

Grażyna Anna Ciepiela

UWARUNKOWANIA ROZWOJU AGROTURYSTYKI W POLSCE

1. Geneza agroturystyki

Geneza agroturystyki sięga połowy XIX w. Jednakże dopiero u progu ostatniego dziesięciolecia ubiegłego wieku przyjmowanie przez rolników pod swój dach mieszkańców miast na wypoczynek przekształciło się w zorganizowaną formę działalności agroturystycznej¹. Przemiany systemowo-ustrojowe zapoczątkowane w naszym kraju po 1989 r. oraz związany z nimi kryzys w sektorze rolniczym spowodowały osłabienie kondycji finansowej indywidualnych gospodarstw rolnych. Rolnictwo stawało się coraz mniej dochodową formą działalności. Ważne okazało się odpowiednie zagospodarowanie siły roboczej, mogące przyczynić się do aktywizacji obszarów wiejskich². Trudna sytuacja ekonomiczna szczególnie tradycyjnych gospodarstw rolnych zmusiła ich właścicieli do podejmowania działań przedsiębiorczych. Jednym z przejawów przedsiębiorczych zachowań rolników, zdaniem Sikorskiej-Wolak i Krzyżanowskiej³, jest dywersyfikacja gospodarstw rolnych. Dywersyfikacja (od łac. *diversifi care* – urozmaicać) definiowana jest jako rozszerzenie zakresu produkcji i usług w przedsiębiorstwie lub w danym regionie, czego przesłanką może być konieczność wykorzystania nadwyżek siły roboczej lub kapitału, chęć podniesienia rentowności przedsiębiorstw, wykorzystania rezerw produkcyjnych, zasobów itp.⁴

¹ B. Perepeczko, *Przeszłość i przyszłość turystyki wiejskiej w polskim rozwoju lokalnym*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 38–49; J. Sikora, *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 75–76.

² E. Pałka, *Kierunki rozwoju pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich w Polsce*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2010, nr 1, s. 163–174.

³ I. Sikorska-Wolak, K. Krzyżanowska, *Przedsiębiorczość w ujęciu teoretycznym i w praktyce*, w: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich – stan i perspektywy rozwoju*, red. K. Krzyżanowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2010, s. 39–57.

⁴ I. Sikorska-Wolak, *Dywersyfikacja ekonomiczna gospodarstw rolnych jako przejaw przedsiębiorczych zachowań rolników*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej” 2011, nr 93, s. 29–42.

Przystosowanie wsi i rolnictwa do gospodarki wolnorynkowej uwidacznia się w upowszechnianiu i wdrażaniu idei pozarolniczej przedsiębiorczości⁵. Przedsiębiorczość można rozumieć jako całokształt indywidualnych lub zespołowych działań bądź predyspozycji do działań, które przełamują istniejące wzorce. Polega ona więc na krytyce istniejącego stanu rzeczy i poszukiwaniu obarczonych ryzykiem nieszablonowych sposobów jego zmiany. Szczególny przykład przedsiębiorczości na wsi stanowią gospodarstwa agroturystyczne. Dobrociński i inni⁶ podają, że 89,1% właścicieli gospodarstw agroturystycznych uważa je za przedsiębiorstwa rodzinne, w których zazwyczaj nadrzędnym celem działalności jest zagwarantowanie bezpieczeństwa finansowego członków rodziny, utrzymanie kontroli nad przedsiębiorstwem oraz rozpatrywanie przyszłości przedsiębiorstwa w kategoriach przyszłości rodziny. Rodzina, zdaniem tych autorów, tworzy środowisko sprzyjające zachowaniom przedsiębiorczym.

2. Determinanty rozwoju agroturystyki

W literaturze przedmiotu czynniki mające wpływ na rozwój agroturystyki są rozpatrywane według różnych kryteriów. Sikora i Jęczmyk⁷ do najczęściej branych pod uwagę w tej klasyfikacji zaliczają kryterium środowiskowe, ekonomiczne i organizacyjno-prawne. Zdaniem tych autorów można je także podzielić na zewnętrzne (makrootoczenie) i wewnętrzne (mikrootoczenie). Do czynników zewnętrznych należy szeroko rozumiane otoczenie, w jakim funkcjonuje gospodarstwo agroturystyczne. Tworzy je środowisko naturalne oraz otoczenie ekonomiczne, społeczno-demograficzne, instytucjonalno-prawne i technologiczne. Natomiast czynniki związane bezpośrednio lub pośrednio z gospodarstwem tworzą mikrootoczenie, w którym działają konkurenci, dostawcy, pośrednicy, nabywcy i grupy interesu.

⁵ J. Sikora, *Agroturystyka...*, op.cit., s. 45–49; I. Sikorska-Wolak, *Społeczno-ekonomiczne przesłanki kształtowania funkcji turystycznych obszarów wiejskich*, w: *Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 13–28.

