

Izabela Kurtyka

Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

WŁAŚCICIELE GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH NA DOLNYM ŚLĄSKU – PROFIL USŁUGODAWCÓW

OWNERS OF AGROTOURISTIC FARMS IN LOWER SILESIA – PROFILE OF SERVICE PROVIDERS

Słowa kluczowe: agroturystyka, profil usługodawców

Key words: agrotourism, profile of service providers

Synopsis. W przeprowadzonych badaniach podjęto próbę określenia sylwetki – profilu osobowego rolników – właścicieli indywidualnych gospodarstw rolnych, którzy poprzez działalność agroturystyczną poszukują swej samowystarczalności ekonomicznej. W opracowaniu wykazano, iż są to osoby przedsiębiorcze, otwarte na nowe wyzwania wolnorynkowej rzeczywistości, umiejętnie wykorzystujące posiadane zasoby, podnoszące swoje kwalifikacje i otwarte na współpracę.

Wstęp

Stworzenie i prowadzenie gospodarstwa agroturystycznego tylko z pozoru może wydawać się proste. Działalność tego typu wymaga dużego zaangażowania właścicieli, ich wszechstronnej wiedzy i wykształcenia, otwartości, tolerancji i gościnności. Duża konkurencja tego typu ofert pobudza do innowacyjności i urozmaicenia usług. Gospodarze muszą wykazać się umiejętnościami z zakresu wielu dziedzin. To osoby mające często zmysł konserwatora, budowniczego i architekta, niejednokrotnie wykonują podstawowe elementy wyposażenia jak meble, urządzenia rekreacyjne. Świetnie radzą sobie w organizacji pracy, szczególnie gdy czas urlopowy turystów zbiega się ze szczytem prac polowych. W większości przypadków na gospodyniach spoczywa obsługa gości. Panie przygotowują regionalne specjały, urozmaicają codzienne menu przystosowując się do zmiennych gustów klientów. Kuchnia jest bardzo istotnym elementem oferty agroturystycznej. Z jednej strony serwowanie posiłków gościom istotnie wpływa na opłacalność usług agroturystycznych. Wszyscy właściciele jednogłośnie stwierdzają, iż najwięcej "zarabia się" na wyżywieniu. Z drugiej zaś strony kuchnia jest ogromnym urozmaiceniem oferty agroturystycznej co przekłada się na fakt, iż praktycznie każde gospodarstwo agroturystyczne oferuje inny produkt turystyczny. Przy założeniu, że właściciele prowadzą produkcję rolniczą i mają produkty z gospodarstwa, oferta ta konkuruje nawet z turystyką zagraniczną, gdzie turyści płacąc za opcję *all inclusive* niejednokrotnie są zmuszeni codziennie przez dwa tygodnie spożywać te same posiłki. Co prawda kwaterodawcy nie przyciągną gości zagranicznych wysoką jakością zakwaterowania, stanem dróg, czy w ogóle infrastruktury, ale świeżym mlekiem prosto od krowy, własnym chlebem, polską gościnnością, pięknym wiejskim krajobrazem. Tak więc zwolennicy ciszy i spokoju, domowych posiłków i kontaktu z nieskażoną naturą znajdują to wszystko na wsi.

Materiał i metodyka

Celem artykułu była próba określenia sylwetki właścicieli gospodarstw agroturystycznych. Wyniki zostały zaczerpnięte z badań przeprowadzonych w trzech kolejnych latach: 2006, 2007 i 2008. W pierwszym roku dokonano ankietyzacji 50 gospodarstw agroturystycznych powiatu kłodzkiego. W 2007 roku tą samą ankietę skierowano do właścicieli 28 tego typu obiektów w byłym województwie jeleniogórskim. Ostatnie badania przeprowadzono na terenie Parku Krajobrazowego Dolina Baryczy w 23 gospodarstwach. Obiekty do badań zostały dobrane celowo, natomiast materiały źródłowe zostały zebrane metodą ankietową [Kopeć 1983, Stachak 1979]. W opracowaniu zastosowano metodę opisową i porównawczą.

