

Projekt pn.: „Aktywne kobiety podkarpackich wsi” wchodzi w kolejną fazę, która obejmuje przeprowadzenie szkoleń i warsztatów dla mieszkanki Podkarpacia. Jeden z tematów dotyczy agroturystyki, która może być szansą na zwiększenie dochodów gospodarstw rolnych oraz na aktywizację zawodową i społeczną kobiet. **Zainteresowane osoby, w szczególności przedstawiciele gmin i organizacji prosimy o kontakt z Wielkopolskim Stowarzyszeniem Sołtysów.**

Jak wynika z badań, działalność agroturystyczna postrzegana jest jako zajęcie typowo kobiece, co wynika z faktu, że najczęściej to właśnie kobieta zajmuje się domem. W przypadku podjęcia działalności agroturystycznej naturalne jest więc, że to właśnie ona najczęściej przebywa z turystami i organizuje ich pobyt. Warto jednak pamiętać, iż w prowadzeniu gospodarstwa agroturystycznego zaangażowana jest najczęściej cała rodzina, która musi tworzyć przyjazną i empatyczną atmosferę. O tym jak bardzo działalność agroturystyczna zdominowana jest przez kobiety świadczą wyniki badania przeprowadzonego w województwie podlaskim, z którego wynika, że wśród osób zarządzających gospodarstwami agroturystycznymi tylko 11% stanowili mężczyźni jako osoby prowadzące gospodarstwo, a więc odpowiedzialne za przyjmowanie i obsługę turystów, a zaledwie 1/5 badanych gospodarstw była prowadzona przez wspólnie kobietę oraz mężczyznę.<sup>1</sup> Z badania tego wynika również, że agroturystyka jest działalnością atrakcyjną dla osób w każdym wieku, chociaż dominuje wiek aktywności zawodowej. Ponadto należy zauważyć, że działalność raz podjęta, najczęściej jest kontynuowana w gospodarstwie rolnym przez wiele lat. Średni okres prowadzenia działalności gospodarczej to 6-10 lat.

Pod względem prawnym pojęcie agroturystyki nie występuje. Działalność taka jest bowiem uregulowana przez wiele aktów prawnych i zależy między innymi od formy oraz skali, w której jest prowadzona. Dla osoby, która rozważa podjęcie działalności związanej z usługami turystycznymi ważne jest zdefiniowanie pojęcia agroturystyki. W praktyce, najczęściej jest to działalność polegająca na wynajmie pokoi oraz sprzedaży domowych posiłków i organizacji innych usług związanych z pobytem turystów w gospodarstwie rolnym. Działalność taka, zgodnie z artykułem 3 Ustawy o swobodzie działalności gospodarczej<sup>2</sup> nie wymaga spełnienia obowiązków rejestracyjnych. Tak więc każda osoba, która w myśl prawa jest rolnikiem i przeznaczona do osobistego użytkowania turystów nie więcej niż 5 pokoi, nie prowadzi działalności gospodarczej, w związku z tym nie ponosi z tego tytułu dodatkowych kosztów. Jest to bardzo wygodne dla rolników, gdyż brak obowiązku rejestracyjnego znacznie ogranicza czynności biurowe w związku ze świadczeniem usług agroturystycznych.

Za podjęciem działalności agroturystycznej przemawiają przede wszystkim obserwowane trendy w rozwoju turystyki. W turystyce zarówno krajowej jak i zagranicznej zauważyć można zmiany wielu czynników, wpływających na zachowania turystów, do których należy nie tylko zwiększenie ilości wolnego czasu, przeznaczonego na wypoczynek, ale także zmiana preferowanych form wypoczynku z typowego jeszcze 20-30 lat temu dwutygodniowego urlopu na formy krótsze, ale realizowane częściej, nawet kilka razy w roku. Ponadto turystyka wiejska realizuje wiele potrzeb psychologicznych człowieka, do których należy na przykład dążenie do zdrowego trybu życia, potrzeba zawierania większej liczby znajomości i kontaktów towarzyskich, ucieczka od anonimowości i izolacji, które doskwierają przede wszystkim osobom mieszkającym w większych ośrodkach.

---

<sup>1</sup> Promocja i dystrybucja usług agroturystycznych w województwie podlaskim, Szymon Kuc, 24.10.2011r, <http://www.insightmarketing.eu/publikacje/promocja-i-dystrybucja-uslug-agroturystycznych-w-wojewodztwie-podlaskim/>