⁶ S. Dorocki, A.I. Szymańska, M. Zdon-Korzeniowska, *Polskie gospodarstwa agroturystyczne jako przedsiębiorstwa rodzinne*, w: *Firmy rodzinne – współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej. Determinanty rozwoju*, red. A. Marjański, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2012, t. XIII, z. 8, s. 45–58.

⁷ J. Sikora, A. Jęczmyk, *Czynniki wspierające i bariery ograniczające rozwój agroturystyki*, w: *Uwarunkowania rozwoju turystyki związanej z obszarami wiejskimi*, red. B. Sawicki, J. Bergier, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska, 2005, s. 37–45.

2.1. Czynniki zewnętrzne

Działalność agroturystyczna odbywa się w przestrzeni, która nazywana jest wiejską przestrzenią rekreacyjną. Odnosi się ona do bliższej i dalszej okolicy gospodarstwa. W jej obrębie powinny znajdować się walory umożliwiające uprawianie turystyki wiejskiej. Przestrzeń tę tworzą elementy środowiska przyrodniczego i kulturowego, a ich układ decyduje o jej atrakcyjności. Krupińska⁸ uważa, że rozwój agroturystyki w Polsce jest uwarunkowany występowaniem atrakcyjnych turystycznie obszarów wiejskich, różnorodnością krajobrazu związanego z rozdrobnioną strukturą agrarną, tradycyjnymi metodami produkcji rolniczej oraz zasobami dziedzictwa kulturowego wsi.

Polską wieś cechuje bogactwo natury i piękno krajobrazu. Jednakże walory turystyczne nie we wszystkich regionach są w jednakowym stopniu skumulowane. Według Drzewieckiego⁹ 1368 polskich gmin, o łącznej powierzchni 200,6 tys. km² (66% ogólnej powierzchni kraju), posiada warunki sprzyjające rozwojowi turystyki wiejskiej, z czego na pierwszy plan wysuwa się województwo warmińsko-mazurskie.

Agroturystyka jest nierozzerwalnie związana ze środowiskiem przyrodniczym i stawia coraz większe wymagania co do jakości oraz wartości krajobrazu przyrodniczego. Badania Woźniaka i Cebulaka¹⁰ wskazują, że agroturystyci poszukują ciszy, spokoju, czystej wody, pięknych krajobrazów i aktywnego odpoczynku na łonie natury. Zatem środowisko przyrodnicze jest jednym z głównych atrybutów agroturystyki. Potwierdzają to badania prowadzone przez Ciepiałę i Sosnowskiego¹¹, w których udowodniono, że liczba gospodarstw agroturystycznych w gminach regionu siedleckiego i liczba miejsc noclegowych jest istotnie dodatnio skorelowana z wartością wskaźnika atrakcyjności wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej. Jednakże w innych badaniach¹² prowadzonych w pięciu województwach Polski Wschodniej wykazano, że wartość tego wskaźnika nie zawsze ma istotny wpływ na wykorzystanie miejsc

⁸ W. Krupińska, *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie zachodniopomorskim*, „Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie” 2003, nr 402 („Sesja Naukowa” z. 90), s. 161–170.

⁹ M. Drzewiecki, *Agroturystyka w Polsce – stan obecny i tendencje rozwojowe*, w: *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej związanej z obszarami wiejskimi*, red. B. Sawicki, J. Bergier, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska, 2005, s. 46–51.

¹⁰ M. Woźniak, T. Cebulak, *Otoczenie przyrodnicze elementem wyznaczającym wzajemne relacje między turystami a przestrzenią agroturystyczną*, w: *Marketing w agroturystyce*, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie Akademii Podlaskiej w Siedlcach” 2006, nr 75, s. 157–171.

¹¹ G.A. Ciepiałę, J. Sosnowski, *Wpływ atrakcyjności wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej na działalność gospodarstw rolnych regionu siedleckiego*, „Wieś i Rolnictwo” 2011, nr 1(150), s. 134–146.

¹² G.A. Ciepiałę, A. Balińska, *Wykorzystanie miejsc noclegowych w gospodarstwach ekoagroturystycznych położonych w regionach o zróżnicowanej atrakcyjności przyrodniczej*, „Zeszyty Naukowe UPH w Siedlcach”, S. „Administracja i Zarządzanie” 2014, nr 103(30), s. 95–110.

noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych. Należy sądzić, że odbiorcy usług agroturystycznych kierują się nie tylko walorami przyrodniczymi terenów wiejskich, ale mają także inne preferencje co do wyboru miejsca wypoczynku na wsi. Czynniki mającymi wpływ na popyt na usługi agroturystyczne może być odległość gospodarstwa od dużych aglomeracji miejskich i jego dostępność komunikacyjna oraz jakość świadczonych usług turystycznych, która w badanych gospodarstwach agroturystycznych była bardzo zróżnicowana.

