

Krystyna Krzyżanowska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**DORADZTWO ROLNICZE JAKO CZYNNIK STYMULUJĄCY
ROZWÓJ GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH**

*AGRICULTURAL EXTENTION AS A FACTOR WHICH STIMULATE
DEVELOPMENT OF AGRI-TOURISM FARMS*

Słowa kluczowe: doradztwo rolnicze, gospodarstwo agroturystyczne

Key words: agricultural extention, agri-tourism farms

Synopsis. Przybliżono rodzaje doradztwa rolniczego oraz tendencje zmian w treściach doradztwa agroturystycznego. Przedstawiono działania na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej podejmowane przez ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne i samorządy lokalne.

Wstęp

Doradztwo rolnicze, posiadające w Polsce już ponad stuletnie tradycje, niezależnie od struktur organizacyjnych w jakich funkcjonowało, zawsze sprzyjało rozwojowi gospodarstw rodzinnych, inspirując i pobudzając rolników do samodzielnych, nowatorskich poczynań. Przez wiele dziesięcioleci doradztwo koncentrowało się na rozwijaniu działalności rolniczej, natomiast lansowany od kilkunastu lat model wielofunkcyjnego rozwoju wsi wyznacza doradztwu rolniczemu nowe obszary działań. Doradcy przez działania edukacyjne, informacyjne i doradcze mogą w znacznym stopniu stymulować ten rozwój. Wymaga to jednak odmiennego podejścia i odmiennych strategii doradczych. W okresie transformacji ustrojowej oraz integracji ze strukturami Unii Europejskiej posiadanie przez pracowników doradztwa tylko dobrej wiedzy technologicznej, ogólnej lub specjalistycznej jest niewystarczające. Skuteczny doradca musi posiadać również stosowną wiedzę ekonomiczną oraz wysokie umiejętności w zakresie komunikowania się z bardzo zróżnicowanymi grupami rolników i mieszkańców wsi.

Jednym z ważnych kierunków działań podejmowanych przez mieszkańców obszarów wiejskich jest dywersyfikacja gospodarstw rolnych i rozwój ich funkcji pozarolniczych, w tym funkcji turystycznych. Wypoczynek na wsi nie jest w Polsce niczym nowym. Genezy agroturystyki należy doszukiwać się w bogatych tradycjach letniskowych wsi sięgających połowy XIX wieku. Wyjazdy na letniska, traktowane początkowo przez bogatych mieszczan jako wymóg z tytułu zajmowanych przez nich pozycji społecznych, z czasem poszerzały się o nową kategorię turystów, tj. inteligencję miejską udającą się w celach wypoczynkowych i rekreacyjnych na wieś i korzystającą najczęściej z zakwaterowania u rolników, aby na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia przekształcić się w ich nową zorganizowaną formę – agroturystykę.

Wśród wielu czynników o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym ważną rolę w stymulowaniu rozwoju agroturystyki pełnią takie lokalne i ponadlokalne instytucje i organizacje, jak: ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne zrzeszające usługodawców, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne oraz instytucje świadczące pomoc finansową. Na szczeblu centralnym ważne miejsce i rola w rozwoju obszarów wiejskich, w tym agroturystyki wyznaczona została i zapisana w dokumentach rządowych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki.

Celem opracowania było przybliżenie rodzajów doradztwa rolniczego, działań podejmowanych przez instytucje i organizacje na rzecz rozwoju agroturystyki oraz tendencji zmian w treściach doradztwa agroturystycznego na podstawie wyników badań własnych, wykorzystanych pozycji literatury i źródeł internetowych.

Rodzaje doradztwa rolniczego

Doradztwo rolnicze ma kilka kryteriów rodzajowych swojej działalności. Z uwagi na dualizm funkcji gospodarstwa rolnego doradztwo rolnicze można podzielić na: doradztwo produkcyjne i doradztwo socjalno-bytowe [Kujawiński 1997]. Obszarem działania doradztwa produkcyjnego są problemy związane z produkcją i jej urynkowaniem. Natomiast doradztwo socjalno-bytowe koncentruje się wokół kwestii dotyczących jakości życia oraz pozyskiwania dodatkowych i alternatywnych (dla produkcji rolniczej) środków dla osiągnięcia jej coraz wyższych poziomów.