Wyniki badań

Przy podejmowaniu działalności agroturystycznej bardzo ważne są motywy wpływające na decyzję rolnika. Mogą one mieć charakter czysto ekonomiczny lub społeczny. Na natężenie tych motywacji, a także na postrzeganie przez rolnika szans na pozytywną ocenę możliwości osiągnięcia sukcesu duży wpływ może mieć źródło, które często stanowi inspirację do działań przedsiębiorczych. Czynnikiem determinującym podjęcia decyzji o działalności agroturystycznej może być także kwestia dostępności danego źródła lub zaufanie [Sikora, Karczewska 2005]. Głównym motywem podejmowana tego typu działalności były względy czysto ekonomiczne. Większość respondentów chcąc wykorzystać naturalnie atrakcyjne położenie gospodarstwa oraz wolne pomieszczenia pragnęło uzyskać dodatkowy dochód wspomagający budżet domowy (tab. 1). Istotnym źródłem inspiracji rolników była także możliwość realizacji własnych zainteresowań oraz przykład sąsiadów i znajomych. W dalszej kolejności pod względem częstotliwości wskazań czynnikiem wpływającym na podjęcie przez badanych rolników decyzji o rozpoczęciu działalności agroturystycznej był: brak stałego zatrudnienia, możliwość skorzystania z finansowania z wykorzystaniem kapitałów obcych oraz tradycje rodzinne. Stosunkowo rzadko źródłem inspiracji były propozycje doradców rolniczych i władz gminy, mimo iż wiedza na ten temat zaczerpnięta z wielu badań, a także wywiady z doradcami wykazały, że od początku lat 90. XX w. ośrodki doradztwa prowadziły akcje promocyjne zachęcające do rozwijania działalności agroturystycznej [Balińska, Sikorska-Wolak 2001].

Przeprowadzone badania wskazują, iż najwcześniej i najliczniej gospodarstwa nastawione na działalność agroturystyczną powstawały w powiecie kłodzkim, w rejonie bardzo atrakcyjnym na Dolnym Śląsku. W byłym województwie jeleniogórskim (2008 r.) ponad połowa badanych respondentów zainteresowała się taką formą przedsiębiorczości w latach 2001-2006. Podobna sytuacja miała miejsce w Parku Krajobrazowym Dolina Baryczy, gdzie do alternatywnych przedsięwzięć przekonało się ponad 65 % badanych (tab. 2).

Podejmowanie działalności agroturystycznej wynika z przedsiębiorczych postaw rolników, która była przejawem dużej umiejętności, gotowości i zdolności do podejmowania i rozwiązywania w sposób twórczy nowych problemów, umiejętności wykorzystania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowania się do zmieniających warunków [Marjański 2007]). Cechy takie często widoczne są wśród ludzi młodych i w średnim wieku, bardziej skłonnych do ryzyka. Ludzie starsi i w średnim wieku dysponują nabytymi umiejętnościami, kapitałem, a także dużym doświadczeniem.

Tabela 1. Motywy podjęcia działalności agroturystycznej
Table 1. Motives of undertaking the agrotouristic activities

Wyszczególnienie/ <i>Specification</i>	2006	2007	2008
	odpowiedzi [%]/ <i>answers [%]</i>		
Dodatkowy dochód/ <i>Additional income</i>	76	89	65
Położenie w atrakcyjnym turystyczne regionie/ <i>Location in an attractive tourist region</i>	76	54	85
Posiadanie wolnych pomieszczeń/ <i>Property of free accommodation</i>	58	54	54
Możliwość realizacji własnych zainteresowań/ <i>Capability of realization of personal interest</i>	42	57	46
Brak stałego zatrudnienia/ <i>Lack of steady employment</i>	30	11	12
Przykład sąsiadów i znajomych/ <i>Example of neighbor and familiar</i>	24	36	8
Uzyskanie kredytu preferencyjnego/ <i>Obtainment of preferential credit</i>	18	4	12
Tradycje rodzinne/ <i>Family traditions</i>	16	11	8
Możliwość skorzystania z funduszy UE/ <i>Capability of making use from funds of EU</i>	12	11	8
Informacje w radio, telewizji, prasie/ <i>Informations to radio, television, press</i>	8	14	4
Propozycje władz gminy/ <i>Proposals of officers of community</i>	6	4	0
Propozycja doradcy rolniczego/ <i>Proposal of agricultural advisor</i>	6	18	0
Działalność Koła Gospodyń Wiejskich/ <i>The activities of the Rural Wheels</i>	2	4	0

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Tabela 2. Rok rozpoczęcia działalności agroturystycznej
Table 2. Year of beginning the agrotouristic activity

Lata/ <i>Years</i>	Rok rozpoczęcia działalności/ <i>Year of beginning of activity</i>		
	2006	2007	2008
	udział [%]/ <i>share [%]</i>		
1984-1989	12	4	0
1990-1995	10	11	4
1996-2000	41	26	31
2001-2006	37	59	65