<sup>2</sup> Dz. U. 2004r. Nr 173, poz. 1807

Z punktu widzenia rozwoju gospodarki lokalnej agroturystyka jest gałęzią nie do przecenienia. Dochody uzyskane w wyniku działalności turystycznej przez rolników powodują zwiększenie popytu na artykuły i usługi niezwiązane bezpośrednio z agroturystyką. Przyjmuje się, iż jedno miejsce pracy utworzone w turystyce powoduje powstanie czterech nowych miejsc w usługach towarzyszących i produkcji na potrzeby turystów. Głównym efektem rozwoju turystyki są korzyści ekonomiczne, na które składają się: przychody lokalne uzyskiwane przez podmioty zajmujące się turystyką, nowe miejsca pracy uzyskiwane w wyniku tworzenia nowych obiektów oraz obsłudze ruchu turystycznego, wspieranie lokalnych działań finansowanych w ramach funduszy unijnych oraz zróżnicowanie gospodarki pozwalające na uniezależnienie od wahań koniunktury. Należy podkreślić również efekty pozafinansowe, do których należy przede wszystkim obserwowana już poprawa zewnętrznego wizerunku wsi oraz wspieranie lokalnych inicjatyw przez samorządy, skutkujące lepszą współpracą i integracją podmiotów z terenów wiejskich.

Przygotowanie obiektu agroturystycznego dla turystów, co polega na wydzieleniu pokoi gościnnych lub części domu, wymaga opracowania dokładnego schematu działań. Adaptacja może być prowadzona - zależnie od stanu gospodarstwa - w różny sposób. Może polegać na przygotowaniu pomieszczeń dla turystów bez przebudowy, czy remontu, polegającym na uzupełnieniu wyposażenia, poprawie estetyki wewnątrz oraz otoczenia domu, poprzez odświeżenie ścian, elewacji, dodaniu zieleni itp. Drugi sposób polega na rozbudowie i adaptacji pomieszczeń, po uprzednim określeniu możliwości rozbudowy z ekspertami. W tym przypadku działania mają charakter procesu inwestycyjnego i wymagają: uzyskania decyzji o warunkach zabudowy oraz wykonania dokumentacji i uzyskania decyzji o pozwoleniu na budowę. Po zakończeniu prac budowlanych wymagane jest uzyskanie pozwolenia na użytkowanie obiektu.

Do agroturystyki najlepiej nadają się gospodarstwa tradycyjne, uniwersalne o wielokierunkowej lub wyspecjalizowanej produkcji. Posiadają one budynek mieszkalny sąsiadujący z budynkami inwentarskimi: oborą, stodołą, szopami, garażami. Często o ich niepowtarzalnej atrakcyjności stanowi dobrze zachowany, tradycyjny i charakterystyczny dla danego regionu wiejski charakter pomieszczeń i całych obiektów, który można wykorzystać dla stworzenia unikatowej atmosfery. Przykładem takich obiektów są zachowane stare młyny, stodoły a nawet piwnice z kamieni polnych, tzw. sklepy. Można też na działalność agroturystyczną adaptować gospodarstwa współczesne, o innym charakterze, ale mające swoją specyfikę wynikającą z intensywnej produkcji roślinnej lub zwierzęcej.

Każde gospodarstwo powinno mieć właściwy, dobrze przemyślany i bezpieczny układ komunikacyjny, zwłaszcza w części produkcyjno - gospodarczej. Prawidłowe zagospodarowanie działki pozwala na właściwe wykorzystanie całego terenu i odizolowanie strefy produkcyjnej od mieszkalnej. Przy świadczeniu usług agroturystycznych szczególnie ważne są aspekty związane z bezpieczeństwem i higieną wypoczynku oraz estetyką. Konieczne jest zabezpieczenie studni, oddalenie płyty gnojowej, zabezpieczenie maszyn i urządzeń oraz właściwa lokalizacja stref działki. Należy pamiętać o wydzieleniu miejsca na samochody. Na potrzeby turystów dobrze jest wyposażyć część rekreacyjną w kącik wypoczynkowy, plac zabaw dla dzieci czy miejsce na ognisko. Dobrym pomysłem jest wykorzystanie ogrodu lub sadu na cele wypoczynkowe. Przy dużym gospodarstwie należy ściśle określić miejsca, które mogą odwiedzać turyści, pozostałe powinno oznakować się zakazem wstępu ze względu na bezpieczeństwo czy charakter pracy.

Organizacja gospodarstwa agroturystycznego powinna być przede wszystkim dostosowana do potrzeb klienta. Choć przeciętny gość gospodarstwa agroturystycznego to osoba około czterdziestego roku życia, mieszkająca w mieście

średniej wielkości (do 100 tys. mieszkańców) oraz dochodach poniżej średniej krajowej, to oczekiwania co do formy i organizacji wypoczynku mogą być różne, różne są bowiem motywy, które kierują turystami przy podejmowaniu decyzji o wakacjach. Co ważne, mogą być one w różnych grupach zupełnie przeciwstawne. Jedni na przykład będą kierowali się motywami stricte fizycznymi, takie jak poprawa kondycji fizycznej, uprawianie sportu czy inne formy czynnego wypoczynku. Dla innych z kolei będą ważne aspekty psychologiczne i interpersonalne jak: ucieczka od izolacji i anonimowości panującej w mieście, chęć do przeżyć, bogate życie towarzyskie. Można również wyróżnić motywy poznawcze, które decydują w wyborze miejsc pozwalających na pogłębienie wiedzy historycznej lub przyrodniczej lub zapewnienie przeżyć związanych z uczestnictwem w kulturze. Z tego względu planując ofertę gospodarstwa agroturystycznego należy wziąć pod uwagę różnorodne potrzeby gości.