Rozpatrując klasyfikację rodzajów doradztwa rolniczego można wziąć pod uwagę kryterium treści przekazywanych przez doradcę. Wyróżniamy wówczas: doradztwo technologiczne, organizacyjno-ekonomiczne, marketingowe, rolnośrodowiskowe i edukację ustawiczną.

Doradztwo technologiczne opiera się na informacjach pochodzących z prowadzonych przez państwo stacji badawczych (finansowanych przez komitety ds. badań), gospodarstw wdrożeniowych prowadzonych przez ośrodki doradztwa rolniczego i wyższe uczelnie rolnicze. Wykorzystuje także doświadczenia związków i organizacji rolniczych. Oddzielne badania prowadzą także firmy produkcyjne i handlowe, a uzyskane rezultaty służą im, przez działalność marketingową i doradczą, do konkurowania na rynku maszyn i urządzeń, nawozów, środków chemicznych, nasion czy pasz [Kania 2001]. Organizacje skupiające rolników (np. spółdzielnie) coraz częściej zatrudniają wysokiej klasy specjalistów do spraw techniki, technologii produkcji oraz marketingu, którzy służą radą i pomocą ich członkom. Doradztwo technologiczne obejmuje: produkcję roślinną, produkcję zwierzęcą oraz technikę rolniczą.

W związku z rosnącą konkurencją na rynku rolnicy muszą dobrze rozpoznać finansowe aspekty swojej działalności. Dlatego też obserwuje się wzrost znaczenia doradztwa organizacyjno-ekonomicznego, które koncentruje się głównie wokół [Kania 2007]:

- analizy kosztów stałych i zmiennych poszczególnych działalności,
- analizy wskaźników wydajności i efektywności produkcji,
- analizy płynności finansowej: bilans majątkowy, rachunek wyników, rachunek przepływów pieniężnych,
- oceny zdolności kredytowej,
- sporządzania biznesplanów,
- podatków (dochodowego i VAT) w działalności rolniczej i pozarolniczej,
- rozwijania przedsiębiorczości pozarolniczej, w tym agroturystyki,
- wypełniania wniosków o dopłaty bezpośrednie i innych środków wsparcia objętych WPR i polityką strukturalną Unii Europejskiej.

Upowszechnianiem wiedzy z zakresu marketingu w rolnictwie zajmuje się doradztwo marketingowe. Obejmuje zatem takie zagadnienia, jak: marketing produktów rolniczych, mechanizm działania rynku, informację cenową, popyt i podaż na produkty rolnicze, konkurencję rynkową oraz podwyższanie wartości dodanej oferowanego produktu [Kania 2007]. Ten „rodzaj wiedzy okazuje się bardzo przydatny rolnikom wobec obserwowanych od kilku lat nadwyżek żywności, które sprawiają trudności ze zbyciem wyprodukowanych artykułów rolnych. Wiedza z zakresu marketingu może pomóc w podnoszeniu wartości dodanej wytworzonych produktów i dzięki temu znaleźć nabywców na te produkty oraz uzyskać za nie wyższe ceny”. Niezbędna jest również rolnikom prowadzącym różne rodzaje działalności pozarolniczej, w tym działalność agroturystyczną.

Coraz większe znaczenie zdobywa doradztwo rolnośrodowiskowe, ponieważ jego podstawę stanowi budowanie rolnictwa przyjaznego środowisku naturalnemu. Wiedza w ramach tego doradztwa dotyczy:

- Kodeksu Dobrej Praktyki Rolniczej,
- systemów gospodarki rolnej zgodnych z wymogami ochrony środowiska,
- zagadnień ochrony przyrody, w tym rozpoznawanie siedlisk, zbiorowisk roślinnych oraz gatunków roślin i zwierząt,
- ekologicznych zasad kształtowania krajobrazu,
- wiedzy o obiektach o znaczeniu kulturowym, historycznym i archeologicznym,
- procedur ubiegania się o środki pomocowe itd.