Zdaniem Sznajdera i Przezbórskiej¹³ największy wpływ na rozwój agroturystyki mają: niskie dochody gospodarstw rolnych, urbanizacja, redystrybucja dochodów ludności miejskiej do gospodarstw agroturystycznych i w konsekwencji na całą ludność wiejską, stan infrastruktury wiejskiej i wiążący się z tym poziom jej urbanizacji oraz polityka lokalnych władz samorządowych. Natomiast Knecht¹⁴ determinantów rozwoju rynku turystycznego, w tym i agroturystyki, upatruje we wskaźnikach opisujących: wzrost gospodarczy, zatrudnienie, rozwój infrastruktury, eksport i konkurencyjność.

Czynnikiem warunkującym rozwój agroturystyki w Polsce są nie tylko potrzeby ekonomiczne mieszkańców wsi, ale także dochody mieszkańców miast, jako głównych odbiorców tych usług. Rozwarstwienie ekonomiczne społeczeństwa miejskiego powoduje, że duża jego część korzysta z tanich wczasów. Z badań prowadzonych w województwie lubelskim¹⁵ wynika, że największa grupa turystów wybierająca wypoczynek w gospodarstwie agroturystycznym ceni sobie niski koszt pobytu. Atrakcje przyrodnicze wybieranych miejscowości to zdaniem tych respondentów sprawa drugorzędna. Natomiast sama atrakcyjność gospodarstwa, czyli dobre warunki noclegowe, żywieniowe oraz możliwość rekreacji ruchowej znalazły się na trzecim miejscu jako motyw wyboru miejsca wypoczynku. Podobne preferencje urlopowe prezentowali agroturyści w innych regionach Polski. Badania przeprowadzone przez Ciepelę i Jasińską¹⁶ wśród turystów wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych na terenie czterech województw (podkarpackim, podlaskim, świętokrzyskim i warmińsko-mazurskim) wykazały, że w większości są to osoby średnio zamożne. Dochód miesięczny przypadający na jednego członka rodziny u 65% badanych nie przekraczał 1000 zł, przy czym u 30% dochód ten wynosił od 700 do 1000 zł. Ponadto 73% respondentów wskazało, że niska cena usług jest głównym motywem wyboru

¹³ M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006, s. 29.

¹⁴ D. Knecht, *Agroturystyka w agrobiznesie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009, s. 130–138.

¹⁵ B. Sawicki, *Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 2007, s. 24–26; J. Żbikowski, D. Nałęcka, *Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w świetle badań ankietowych*, w: *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, red. J. Bergier, B. Sawicki, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 121–128.

¹⁶ G.A. Ciepela, A. Jasińska, *Rola i potrzeby współczesnego turysty w kreowaniu gospodarstw ekoagroturystycznych*, w: *Innowacje w rozwoju turystyki*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2008, s. 271–281.

wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym. Z tych samych powodów agroturystykę wybrała zdecydowana większość badanych agroturystów w województwie małopolskim¹⁷.

Sikora¹⁸ do czynników rozwoju turystyki oprócz potrzeb człowieka zalicza zwiększenie się czasu wolnego ludzi oraz ich sytuację ekonomiczną. Badania potwierdziły, że istnieje ścisły związek między wielkością dochodów jednostki a jej udziałem w ruchu turystycznym. Ważnym elementem jest również postępująca urbanizacja, środowisko przyrodnicze i społeczne oraz polityka państwa wobec turystyki. Środowisko przyrodnicze spełnia dla człowieka funkcje zdrowotne. Uprawiając turystykę, człowiek znajduje w przyrodzie wartości estetyczne i intelektualne. Środowisko społeczne determinujące rozwój turystyki to wytwory ludzkiego działania, m.in. zabytki, miejsca kultu religijnego. Rozwojowi agroturystyki sprzyjają także tradycyjna gościnność, duże zasoby siły roboczej na wsi, coraz większe zainteresowanie wypoczynkiem indywidualnym lub w małych grupach, korzystne położenie geograficzne (np. blisko granicy), a głównym motywem wyboru wsi na miejsce urlopu jest chęć wypoczywania w kontakcie z czystą, nieskażoną przyrodą¹⁹. Bardzo istotną rolę w turystyce wiejskiej odgrywa dziedzictwo kulturowe regionu²⁰. Jest ono postrzegane jako duża atrakcja, a tym samym jest motywem wyboru miejsca na wyjazdy turystyczne.

Według Sawickiego²¹ do determinantów rozwoju usług turystycznych na wsi należą:

- rządowe programy rozwoju turystyki jako części składowej programów zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich,
- bezrobocie wśród ludności zatrudnionej w rolnictwie,
- wolna powierzchnia mieszkań w domach wiejskich,
- chęć rolników do zrównoważenia dochodów w gospodarstwach rolnych,

¹⁷ M. Kasperczyk, P. Kacprzyk, *Preferencje gości odwiedzających gospodarstwa agroturystyczne*, w: *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, red. J. Bergier, B. Sawicki, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 117–120; A. Niedziółka, *Determinanty rozwoju usług agroturystycznych w Małopolsce*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 138–145.

¹⁸ J. Sikora, *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, WSiP, Warszawa 1999, s. 44–46.

¹⁹ K. Dubel, *Waloryzacja przyrodniczo-krajobrazowa gmin na potrzeby planowania i organizacji turystyki na wsi*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 158–167.