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Tabela 3. Wiek gospodarzy
Table 3. Age of hosts

Wiek [lata]/ Age [years]	Rok badań/Year of research		
	2006	2007	2008
	udział [%]/share [%]		
< 20	0	0	2
20-35	18	20	5
36-45	28	30	14
46-55	35	39	70
> 56	19	11	9

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Tabela 4. Wykształcenie gospodarzy
Table 4. Education of hosts

Wykształcenie/ Education	Rok badań/Year of research		
	2006	2007	2008
	udział [%]/ share [%]		
Podstawowe/Basic	5	2	2
Zawodowe/ Professional	29	14	26
Średnie/Secondary	35	57	57
Wyższe/Higher	31	27	15

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Tabela 5. Znajomość języków obcych
Table 5. Knowledge of foreign languages

Język/Language	Rok badań/ Year of research		
	2006	2007	2008
	znajomość języka [%]/knowledge of languages [%]		
Angielski/English	50	61	23
Niemiecki/German	72	71	69
Francuski/French	2	21	8
Rosyjski/Russian	48	43	58
Hiszpański/ Spanish	0	7	0
Brak znajomości języka obcego/ No foreign language	2	14	13

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

współpracują także z różnymi instytucjami. Są to m.in. stowarzyszenia agroturystyczne, ośrodki doradztwa rolniczego, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”.

Dla kwaterodawców wymienione instytucje oraz organizacje były źródłem informacji i pomocy w pozyskiwaniu środków z UE, promocji gospodarstw oraz miejscem szkoleń agroturystycznych i konkursów.

Z przeprowadzonych badań wynika, że znaczna część gospodarstw agroturystycznych prowadzona była przez rolników w wieku od 46 do 55 lat, było to odpowiednio: 35, 39 i aż 70% populacji w rejonie Parku Krajobrazowego Dolina Baryczy. Dużym zainteresowaniem cieszyła się tego typu aktywność wśród osób w wieku od 36 do 45 lat (tab. 3).

Przedsiębiorczość jest w pewnej mierze wrodzoną dyspozycyjnością psychiczną, jak też nabytą w wyniku nauki umiejętnością. Tak jak w innych dziedzinach życia ludzkiego, największe sukcesy odnosi ta jednostka, która jest uzdolniona naturalnie, a jednocześnie nabyła określone umiejętności zdobyte poprzez naukę oraz praktykę. Wśród badanych respondentów najliczniejszą grupę stanowili gospodarze mający średnie wykształcenie (tab. 4). Studia wyższe ukończyło odpowiednio: 31, 27 i 15% rolników w poszczególnych rejonach badań. Porównując te wyniki do badań przeprowadzonych w 25 gospodarstwach rolnych usytuowanych na terenie Parku Krajobrazowym Dolina Bystrzyca w 2009 roku, można stwierdzić, iż rolnicy podejmujący dodatkowe działalności byli w większym stopniu skłonni do podnoszenia swoich kwalifikacji niż rolnicy zajmujący się jedynie rolnictwem. Przytoczone badania wskazują, iż na 25 badanych rolników ani jedna osoba nie miała wykształcenia wyższego, a w gronie tym znalazły się także respondenci mający jedynie wykształcenie podstawowe [Kurtyka 2010].

Kwaterodawcy zdobywają wiedzę praktyczną i teoretyczną z zakresu prowadzenia działalności agroturystycznej, uczestnicząc licznie na tego typu szkoleniach. Zaangażowanie rolników było duże, ponieważ w powiecie kłodzkim w szkoleniach uczestniczyło 70% populacji, w byłym województwie jeleniogórskim aż 96, a na terenie Parku Krajobrazowego Dolina Baryczy 78% badanych. Szkolenia agroturystyczne prowadzone są najczęściej przez ośrodki doradztwa rolniczego oraz rodzime stowarzyszenia agroturystyczne.

Znajomość języków obcych deklarowana była przez właścicieli całej badanej populacji gospodarstw agroturystycznych i członków ich rodzin (łącznie 101 obiektów) i dotyczyła właścicieli 94% gospodarstw.