Rozwój nowych technologii oraz wzrost wymagań odbiorców żywności stanowi główną przesłankę edukacji ustawicznej w rolnictwie. Edukacja ustawiczna „jest to trwający przez całe życie proces kształcenia ogólnego i zawodowego”¹. Rolę edukacyjną pełni głównie doradztwo w zakresie technologii produkcji.

¹ http://www.e-mentor.edu.pl/artykul_v2.php?numer=11&id=201

Działania podejmowane przez instytucje i organizacje na rzecz rozwoju agroturystyki

Szczególne role w rozwijaniu i wspieraniu działalności agroturystycznej spoczywa na ośrodkach doradztwa rolniczego. Stymulowanie przedsiębiorczości rolniczej i pozarolniczej należy do ważnych zadań tej instytucji. Pomoc ze strony ośrodków doradztwa powinna dotyczyć wszystkich etapów działalności turystycznej w gospodarstwie rolnym i przede wszystkim tych zadań, które sprawiają rolnikom największą trudność. W związku z tym istnieje potrzeba udzielania pomocy na etapie: podejmowania decyzji o podjęciu działalności, przygotowania do uruchomienia działalności, realizacji decyzji łącznie z oceną jej korzystności i użyteczności oraz na etapie doskonalenia działalności. Każdemu z tych etapów towarzyszy wiele zadań wymagających dla właściwego ich sformułowania i wykonywania szerokiej wiedzy z wielu dziedzin (m.in. psychologii, ekonomiki, marketingu). Stąd głównym celem pomocy rolnikom ze strony ośrodków doradztwa jest cel edukacyjny i informacyjny.

Zakresem działań edukacyjno-doradczych na rzecz rozwoju agroturystyki został określony w ustawie z dnia 22 października 2004 r. *o jednostkach doradztwa rolniczego* [Dz.U. 2004]. Wśród zadań zapisanych w ustawie, a istotnych z punktu widzenia rozwoju agroturystyki wymienić należy:

- prowadzenie szkoleń dla rolników i innych mieszkańców wsi w zakresie rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich,
- promocja produktów lokalnych i regionalnych,
- podejmowanie działań na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wsi oraz ekologicznego i funkcjonalnego zarządzania gospodarstwem rolnym,
- upowszechnianie rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej,
- promocja wsi jako atrakcyjnego miejsca wypoczynku,
- prowadzenie szkoleń dotyczących ubiegania się o przyznanie pomocy finansowej lub współfinansowanej ze środków pochodzących z funduszy Unii Europejskiej (w tym na działalność agroturystyczną),
- oferowanie odpłatnej pomocy przy wypełnianiu wniosków lub innych niezbędnych do tego celu dokumentów.

Do głównych form pomocy edukacyjno-doradczej należą kursy i szkolenia zarówno o charakterze przygotowującym, jak i doskonalącym. Wartość proponowanych form szkoleniowych dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych polega nie tylko na poznaniu nowej wiedzy przekazywanej przez specjalistów, ale na możliwości wymiany doświadczeń między usługodawcami.

Z badań przeprowadzonych przez autorkę² wynika, że ponad 90,0% badanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych brało udział w szkoleniach organizowanych przez ośrodki doradztwa rolniczego. Tematyka spotkań oświatowych była bardzo szeroka, a koncepcje metodyczne miały na celu nie tylko wzbogacenie wiedzy usługodawców, ale także kształtowanie ich umiejętności. Często wykłady łączone były z pokazami. Najczęściej dotyczyły one przygotowania podstawowej bazy wypoczynkowej (77,3%), ekonomiki i zagadnień prawnych (72,6%), oferty żywieniowej – dania tradycyjne, jarskie, regionalne (71,8%) oraz atrakcji przyrodniczych i kulturowych regionu (47,0%). Ośrodki doradztwa rolniczego proponowały również takie formy pomocy, jak: porady indywidualne, wycieczki, imprezy i święta regionalne. Zasięg tych działań był jednak niewielki ze względu na małe środki finansowe przeznaczane na ich realizację. Według opinii badanych pracowników ośrodków doradztwa rolniczego ogranicza to możliwości oddziaływania na przebieg procesu adaptacji innowacji w gospodarstwach agroturystycznych, a w konsekwencji możliwości doskonalenia jakości produktu i przygotowania oferty uwzględniającej coraz większe wymagania klientów.