²⁰ A. Jaszczak, K. Młynarczyk, *Walory przyrodnicze i kulturowe a rozwój turystyki wiejskiej w gminie Biskupiec*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 212–221; M. Woźniak, P. Cyrek, *Dziedzictwo kulturowe obszarów wiejskich a motywy wyboru miejsca wypoczynku (na przykładzie Bieszczadów i Beskidu Niskiego)*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 200–211.

²¹ B. Sawicki, *Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo AR Lublinie, Lublin 2007, s. 109–110.

- atrakcyjność bogactwa przyrodniczego obszarów wiejskich,
- interesujące dziedzictwo kulturowe polskiej wsi,
- możliwość sprzedaży bezpośredniej płodów rolnych, produktów przemysłu lokalnego i produkcji warsztatów rzemieślniczych dla turystów,
- rozwinięta infrastruktura techniczna i społeczna,
- osobiste satysfakcje ludności wiejskiej związane z kontaktem z mieszkańcami miast,
- dotacje UE do turystycznych programów rozwoju wsi,
- wsparcie ze strony samorządów lokalnych (gminy),
- akceptacja i zaangażowanie mieszkańców,
- promocja regionalnych i lokalnych produktów turystycznych,
- zasoby kapitałowe gminy i społeczeństwa,
- rozwój innowacyjnego rolnictwa.

Autor ten podaje, że zdaniem rolników świadczących usługi agroturystyczne najważniejszymi czynnikami rozwoju agroturystyki w gminach były bogactwo folkloru i kultury ludowej oraz zasoby leśne i walory krajobrazowe (100%). Nieco niżej ocenili oni bazę noclegową, sieć handlową, usługową i gastronomiczną, stan bezpieczeństwa publicznego, możliwość skorzystania z pomocy doradztwa finansowego (90%). Kwaterodawcy za istotne uważają także: stan infrastruktury technicznej, koszty prowadzenia agroturystyki, możliwości kredytowe, konkurencję innych form wypoczynku (80%). Natomiast 70% właścicieli gospodarstw agroturystycznych obawia się konkurencji innych gospodarstw. Jednakże z badań Kur-Kowalskiej i Ciepieli²² wynika, że wśród rolników świadczących usługi turystyczne są też tacy, którzy współpracują ze sobą dla rozwoju agroturystyki w regionie i wspólnych korzyści.

Znaczącym czynnikiem, który może mieć pozytywny wpływ na rozwój agroturystyki, jest zdaniem ankietowanych rolników wykorzystanie preferencyjnych kredytów i innych form pomocy finansowej na uruchomienie i prowadzenie działalności agroturystycznej²³. Brak kapitału finansowego to najistotniejszy problem w prowadzeniu działalności agroturystycznej.

Dużą rolę w rozwoju agroturystyki odgrywa także samorząd lokalny, który może znacząco wpłynąć na rozwój turystyki np. poprzez rozwój infrastruktury technicznej i rekreacyjnej, estetyzację otoczenia, dbałość o kulturę materialną i niematerialną na swoim terytorium, skuteczną promocję regionu oraz pomoc rolnikom w pozyskiwaniu środków finansowych. Ważną rolę doradczą i szkoleniową z zakresu agroturystyki pełnią także ośrodki doradztwa rolniczego (ODR-y). Również duży wpływ

²² M. Kur-Kowalska, G.A. Ciepiela, *Kreowanie produktów w turystyce wiejskiej na przykładzie województwa podlaskiego*, w: *Konkurencyjność produktów turystycznych*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2009, s. 193–205.

²³ J. Sikora, A. Jęczmyk, op.cit., s. 37–45.

na rozwój agroturystyki mają więcej liderzy lokalni, pochodzący ze wsi oraz mieszkający i pracujący w tym środowisku. Są oni często prekursorami przedsiębiorczych zachowań rolników we własnym gospodarstwie oraz inicjatorami działań zespołowych na rzecz rozwoju turystyki w regionie²⁴.

Rozważając determinanty rozwoju agroturystyki, nie sposób pominąć uwarunkowań prawnych. Ważnym czynnikiem sprzyjającym rozwojowi agroturystyki jest możliwość skorzystania z przywilejów, polegających na wyłączeniu usług turystycznych w gospodarstwach rolnych z obowiązku rejestrowania działalności agroturystycznej jako działalności gospodarczej oraz zwolnieniu z podatku dochodowego od osób fizycznych. Rolnik, który chce wynajmować pokoje na terenie swojego gospodarstwa, miejsca do ustawienia namiotu, a także sprzedawać posiłki domowe lub świadczyć inne usługi związane z pobytem turystów, musi jedynie zgłosić ten fakt w urządzie gminy, który zarejestruje prowadzone przez niego gospodarstwo agroturystyczne w ewidencji innych obiektów świadczących usługi hotelarskie. Zgodnie z Ustawą z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych²⁵ z obowiązku podatkowego zwalnia się dochody uzyskane z tytułu wynajmu pokoi gościnnych, w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwie rolnym, osobom przebywającym na wypoczynku oraz dochody uzyskane z tytułu wyżywienia tych osób, jeżeli liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza 5.

