedmiotów codziennego użytku w gospodarstwie domowym, w zabawie i twórczości artystycznej, tradycyjnego wzornictwa (zdobnictwa), renowacji dóbr kultury i warsztatów plastycznych (malarstwo, rysunek, rzeźba), działalności Wiejskiego Teatru Lalek, tradycyjnego przygotowania potraw kuchni lokalnej i regionalnej oraz popularyzacji innych aspektów zdrowego stylu życia (ziołobieractwo, metody przechowywania ziół, receptury stosowania ziół w lecznictwie, w profilaktyce i rehabilitacji, a także zajęcia związane z masażem ręcznym w Izbie Masażu);
- szkolenia i przedsięwzięcia edukacyjne;
- Wiejska Galeria, w której są prezentowane ekspozycje stałe i czasowe, jak również koncerty muzyki dawnej;
- Wiejska Karczma „U Romana”, w której odbywają się imprezy integracyjne.

Oferta turystyczna polega na tym, że obok tradycyjnego wypoczynku na wsi uwzględniającego wykorzystanie naturalnych zasobów przyrodniczych, tj. słońca, wody, piasku w otoczeniu ciszy, spokoju, intensywnego kontaktu z przyrodą i bezpiecznego wypoczynku, wprowadzono formę aktywności intelektualnej związanej z poznawaniem wartości dziedzictwa kulturowego obszaru, przeżywaniem i rozwojem zainteresowań. Należy przy tym zauważyć, że dotychczasowy rozwój turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki, oparty jest głównie na tradycyjnych i biernych formach spędzania wolnego czasu. Całość koncepcji Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Urocanka” i jej realizacja dają podstawę do wprowadzenia nowego terminu aktyw-

³² M. Roman, op. cit., s. 302-303.

ności turystycznej na obszarach wiejskich. Jest nim pojęcie nowa agroturystyka. W świetle tej terminologii osoba korzystająca z usług gospodarstw agroturystycznych oczekuje bogatej oferty turystycznej. Przyjezdny pragnie doznawania emocji, przeżywania, poznawania wartości zawartej w tradycji. Podczas wypoczynku gospodarstwo gwarantuje nie tylko aktywne formy spędzania wolnego czasu w środowisku przyrodniczym, lecz również kontakt intelektualny z ludźmi, odkrywanie wartości dziedzictwa kulturowego regionu, możliwości szybkiego przemieszczania się z miejsca na miejsce, przy jednoczesnym zapewnieniu coraz to nowszych atrakcji i bezpieczeństwa. Gospodarstwo agroturystyczne w 2011 roku zdobyło tytuł „Innowatora Podlasia”. Nagrodę wręczył Marszałek Województwa Podlaskiego podczas uroczystej gali w Hotelu „Branicki” w Białymstoku.

Produkt turystyczny Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Urocanka obejmuje zajęcia rekreacyjno-sportowe i turystyczne. Ofertę rekreacyjno-sportową „W zdrowym ciele zdrowy duch” stanowią zajęcia dydaktyczne w zakresie: marszów, jazdy, biegów, w tym na orientację, zwiadów, gier terenowych, wspinaczki i survivalu oraz gier i zabaw świetlicowych.

Oferta turystyczna „Poznaj Podlasie i sąsiadów” obejmuje:

- wędrowki bliskie (piesze, rowerowe, narciarskie, konne i wodne) – „Wędrowki księdza Jerzego”, „Szlakiem przydrożnych krzyży i kapliczek”, „Opowieści starych ludzi”, „Podróż sentymentalna do krainy przodków”, „Polowanie na zwierzęta z lunetą”;
- wędrowki dalekie (autokarowe, kolejowe, wodne) „Pielgrzymowanie do miejsc kultu religijnego”, „Azymut Biebrza i Bagna Bachmackie”, „Puszcza Augustowska i Knyszyńska w zasięgu ręki”, „Wędrowki białoruskie”, „Poznaj Litwę”, „Na szlaku tatarskim”, „Na szlaku rękodzieła ludowego”, „Na szlaku lnu i konopi”, „Kanał Augustowski tuż, tuż”.