Instytucją samorządową powoływaną dla wspierania rozwoju usług agroturystycznych są stowarzyszenia agroturystyczne. Mają one różny zasięg oddziaływania – międzygminne, wojewódzkie, regionalne. Dla wzmocnienia pozycji stowarzyszeń agroturystycznych powołano w 1996 r. ogólnopolską federację: Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Do głównych zadań tej instytucji należy: propagowanie działalności turystycznej na wsi, promocja i reklama

² Badania empiryczne przeprowadzone zostały w 2003 r. w ramach projektu badawczego nr PO6R 062 22 pt. „Pozarolnicze funkcje gospodarstwa rolniczego” finansowanego przez KBN. Objęto nimi 383 rolników prowadzących działalność agroturystyczną na terenie siedmiu województw: lubelskiego, lubuskiego, małopolskiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego.

usług oferowanych przez gospodarstwa, dystrybucja usług, działalność szkoleniowa, przeglądy gospodarstw należących do stowarzyszenia i nadanie znaku graficznego, pośrednictwo w sprzedaży ofert turystycznych. Szczególnie duże jest zaangażowanie stowarzyszeń w pomoc związaną z promocją i reklamą usług oferowanych przez gospodarstwa agroturystyczne. Jest to trudne i jednocześnie kosztowne zadanie dla pojedynczego usługodawcy. Działalność promocyjna wymaga znajomości ogólnych i szczegółowych celów wpływających na właściwy dobór formy i środków promocji. Do najczęściej wymienianych celów szczegółowych można zaliczyć: budzenie chęci poznania nowej oferty, podtrzymywania popytu, nabycia większego wolumenu produktów, zachęcanie do zakupu usług na określonych warunkach. Cele szczegółowe umożliwiają realizację celów ogólnych, np. dotarcie do nowych grup odbiorców, wprowadzanie nowych dóbr i usług turystycznych przez eksponowanie czynników, które je wyróżniają i zwiększają atrakcyjność [Alt Korn 1995]. Działalnością promocyjną muszą zajmować się osoby kompetentne znające funkcje, cele i środki promocji.

Badani rolnicy (członkowie stowarzyszenia)³ korzystali z usług tej organizacji w zakresie:

- promocji w materiałach promocyjnych, takich jak: katalogi, foldery, informatory, prospekty, ulotki – 64,0%,
- prezentacji gospodarstw agroturystycznych na krajowych i zagranicznych targach agroturystycznych – 63,2%,
- promocji oferty gospodarstw agroturystycznych w internecie – 61,9%,
- reklamy prasowej (31,6%), telewizyjnej (18,5%), radiowej (19,3%), plakatów reklamowych (19,6%),
- budowania wizerunku regionu i prowadzonej działalności agroturystycznej – 25,6%.

Na podkreślenie zasługuje wysoka pozycja promocji przez internet, co dowodzi, że badani rolnicy doceniali znaczenie nowoczesnego środka promocji. Stowarzyszenia oferowały także pomoc w sprzedaży ofert, z której korzystało ponad 30,0% badanych usługodawców.