Pojęcie gospodarstwa rolnego zgodnie z ustawą o podatku dochodowym jest takie samo jak w art. 1.2 ustawy o podatku rolnym. Jest to obszar użytków rolnych, gruntów pod stawami oraz, sklasyfikowanych w operatach ewidencyjnych jako użytki rolne, gruntów pod zabudowaniami związanymi z prowadzeniem tego gospodarstwa o łącznej powierzchni przekraczającej 1 ha lub o powierzchni użytków rolnych przekraczającej 1 ha przeliczeniowy, stanowiących własność lub znajdujących się w posiadaniu osoby fizycznej lub osoby prawnej albo jednostki organizacyjnej nieposiadającej osobowości prawnej. W tym przypadku ustawodawca nie wymaga, aby wynajmujący był czynnym rolnikiem. Zwolnienie przysługuje każdemu, kto spełnia te warunki, jeśli nawet osiąga dodatkowe dochody z innego tytułu. Zwolnienie obejmuje także dochody uzyskane z tytułu wyżywienia gości mieszkających w wynajmowanych pokojach. Przywileje podatkowe powodują jednak szereg nadużyć²⁶.

Kwaterodawca zajmujący się żywieniem turystów osobiście ponosi odpowiedzialność za warunki, w jakich wytwarza żywność. Odpowiada również za wszelkie

²⁴ J. Sikora, A. Wartecka-Ważyńska, *Kapitał ludzki w rozwoju turystyki wiejskiej*, w: *Rozwój turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2007, s. 214–225.

²⁵ Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, tekst jednolity: DzU 2000 nr 14 poz. 176 z późn. zm.

²⁶ M. Drzewiecki, *Agroturystyka w Polsce...*, op.cit., s. 46–51.

szkody i uszczerbki na zdrowiu konsumenta spowodowane niewłaściwą jakością zdrowotną pokarmu. Zgodnie z ustawą o bezpieczeństwie żywności i żywienia²⁷ przed rozpoczęciem działalności związanej z żywieniem turystów w gospodarstwie agroturystycznym należy uzyskać wpis do rejestru zakładów wprowadzających żywność na rynek. Gospodarstwa agroturystyczne prowadzące działalność gastronomiczną podlegają kontroli i nadzorowi Państwowej Inspekcji Sanitarnej. Wysokie wymagania higieniczno-sanitarne powodują, że w znacznej części gospodarstw agroturystycznych zaniechano świadczenia usług gastronomicznych.

2.2. Czynniki wewnętrzne

O powodzeniu w agroturystyce decyduje produkt agroturystyczny. Tworzenie tego produktu jest procesem złożonym, odnoszącym się przede wszystkim do kształtowania oferty, czyli wyboru najważniejszych elementów produktu i ciągłego dostosowywania oferty do zmieniających się preferencji gości. Zdaniem Idziaka²⁸ istotnym atrybutem użytecznym w budowaniu produktów turystycznych o wyraźnej tożsamości jest autentyczność. Podobnie uważa Majewski²⁹, podkreślając, że autentyczność jest trudna do skopiowania. Istotnym zagadnieniem jest jakość i marka produktu agroturystycznego. Kreując polski produkt agroturystyczny, należy wziąć pod uwagę możliwość budowania produktów markowych, które posiadają swoisty wyróżnik. Dzięki temu produkt jest łatwiej i wyraźniej odróżniany od innych podobnych i chętniej wybierany przez klientów. Oferty markowych produktów gospodarstw agroturystycznych muszą wygrywać z konkurencją nie ceną i prostotą, ale jakością, komfortem, nowoczesnością i profesjonalizmem, połączonym z tradycją życia wiejskiego³⁰. Ich istnienie według Michałowskiego i Łagowskiej³¹ gwarantuje odpowiednią pozycję regionu na rynku turystycznym, a także powoduje pozytywne zmiany w regionie, np. wzbogacanie rynku pracy i nowe możliwości kariery zawodowej dla mieszkańców.

²⁷ Ustawa z dnia 8 stycznia 2010 r. o zmianie ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, DzU nr 171 poz. 1225 z późn. zm.

²⁸ W. Idziak, *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*, Wydawnictwo Alta Press, Koszalin 2008, s. 5–6.

²⁹ J. Majewski, *Tożsamość turystyki wiejskiej – poziomy: ogólnokrajowy, regionalny, lokalny*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 9–21.

³⁰ A. Roman, *Marka w agroturystyce*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 139–149.

³¹ K. Michałowski, B. Łagowska, *Turystyczne produkty obszarowe czynnikiem rozwoju regionu*, w: *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo EkoPress, Białystok 2006, s. 61–70.

W agroturystyce można byłoby wykorzystać trzy następujące typy wizerunków marki³²:

- marka symboliczna – określająca pewien styl życia, taki jak dbałość o fizyczną sprawność, ochronę środowiska, poznawanie historii, kultury, folkloru,
- marka rytualna – pozwalająca wykorzystać różnego rodzaju święta, uroczystości oraz obrzędy,
- marka dziedziczna – związana z istotą agroturystyki i oparciem zaspokojenia potrzeb turysty na walorach wsi i jej dziedzictwa.