Z organizacyjnego oraz finansowego punktu widzenia nie ma możliwości zaspokojenia wszystkich potrzeb wszystkich potencjalnych klientów na równie wysokim poziomie. Dlatego też, przed podjęciem decyzji inwestycyjnych oraz rozpoczęciem promocji gospodarstwa na szeroką skalę należy wybrać, które grupy turystów gospodarstwo chce u siebie gościć. Wybór określonej grupy klientów o możliwie jednorodnych potrzebach i oczekiwaniach, spośród całego pojemnego rynku nazywa się segmentacją rynku. Pod uwagę należy wziąć różne kryteria, między innymi wspomniane powyżej motywy, którymi ludzie kierują się przy wyborze miejsca wypoczynku. Inne bowiem będą oczekiwania grupy młodzieży nastawionej na rozrywkę w towarzystwie, inne rodzin z dziećmi w wieku szkolnym a jeszcze inne członków klubu kajakarskiego. Inne kryteria decydujące o wyborze docelowego segmentu to np. poziom dochodów, miejsce zamieszkania, a nawet wyznanie czy styl życia.

Mając określoną grupę klientów i ich potrzeby można przystąpić do planowania zmian w gospodarstwie oraz dostosowania jego oferty do potrzeb wybranego przez właścicieli segmentu lub segmentów rynku. Należy pamiętać o tym, że wraz z rozwojem gospodarki rynkowej wzrosło ogólne zapotrzebowanie na jakość usług. Oczekiwania klienta są więc spore i należy o tym pamiętać projektując łazienki czy planując zakup mebli i innego wyposażenia do pokoi. Ponadto powinna zostać opracowana oferta, uwzględniająca lokalne atrakcje i dziedzictwo historyczno - kulturowe, nie tylko na sezon letni, ale również na pozostałe okresy roku. Przykładowa oferta usług agroturystycznych w okresie wiosennym obejmuje takie czynności jak: obserwacja interesujących zjawisk przyrodniczych, charakterystycznych dla tej pory roku - pęknięcie pokrywy lodowej na stawach i jeziorach, przyloty i okresy godowe ptaków, wysiadanie i karmienie piskląt, zakwitanie kwiatów, wędrowki i rajdy piesze oraz wycieczki rowerowe, konne przejażdżki wierzchem i bryczką, majówki, udział w obrzędach religijnych i zwyczajach wiosennych (topienie Marzanny, palmy i nabożeństwa wielkanocne, procesje Bożego Ciała, Zielone Świątki, odpusty wiejskie)

Oferta gospodarstwa agroturystycznego w okresie letnim jest nieco bardziej oczywista i obejmuje między innymi: uprawianie różnego rodzaju dyscyplin sportowych (żeglarstwo, kajakarstwo, jazda konna, wędrowki piesze i rowerowe, wędkarstwo, pływanie i kąpiele), zbiór ziół, jagód, minerałów i skamieniałości, zwiedzanie obiektów historycznych, udział w pokazach walk i sprawności rycerskich, nauka strzelania z łuku, wycieczki do parków narodowych i rezerwatów przyrody, współuczestnictwo w obrzędach Nocy Świętojańskiej i innych.

Podobnie atrakcyjne może być spędzenie czasu w gospodarstwie agroturystycznym jesienią. Przykładowe aktywności turystów w tym okresie mogą obejmować: zbieranie grzybów i innych owoców runa leśnego, obserwację malowniczych zmian zachodzących w przyrodzie, włączenie do prac polowych, pieczenie w jesiennych

ogniskach ziemniaków i kiełbasek, udział w obrzędach: darcie pierza, przędzeniu nici, wełny i lnu czy organizacja wieczora andrzejkowego.

Również zima, która z pozoru wydaje się nieatrakcyjna w obszarach zlokalizowanych poza południem Polski, oferuje wiele atrakcji. Mogą to być organizowane również na nizinach wędrówki i zjazdy narciarskie, kuligi z ogniskiem, karnawałowe zabawy ludowe, zimowe dokarmianie zwierząt oraz rozpoznawanie ich śladów na śniegu.

Kolejnym krokiem dla nowopowstającego gospodarstwa jest wypromowanie oferty. Doświadczenie wskazuje, że do najlepszych sposobów należy promocja w Internecie, za pomocą wyspecjalizowanych portali agroturystycznych oraz promujących ośrodki noclegowe w różnych regionach oraz tzw. marketing szeptany, polegający na ustnym przekazywaniu informacji wśród znajomych i rodziny odwiedzających gospodarstwo gości.

Arleta Jaśniewicz