W rozwoju turystyki w środowisku lokalnym ważną rolę ma również do spełnienia samorząd terytorialny. Wynika ona z ustawowych zadań własnych samorządu gminnego [Dz.U. 2001]. Najogólniej ma on zarządzać tym rozwojem, przestrzegając zasad trwałego i zrównoważonego rozwoju środowiska lokalnego. Chodzi tu o uwzględnienie nie tylko wymiaru ekonomicznego (np. wzrost dochodów mieszkańców) czy społecznego (m.in. ograniczanie bezrobocia, aktywizacja społeczności), ale także wymiaru ekologicznego w turystyce. Ten trzeci wymiar ma znaczenie szczególnie i decydujące o możliwościach osiągnięcia korzyści społeczno-ekonomicznych. Wymaga to posługiwania się rozbudowanymi procedurami zarządzania i wieloma wskaźnikami (m.in. naturalnej chłonności turystycznej, pojemności ekologicznej, chłonności gospodarczej czy socjo-psychologicznej) [Jędrzejczyk 2001]. Tej koncepcji zarządzania muszą być podporządkowane zadania szczegółowe, do których należą m. in. działania promocyjne czy inwestycyjne.

Badani właściciele oceniali zaangażowanie samorządów gminnych w rozwój turystyki w rejonie. Ponad 30% badanych twierdziło, iż gmina nie prowadzi żadnych działań, albo że są one niewystarczające. Do najczęściej wymienianych pozytywnych przykładów należały: działalność promocyjna i informacyjna (36,8%). Wykorzystywane były takie materiały, jak: katalogi, foldery, mapy, przewodniki. Gmina inicjowała i finansowała ich opracowanie. Należy tu dodać, iż coraz więcej gmin wykorzystywało internet, zamieszczając szczegółowe informacje o walorach turystycznych rejonu i istniejącej bazie turystycznej.

Przedstawiciele samorządu brali też udział w bezpośredniej promocji turystyki uczestnicząc w targach agroturystycznych (12,8%). Na działania związane z tworzeniem i rozwojem infrastruktury, zarówno turystycznej jak i ogólnej, ale ważnej dla turystyki (np. kanalizacja, wodociągi, telefony) wskazało 19,6% badanych. Ocena faktycznego stanu infrastruktury wypadła niepomyślnie. Stan dróg, oznakowanie miejscowości, szlaków turystycznych wskazuje zdaniem badanych rolników i doradców, że wiele jest tu jeszcze do zrobienia. Zaangażowanie samorządu w organizowanie imprez kulturalnych i innych atrakcji dla turystów (np. wystawy, konkursy, targi regionalne) było niewielkie (8,1%). Jeszcze niżej badani ocenili udział samorządu w działalności oświatowej (6,0%).

³ Spośród 383 badanych usługodawców przynależność do stowarzyszeń agroturystycznych deklarowało 265 osób.

Tendencje zmian w treściach doradztwa agroturystycznego

W początkowym okresie rozwoju agroturystyki w Polsce szczególnie ważną rolę odegrało doradztwo rolnicze przez popularyzowanie jej idei i inspirowanie rolników i ich rodzin do podejmowania działalności agroturystycznej. W tym okresie pracownicy ośrodków doradztwa rolniczego wzięli na siebie cały trud przygotowania rolników do rozwijania tej formy działalności. Były to nowe i niełatwe wyzwania, bowiem do końca lat osiemdziesiątych ubiegłego stulecia doradztwo rolnicze koncentrowało się głównie na wspieraniu rolników w rozwiązywaniu problemów dotyczących funkcjonowania gospodarstwa rolnego.

Aktualnie celem działalności doradczej jest motywowanie rolników i ich rodzin do podejmowania nowych działań, przełamywanie oporów natury wewnętrznej i kształtowanie postaw proinnowacyjnych oraz pomoc edukacyjna na etapie podejmowania decyzji o rozpoczęciu działalności agroturystycznej. Po drugie ważna jest pomoc w znalezieniu i opracowaniu koncepcji rozwoju działalności agroturystycznej, z uwzględnieniem zasobów gospodarstwa, zasobów przyrodniczych, kulturowych i infrastrukturalnych wsi, gminy i regionu. Po trzecie istotne jest również wsparcie edukacyjne rolników w trakcie rozwijania działalności agroturystycznej i pomoc w rozwiązywaniu problemów towarzyszących tej działalności, a niejednokrotnie także przełamywanie dotychczasowych nawyków postępowania i uwzględnianie oczekiwań współczesnych klientów [Sikorska-Wolak 2008].