Największy udział miały osoby władające w różnym stopniu językiem niemieckim, co w kontekście licznych przyjazdów naszych sąsiadów z zachodniej granicy świadczy o dostosowaniu się kwaterodawców do wymogów rynku turystycznego. Należy w tym miejscu dodać, że Niemcy zajmują pierwsze miejsce w rankingu światowym w liczbie wyjeżdżających turystów, co wiąże się z ich wrodzoną mobilnością, a także wysokimi dochodami *per capita*. Kwaterodawcy i członkowie ich rodzin licznie deklarowali także znajomość języka angielskiego i rosyjskiego (tab. 5).

Jedną z cech przedsiębiorczości jest zdolność do współpracy. Ponad 90% wszystkich respondentów stwierdziło, iż utrzymuje kontakty z innymi gospodarstwami agroturystycznymi. Współpraca ta polega głównie na wymianie gości (odpowiednio: 75, 64 i 58%), informacji (86, 82 i 88%) i doświadczeń (80, 86 i 38%). Prawie wszyscy ankietowani

Właściciele gospodarstw niejednokrotnie uczestniczyli w wyjazdach studyjnych krajowych i zagranicznych, organizowanych przez stowarzyszenia agroturystyczne i Ośrodki Doradztwa Rolniczego w celu wymiany doświadczeń związanych ze świadczeniem usług na obszarach wiejskich. Organizacje umożliwiały kwaterodawcom prezentację swoich ofert na targach i festynach. Jest to jedna z form promocji, na którą pojedynczy rolnik nie mógłby sobie pozwolić bez wsparcia ze strony ww. instytucji.

Oferta gospodarstw agroturystycznych

Przeprowadzone badania, jak również liczne opracowania z tego zakresu wykazują, iż działalność agroturystyczną podejmują gospodarstwa małe i niedochodowe, które w gospodarce wolnorynkowej nie mają zbyt dużych szans na uzyskanie dochodu z działalności rolniczej na poziomie zapewniającym byt rolnika i jego rodziny. Gospodarstwa do 5 ha UR stanowią odpowiednio: 46, 50 i 39% gospodarstw objętych badaniami. Średnia powierzchnia gospodarstwa stanowiła 16 ha UR w powiecie kłodzkim, 14 ha UR w byłym województwie jeleniogórskim i 12 ha UR w Parku Krajobrazowym Dolina Baryczy. Działalność rolniczą w różnym zakresie kontynuowało ok. 70% gospodarstw w pierwszych 2 latach badań, natomiast w ostatnim roku było to aż 85% właścicieli. Jest to zjawisko bardzo korzystne, ponieważ agroturystyka nierozdzielnie wiąże się z gospodarstwem rolnym, a brak produkcji rolniczej zubaża ofertę produktu agroturystycznego. Do przygotowywania posiłków rolnicy wykorzystują własne produkty, m.in.: mleko, sery, jaja, owoce, warzywa i mięso. W kilku gospodarstwach można zjeść pstrąga z własnej hodowli, a także nabyć miód i inne wyroby pszczelarskie.

Respondenci dysponują średnio 4 pokojami i 14 miejscami noclegowymi w rejonach sudeckich oraz 3 pokojami i 7 miejscami noclegowymi w rejonie Parku Krajobrazowego Dolina Baryczy. W pierwszym i ostatnim roku badań ponad 50% kwaterodawców oferowało turystom pełne wyżywienie, a byłym województwie jeleniogórskim ponad 70% badanych.

Prawie wszystkie gospodarstwa rejonu sudeckiego świadczą usługi turystyczne przez cały rok, co wynika z atrakcyjności terenów górskich we wszystkich porach roku. W rejonie Parku Krajobrazowego Dolina Baryczy, gdzie walory turystyczne sprzyjają głównie wypoczynkowi w okresie letnim, udział oferty był na poziomie 35%.

W latach 2007-2009 kwaterodawcy promowali swoje oferty wykorzystując najczęściej takie formy promocji jak: Internet (ponad 90 % całej badanej populacji), wizytówki (odpowiednio: 62, 86 i 88%), ulotki (52, 57 i 42%), targi i festyny (średnio ok. 50% wszystkich respondentów). Ponad 80% gospodarstw korzystało z rekomendacji przekazanych innym turystom przez zadowolonych klientów. Wciąż zbyt mało informacji na temat ofert agroturystycznych ukazuje się w radio i telewizji (od 4 do 8% w analizowanych obiektach) oraz w prasie (odpowiednio: 28, 21 i 8%). Według opinii gospodarzy największą skuteczność w pozyskiwaniu nowych turystów odgrywa reklama w internecie i rekomendacje gości.