Dobrym przykładem markowego produktu agroturystycznego jest koncepcja, która powstała w Krainie Żubra, by stworzyć zintegrowany pakiet markowych produktów turystycznych oferujących weekendowe (i dłuższe) pobyty w autentycznych drewnianych chatach, uzupełniony o dodatkowe elementy (kuchnia regionalna, różnorodność kulturowa regionu, turystyka aktywna, wycieczki). Przy odpowiedniej promocji może stać się on przebojem krajowej oferty agroturystycznej, bo po prostu nie będzie miał konkurencji. Jednocześnie przyczyni się to do uratowania i wyremontowania szeregu pięknych wiejskich domów w regionie oraz do zmian w świadomości społeczności lokalnych, przekonując je o wartości i potrzebie ochrony tradycyjnej zabudowy wiejskiej jako elementu cennego krajobrazu kulturowego regionu i godnej wyeksponowania atrakcji dla turystów³³. Niezwykle interesującym produktem markowym są wioski tematyczne. W powiecie gołdapskim powstały wioski indiańska i eskimoska. Można tutaj zobaczyć oraz osobiście doświadczyć, jak żyli rdzenni mieszkańcy Ameryki i jak żyją Eskimosi³⁴.

Markowym produktem agroturystycznym jest „Uroczanka” – gospodarstwo eko-agroturystyczne, które bazuje na aktywności turystów, dbając o promowanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wsi podlaskiej. „Podlaska księga produktów turystycznych” prezentuje również inny produkt wykreowany przez gospodarstwa agroturystyczne³⁵ – produkt turystyczny „Piątka znad Biebrzy”, który jest efektem doskonałej współpracy pięciu biebrzańskich gospodarstw agroturystycznych. Główne zadanie tego produktu to promocja Podlasia, jego zwyczajów, gościnności, historii i unikalnej w skali kraju biebrzańskiej przyrody. Jedną z ich propozycji jest szlak rowerowy „Dookoła centrum Europy”. Twórcy tego produktu oferują gościom zróżnicowaną turystykę aktywną w swoich gospodarstwach oraz kilkudniową wycieczkę

³² A.P. Wiatrak, *Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej*, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998, s. 48.

³³ G. Rąkowski, *Koncepcja rozwoju turystyki na obszarze „Krainy Żubra”*, Wydawnictwo Starostwa Powiatowego w Hajnówce, Hajnówka 2004, s. 25–27.

³⁴ *Atrakcje turystyczne Ziemi Gołdapskiej*, Mrągowskie Centrum Informacji Turystycznej, <http://www.it.mragowo.pl/atrakcje-turystyczne-ziemi-goldapskiej>

³⁵ M. Kur-Kowalska, G.A. Ciepiela, op.cit., s. 193–205.

rowerową, którą można rozpocząć w każdej chwili z dowolnie wybranej przez turystę kwatery. Wszędzie czekają na gości: rowery, mapka z opisem trasy i miejsc godnych uwagi, domowe jedzenie, natryski, noclegi w namiotach (pokoje gościnne tylko przy wcześniejszej rezerwacji) oraz gwarancja miłego i sympatycznego spędzenia czasu. Wśród ich oferty można znaleźć szereg innych usług, np. spływy tratwami, spływy kajakowe, pokaz wypieku sękacza, jazdę konną, wypożyczalnię rowerów.

Powodzenie w agroturystyce w dużym stopniu uzależnione jest od jakości świadczonych usług, które spełniają oczekiwania turystów co do standardu zakwaterowania i aktywnego wypoczynku na wsi. Bardzo ważnym czynnikiem warunkującym jakość tych usług są zasoby ludzkie w gospodarstwie agroturystycznym. Zasoby te to nie tylko siła robocza, ale przede wszystkim umiejętności osób pracujących w gospodarstwie, ich wiedza, zdolności i predyspozycje do sprawnego łączenia innych zasobów oraz zdolności przedsiębiorcze w organizowaniu i kierowaniu, przekładające się na sukces ekonomiczny i psychologiczny. Należy także brać pod uwagę cechy osobowościowe członków rodziny i ich stosunek do obcych im osób, z którymi muszą dzielić swój dom i posesję. Zdaniem Mikulskiej³⁶ miła obsługa i życzliwość gospodarzy, przy odpowiednim standardzie gospodarstwa, to kluczowy element sukcesu przedsięwzięcia agroturystycznego. Wszystkie inne uwarunkowania sprzyjające rozwojowi agroturystyki mogą być niewystarczające, jeżeli obsługa gości w gospodarstwie agroturystycznym jest niezadowolająca.