Z przeprowadzonych badań empirycznych wynika, że usługodawcy najpełniejszą wiedzę mieli na temat zasad organizowania bazy wypoczynkowej (94,7%). Odznaczali się dobrą orientacją co do wymagań, jakim powinna odpowiadać kwatera i jej wyposażenie. Na drugim miejscu uplasowała się wiedza decydująca o umiejętnościach nawiązywania kontaktów i kształtowania właściwych relacji z klientami (87,5%). Trzecie miejsce zajęła wiedza badanych dotycząca stanu infrastruktury turystycznej w otoczeniu i sposobach jej organizowania w gospodarstwach (77,9%). Badani mieli niepełną wiedzę o potrzebach i wymaganiach potencjalnych klientów (65,0%). Przedostatnie miejsce zajęła wiedza pozwalająca dokonać oceny ekonomicznej przedsięwzięcia (50,6%). Niepokojąco niski był poziom wiedzy usługodawców dotyczący walorów przyrodniczo-kulturowych regionu (44,9%). W rozwoju gospodarstw agroturystycznych coraz większe znaczenie będzie mieć pomoc doradczą z zakresu marketingu, prawa i zagadnień organizacyjno-ekonomicznych oferowaną przez pracowników ośrodków doradztwa rolniczego, stowarzyszeń agroturystycznych i władz samorządowych [Jachimowicz, Krzyżanowska 2004].

Podsumowanie

W rozwoju agroturystyki ważna rola wyznaczona została doradztwu rolniczemu, które przez działania edukacyjne, informacyjne i doradcze stymuluje ten rozwój. Dokonując oceny wkładu różnych instytucji i organizacji w rozwój turystyki wiejskiej/agroturystyki w ostatnich piętnastu latach, można stwierdzić, że sprostali one postawionym przed nimi wyzwaniom. O skuteczności oddziaływań doradczych świadczy m. in. dynamiczny wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych, doskonalenie oferty agroturystycznej przez usługodawców, powstawanie lokalnych stowarzyszeń agroturystycznych oraz dostrzeganie przez władze i samorządy lokalne możliwości rozwoju funkcji turystycznej na obszarach wiejskich.

Literatura

- Altkorn J. 1995: Marketing w turystyce. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 145.
- Jachimowicz E., Krzyżanowska K. 2004: Pozarolnicze funkcje gospodarstwa rolniczego na przykładzie jego działalności agroturystycznej. Wyd. SGGW, Warszawa, 78.
- Jędrzejczyk I. 2001: Nowoczesny biznes turystyczny. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 149.
- Kania J. 2001: Doradztwo rolnicze w świetle doświadczeń krajów Unii Europejskiej. [W:] Kierunki rozwoju doradztwa rolniczego w Polsce na tle tendencji światowych, Drygas M., Kania J., Wiatrak A. (red. nauk.). Wyd. PAN, Warszawa, 18.
- Kania J. 2007: Doradztwo rolnicze w Polsce w świetle potrzeb i doświadczeń zagranicznych. Wyd. AR w Krakowie, Kraków, 73.
- Kujawiński W. 1997: Doradztwo rolnicze w zarysie. Wyd. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie. Poznań, 40.
- Sikorska-Wolak I. 2008: Rola doradztwa w rozwoju agroturystyki. [W:] Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania rozwoju agroturystyki, Gutkowska K. (red. nauk.). Wyd. Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Warszawie, Warszawa, 16.
- Ustawa z dnia 22 października 2004 r. o jednostkach doradztwa rolniczego. Dz.U. z 2004 r., nr 251 poz. 2507.

Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym z późniejszymi zmianami. Dz.U. z 2001 r., nr 142, poz. 1591. [http://www.e-mentor.edu.pl/arttykul_v2.php?numer=11&id=201].

Summary

Types of agricultural extension and tendencies of changes in agricultural consulting contents have been shown in this article. As well as action for agri-tourism development taking up by centers of agricultural consulting, agri-tourism associations and local governments.

Adres do korespondencji:

dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. SGGW
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
ul. Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
tel. (0 22) 59 341 51
e-mail: krystyna_krzyzanowska@sggw.pl