Tabela 6. Instytucje z którymi współpracują właściciele gospodarstw agroturystycznych

Table 6. The institutions they work with owners of tourist farms

Instytucje/ <i>Institutions</i>	Rok badań/ <i>Year of research</i>		
	2006	2007	2008
	udział [%]/ <i>share [%]</i>		
Ośrodki Doradztwa Rolniczego/ <i>Agricultural Advisory Centres</i>	68	71	42
Stowarzyszenia Agroturystyczne/ <i>Agritourism Association</i>	70	71	100
Polska Federacja Turystyki Wiejskiej Gospodarstwa Gościnne/ <i>Polish Federation of Country Tourism „Hospitable Farms”</i>	49	39	4
Polska Organizacja Turystyczna/ <i>Polish Tourist Organisation</i>	4	14	0
Dolnośląska Organizacja Turystyczna/ <i>Lower Silesian Tourist Organization</i>	9	14	0
Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa/ <i>The Agency for Restructuring and Modernisation of Agriculture</i>	32	18	23
Urząd Gminy/ <i>Office of community</i>	4	-	-
Prasa i telewizja/ <i>Newspapers and television</i>	2	-	-

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

Podsumowanie

Świadczenie usług agroturystycznych wiąże się z posiadaniem wielu umiejętności. Do bardziej istotnych należy przedsiębiorczość rolników, co przekłada się na chęć do zdobywania wiedzy i kwalifikacji z zakresu świadczenia usług turystycznych, podejmowania wielu aktywności gospodarczych (dla wielu z badanych kwaterodawców produkcja rolnicza i agroturystyczna nie była jedynym źródłem dochodu) a także umiejętnym wykorzystaniu posiadanych zasobów (walory turystyczne, wolne pomieszczenia) w celu pozyskania środków pieniężnych. Respondenci licznie uczestniczyli w wielu szkoleniach agroturystycznych, nauce języków obcych, przez co zwiększają grono potencjalnych klientów o gości z zagranicy. Ich otwartość i umiejętność czerpania z doświadczeń innych usługodawców skutkuje chęcią do zrzeszania się w stowarzyszenia agroturystyczne (czego nie można powiedzieć o przedsiębiorcach działających w innych sferach usług i handlu na wsi), a także do integracji i współpracy z innymi kwaterodawcami, organizacjami i instytucjami. Właściciele gospodarstw agroturystycznych potrafią umiejętnie wykorzystać atuty położenia gospodarstwa, zasoby pracy i zasoby mieszkaniowe. Mimo niskiej opłacalności produkcji rolniczej większość z nich nadal prowadzi taką formę gospodarowania, uatrakcyjniając ofertę agroturystyczną w świeże i zdrowe produkty z własnego gospodarstwa. Dla dużego grona turystów, w obliczu negatywnych skutków cywilizacji, życia w stresie i złego żywienia, to właśnie ten atut decyduje o wyborze agroturystyki, jako formy spędzania urlopu.

Literatura

- Balińska A., Sikorska-Wolak I.** 2001: Agroturystyka w Dolinie Bugu i uwarunkowanie jej rozwoju. Wyd. SGGW, Warszawa, 106.
- Kopeć B.** 1983: Metodyka badań ekonomicznych w gospodarstwach rolnych. Skrypt AR we Wrocławiu, 269, 7-277.
- Kurtyka I.** 2010: Różnicowanie źródeł dochodów gospodarstw agroturystycznych na obszarach prawnie chronionych. *Acta Scientiarum Polonorum Economia*, 9(4), 233-244.
- Marjański A.** 2007: Przedsiębiorca i przedsiębiorczość w teoriach ekonomicznych. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. VIII, z. 4, 133-147.
- Sikora J, Karczewska M.** 2005: Działalność lokalnych stowarzyszeń agroturystycznych w opinii kwaterodawców. *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów. Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie, Krosno*, 195.
- Stachak S.** 1978: Metody nauk ekonomiczno-rolniczych w zarysie. Skrypt AR w Szczecinie, 48-86.

Summary

The present study attempts to identify profiles – personal profile of farmers – owners of private farms, agro-tourism which seek their economic self-sufficiency. The study revealed that people are enterprising, open to new challenges of free market reality, skillfully using their resources, enhancing their skills and open to cooperation.

Adres do korespondencji:

dr Izabela Kurtyka
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
Instytut Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Pl. Grunwaldzki 24 A
50-363 Wrocław
tel. (71) 320 17 68
e-mail: kurtyka@tlen.pl