Ofertę agroturystyczną Wiejskich Domów Pracy Twórczej „UROZANKA” w Okopach koło Suchowoli można uznać za konkurencyjną ze względu na przedsiębiorczość ich właścicieli. Jest ona stale modyfikowana i dostosowywana do potrzeb klientów. Wiedzę i umiejętności w tym zakresie gospodarze tego gospodarstwa agroturystycznego zdobywają podczas różnych: szkoleń, warsztatów, wyjazdów studyjnych i stażów, takich jak „Turystyka-Wspólna Sprawa”, „ABC Turystyki Wiejskiej”, „Agroturystyka”, „Ekoturystyka”, „Kłustry Turystyczne”, „Wioski Tematyczne”, „Na szlaku lnu i konopi”, „Rękodzieło artystyczne”, „Zagospodarowanie terenu”, „Kuchnia regionalna i lokalna”, „Logistyka w turystyce”, „Język obcy w turystyce”, „Budownictwo drewniane na wsi”, „Przydomowe oczyszczalnie gruntowo-roślinne”. Łącznie uczestniczyli w 54 szkoleniach zorganizowanych w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszy Norweskich i Funduszy Szwajcarskich.

Produkt Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Urocanka” cieszy się wysokim zainteresowaniem wśród odwiedzających. Gospodarstwo to średnio w ciągu tygodnia

przyjmuje około 30 klientów, głównie z Podlasia i Polski. Są to turyści indywidualni albo zgrupowani (rodzinne wycieczki objazdowe), w których część z nich jest przejazdem w kierunku Wilno-Druskienniki. Drugą grupą są wycieczki grupowe (tzw. grupy zorganizowane przez organizacje pozarządowe i instytucje w ramach projektów unijnych i Funduszy Norweskich, które przyjeżdżają wraz z programem szkoleń i warsztatów. Inną są wyjazdy grupowe integracyjne, organizowane przez organizacje rządowe i firmy. W ramach tych integracji również odbywają się warsztaty. Bardzo ważnym segmentem są grupy zorganizowane w okresie wiosenno-letnim, są to tzw. zielone szkoły.

Kuchnia opiera się na tradycyjnych daniach takich, jak: kiszka ziemniaczana, babka ziemniaczana pieczona w prawdziwym piecu chlebnym, kartacze, chleb z własnego wypieku, ale również domowe przetwory, świeże wiejskie jaja, sery, domowe, wypieki: racuchy, pampuchi, baba drożdżowa. Całodzienne wyżywienie kształtuje się na poziomie 50 zł, w tym: obiad – 20 zł, śniadanie i kolacja – 15 zł. Koszt warsztatów tematycznych wynosi 20 zł (trwają one 5-6 godzin), zaś noclegów w granicach 20-25 zł. Istnieje możliwość zakupu pamiątek, m.in. wyrobów kowalskich oraz miniatur malowanych akwarelą w cenie 5-20 zł. Gospodarstwo agroturystyczne Wiejskie Domy Pracy Twórczej „UROZANKA” w swojej ofercie posiada pokoje jedno- i trzyosobowe. Liczba miejsc noclegowych wynosi 25.

Podsumowanie

Podstawą funkcjonowania współczesnego gospodarstwa agroturystycznego jest jego wysoka aktywność oparta na przedsiębiorczości, co sprzyja umacnianiu jego pozycji konkurencyjnej na rynku.

Analiza literatury przedmiotu i działania prowadzone w badanym gospodarstwie wskazują, że poprawę konkurencyjności tej formy turystyki w gminie Suchowola można dokonać przez wzrost przedsiębiorczości, którą należy kształtować m.in. przez uczestnictwo w różnego rodzaju szkoleniach, warsztatach i stażach, umożliwiających wzrost jakości wiedzy, umiejętności i kompetencji sprzyjających wzrostowi jakości kapitału ludzkiego. Szkolenie jako przejaw przedsiębiorczości jest jednym ze sposobów pozyskiwania wiedzy, która jest kluczem do umiejętnego wykorzystania oraz przekazania informacji. W gminie Suchowola liderem w dziedzinie przedsiębiorczości są Wiejskie Domy Pracy Twórczej „UROZANKA”. Wyróżnia się on w stosunku do pozostałych gospodarstw agroturystycznych na tym terenie. Sukces, jaki osiągają właściciele tego gospodarstwa agroturystycznego, oparty jest na kompetencji, określonej wizji i strategii rozwoju oraz determinacji w urzeczywistnianiu pomysłów w sferze doskonalenia produktu agroturystycznego.

Podnoszenie i utrzymanie poziomu przedsiębiorczości w gospodarstwach agroturystycznych zależy nie tylko od możliwości i predyspozycji ich właścicieli, lecz również od prorozwojowych strategii władz szczebla krajowego, regionalnego i lokalnego, a także wsparcia finansowego. Instytucje krajowe i terenowe powinny aktywnie uczestniczyć w programach na rzecz rozwoju oraz być organizatorem i prekursorem działań przedsiębiorczych. Władze muszą być otwarte na różnego rodzaju pomysły i oddolne inicjatywy. Środki, jakie są angażowane w ramach doradztwa rolniczego w rozwój agroturystyki, powinny być przekazywane wraz z wiedzą na rzecz tworzenia i doskonalenia bazy turystycznej, oferty pobytovej na wsi i promocji oferowanego produktu przez usługodawców agroturystycznych.