Oferent usług agroturystycznych, jeśli nie chce być wyeliminowany przez konkurentów, musi ciągle myśleć o możliwości rozszerzenia atrakcji proponowanych gościom. Według Żelaznej³⁷ mogą to być np. specjalne walory smakowe potraw, ciekawe zestawy posiłków, estetyka ich podawania, telewizor w pokoju, szersza oferta świadczonych usług wypoczynkowo-rekreacyjnych, zajęcia edukacyjne, warsztaty tematyczne. Autorka ta uważa, że podstawą sukcesu działań marketingowych w zakresie produktu agroturystycznego jest oferowanie potencjalnym nabywcom produktu jak najbardziej zróżnicowanego i jak najwyższej jakości, która wyraża się stopniem, w jakim ten produkt spełnia wymagania i oczekiwania. Zatem jakość produktu agroturystycznego dotyczy indywidualnych i subiektywnych wyobrażeń nabywcy o oferowanym produkcie. Klient ocenia ten produkt między innymi poprzez kompetencje obsługujących go osób, ich zachowania, odpowiedzialność i prezencję.

³⁶ T. Mikulska, *Korzyści i bariery rozwoju turystyki w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem województwa małopolskiego*, w: *Ekonomiczne i społeczne aspekty turystyki wiejskiej*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 161–173.

³⁷ K. Żelazna, *Marketing mix i jego elementy w działalności turystycznej*, w: *Agroturystyka*, red. U. Świątlikowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000, s. 472–484.

Według Strzembickiego³⁸ klienci, oceniając jakość produktu agroturystycznego, biorą pod uwagę następujące kryteria:

- lokalizację gospodarstwa agroturystycznego, warunki dojazdu,
- rzetelną, łatwo dostępną informację o produkcie (ofercie),
- urządzenia sprzyjające spędzaniu czasu wolnego przez gości, znajdujące się zarówno w obrębie gospodarstwa agroturystycznego, jak i poza nim (np. szlaki turystyczne),
- obiekty infrastruktury handlowej, usługowej, społecznej w osiedlu wiejskim,
- fachowość, kompetencję, uprzejmość, gościnność gospodarzy, ich dbałość o higienę, wygląd zewnętrzny,
- bezpieczeństwo w gospodarstwie agroturystycznym i na wsi,
- atrakcje środowiskowe w postaci naturalnych walorów przyrodniczych, kulturowych oraz możliwości poznania cyklu życia i pracy rodziny właścicieli gospodarstwa agroturystycznego.

Ponadto klient oczekuje następujących korzyści: satysfakcji z produktu – usługi, dostępnej ceny, wygodnej i łatwej możliwości nabycia usługi, wiarygodnej i rzetelnej informacji o ofercie. Jeżeli standard produktu turystycznego spełni oczekiwania gości, to będzie on kształtował pozytywny wizerunek gospodarstwa agroturystycznego i tym samym zwiększy się popyt na usługi świadczone w tym gospodarstwie.

Nowoczesny produkt agroturystyczny powinien możliwie wszechstronnie zaspokajać potrzeby potencjalnych turystów. Dotyczą one nie tylko zapewnienia noclegu i wyżywienia, ale także pakietu usług rekreacyjnych, który intensyfikuje konkurencyjność produktu agroturystycznego. Pakiet ten może obejmować: jazdę konną, hipoterapię, powożenie bryczką, organizowanie kuligów i polowań, wędkowanie w stawie należącym do gospodarstwa, zbieranie i suszenie ziół, owoców oraz grzybów, korzystanie ze sprzętu sportowego, warsztaty rękodzieła artystycznego itp. Ponadto agroturystyka daje możliwość poznania i obserwowania życia wiejskiego, jego folkloru, tradycji i obyczajów, dlatego produkt agroturystyczny można wykreować w oparciu o usługi związane z etnografią wykorzystujące lokalną kulturę materialną i niematerialną.

Jakość produktu turystycznego, jego cechy i innowacyjność są zdaniem Jalinika³⁹ najistotniejszym warunkiem konkurencyjności. Jednakże autor ten zwraca uwagę, że kształtując produkt agroturystyczny poza usługami rekreacyjnymi i produktami markowymi, właściciele gospodarstw powinni poddać swój obiekt procedurom

³⁸ L. Strzembicki, *Marketing w agroturystyce*, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995, s. 145.

³⁹ M. Jalinik, *Konkurencyjność produktów turystycznych na obszarach wiejskich*, w: *Konkurencyjność produktów turystycznych*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2009, s. 153–162.

kategoryzacyjnym. Kategoryzacja wiejskiej bazy noclegowej polega na nadaniu poszczególnym obiektom noclegowym określonej kategorii, świadczącej o jakości wyposażenia i oferowanych usług. Pozwala na uporządkowanie i uzyskanie przejrzystości ofert. Jest ona dobrowolna, odpłatna, przeprowadzana według systemu będącego własnością Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” przez licencjonowanych inspektorów Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”.