Gospodarstwa agroturystyczne muszą być przedsiębiorcze, aby wzmocnić swoją pozycję konkurencyjną. Przykładem tego, jak ważna jest przedsiębiorczość w poprawie konkurencyjności, są działania organizatorów turystyki w Wiejskich Domach Pracy Twórczej „UROCZANKA”. Ich aktywność na płaszczyźnie przedsiębiorczości umożliwia podnoszenie i utrzymanie pozycji konkurencyjnej względem innych gospodarstw agroturystycznych w gminie Suchowola. Gospodarstwo oferuje nie tylko wyżywienie i nocleg, ale gwarantuje zajęcia edukacyjne w zakresie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego.

Bibliografia

1. Adamkiewicz-Drwiło H. G., *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
2. Bratnicki M., Stużyna J., *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2001.
3. Dowgiąłło Z., *Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy*, Wydawnictwo Znicz, Szczecin 2004.
4. Drzewiecki M., *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2009.
5. Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
6. Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/definicje-pojec/899_pojecie.html], data wejścia: 20.03.2015].
7. Roszyk-Kowalska G., *Nowoczesne koncepcje i Metody Zarządzania Strategicznego*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej, Poznań 2005.
8. Kwiatkowski S., *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wydawnictwo Naukowe, PWN, Warszawa 2000.
9. Mikulska A., *Przedsiębiorcze podejście do zarządzania organizacją*, [w:] *Nowe koncepcje w zarządzaniu organizacją wobec wyzwań otoczenia*, M. Boguszewicz-Kteft, M. Rozkwitalska (red.), Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, nt. 22/2013, Warszawa 2013.

10. Napierała M., Muszkiewicz R., Żukow W., Sikorska A., *Wybrane zagadnienia z podstaw rekreacji i turystyki*, Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz, 2009.
11. Okoń W., *Nowy Słownik Pedagogiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
12. Roman A. (red.), *Edukacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo WSiFZ w Białymstoku, Białystok 2005.
13. Roman M., *Funkcjonowanie „wiejskich domów zdrowia” w Rodzinnym Gospodarstwie Ekoturystycznym Uroczanka w Okopach*, [w:] *Środowisko społeczno-przyrodnicze a aktywność fizyczna człowieka*, A. Kaiser, M. Sokołowski (red.), Wydawnictwo Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu, Poznań 2010.
14. Roman M., *Innowacyjność elementem konkurencyjności w turystyce*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, 2015, nr 1, t. 26.
15. Roszyk-Kowalska G., *Przewaga konkurencyjna w aspekcie kluczowych kompetencji przedsiębiorstwa*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 12-14.05.2006.
16. Rybak M., *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Poltext Warszawa 2003.
17. Skawińska E., *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2002.
18. Stankiewicz M. J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, TNOiK, Toruń 2005.
19. Strzembicki L., Kmita E., *Agroturystyka – forma przedsiębiorczości ludności rolniczej Polsce*, [w:] *Alternatywne źródła dochodów ludności wiejskiej*, Biuletyn Regionalny Zakładu Doradztwa Rolniczego nr 309, Akademia Rolnicza w Krakowie, Kraków 1994.
20. Tkaczyk T. P., *Rynek, konkurencja i jej wspieranie*, Monografie i Opracowania nr 445, Wydawnictwo SGH, Warszawa 1999.
21. *Turystyka w województwie podlaskim w 2013*, Wydział Badań Ankiетowych oraz Podlaski Ośrodek Badań Regionalnych, Urząd Statystyczny w Białymstoku, Białystok 2014.
22. Winawer Z. (red.), *Produkty regionalne i tradycyjne w krótkich łańcuchach żywności*, Wydawnictwo Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa 2013.
23. Winawer Z., Wujec H., *Produkty regionalne i tradycyjne we wspólnej polityce rolnej*, Wydawnictwo Europejski Fundusz Wsi Polskiej, Warszawa 2013.
24. Ziółkowski R., *Priorytety działań na rzecz agroturystyki w województwie podlaskim*, Raport z badań przeprowadzonych podczas Podlaskiego Forum Agroturystycznego 07-12-2012, Polska Regionalna Organizacja Turystyczna, Białystok, grudzień 2012.