Często jednak właściciele gospodarstw nie są zainteresowani uzyskaniem kategorii swojej bazy noclegowej, jako powód podając zbyt duże koszty kategoryzacji i trudności w spełnieniu wymogów⁴⁰. Z opinią tą korespondują wyniki innych badań, które były prowadzone w gospodarstwach ekoagroturystycznych Polski Wschodniej⁴¹ oraz w gospodarstwach agroturystycznych funkcjonujących w gminach obejmujących tereny Białowieskiego Parku Narodowego i Biebrzańskiego Parku Narodowego⁴². Odsetek skategoryzowanych gospodarstw w badanej grupie wynosił odpowiednio 38% i 27%.

Kreując produkt agroturystyczny, bardzo ważne jest wspólne zaangażowanie mieszkańców wsi i działania zespołowe⁴³. Koniusz⁴⁴ uważa, że współdziałanie i współpraca kwaterodawców potrzebne są do stworzenia lepszego produktu turystycznego. Taki produkt można stworzyć poprzez działanie na rzecz przedsięwzięć inwestycyjnych i wprowadzanie innowacji w działalność agroturystyczną. Można to również osiągnąć poprzez rozwijanie pewnych części produktu, poprawę jego jakości, ustalenie i utrzymanie odpowiednio wysokich standardów, wprowadzenie ulepszeń w zakresie infrastruktury. Ważne jest również tworzenie ofert dla różnych grup turystów, czyli segmentacja rynku, wspólne organizowanie badań i analizowanie rynku agroturystycznego, organizowanie sprzedaży produktu turystycznego, uruchomienie systemu rezerwacji i sprzedaży, ujednoczenie cen. Tego typu działania mogą być prowadzone przez stowarzyszenia agroturystyczne.

⁴⁰ I. Sikorska-Wolak, J. Zawadka, *Oczekiwania konsumenta na rynku usług turystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012, t. V, nr 1, s. 34–47.

⁴¹ G.A. Ciepela, A. Balińska, *Usługi turystyczne i ich wykorzystanie w gospodarstwach ekoagroturystycznych położonych w regionie Polski Wschodniej*, w: *Przedsiębiorczość w turystyce*, red. S.J. Starski, M. Jalinik, Wydawnictwo EkoPres, Białystok 2014, s. 261–276.

⁴² G.A. Ciepela, M. Kur-Kowalska, *Usługi agroturystyczne w gminach obejmujących tereny Białowieskiego Parku Narodowego i Biebrzańskiego Parku Narodowego*, „Zeszyty Naukowe ALMAMER Szkoła Wyższa” 2014, nr 4(73), s. 51–65.

⁴³ E. Lipianin-Zontek, L. Szewczyk, Z. Zontek, *Współdziałanie mieszkańców w kreowaniu produktu turystycznego regionu – produkty obszarów wiejskich i agroturystyczne*, „Zeszyty Naukowe USZ” nr 465, S. „Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2007, nr 8, s. 129–140.

⁴⁴ M. Koniusz, *Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 79–89.

Ostatnimi czasy zwraca się uwagę na powstawanie klastrów turystycznych, które stwarzają dogodne warunki rozwoju szczególnie dla małych podmiotów, np. gospodarstw agroturystycznych. Inicjatywy klastrowe na poziomie agroturystyki są jednym z czynników podnoszenia konkurencyjności wypoczynku na wsi, a tym samym mogą zaoferować bardziej bogatą i konkurencyjną ofertę, aniżeli może to uczynić pojedyncze gospodarstwo rolne. Z reguły korzystają one ze wspólnej bazy wiedzy i umiejętności, dzielą się nią i przyczyniają do jej rozszerzenia, wzajemnie udostępniają sobie niewykorzystane moce usługowe, a także w sposób domyślny lub jawny wzajemnie sprawdzają jakość usług i produktów. Pierwszy klaster turystyczny powstał w Polsce w 2005 r. i była to „Beskidzka 5”. Przykładem *stricte* agroturystycznego klastra jest Klaster Okopski, inicjowany przez społeczność wiejską wsi Okopy na Podlasiu⁴⁵.

W sprzedaży produktów agroturystycznych szczególnego znaczenia nabiera promocja. Informuje ona klientów o zaletach oferowanego produktu, pomaga podjąć decyzje dotyczące jego zakupu. Wybór instrumentów promocji powinien być uzależniony od tego, które z nich stwarzają największe możliwości dotarcia do określonych segmentów rynku, a w konsekwencji doprowadzą do nabycia produktu turystycznego. W komunikacji z rynkiem wskazane jest, aby właściciel gospodarstwa agroturystycznego stosował różne formy promocji. Powinien posiadać własną stronę internetową, prezentować swoją ofertę w różnych wydawnictwach, katalogach, prospektach, a także uczestniczyć w wyjazdach na giełdy i targi turystyczne. Ponadto dla stałych klientów lub w okresie pozasezonowym warto stosować tzw. promocję uzupełniającą, m.in. w postaci obniżek cen za oferowane usługi. Często jednak system informacji o oferowanym produkcie, kanały jego dystrybucji i promocja są niewystarczające. Kwaterodawcy i instytucje z nimi współpracujące zbyt mało uwagi poświęcają wypromowaniu oferty⁴⁶.

Pierwszoplanowym motywem świadczenia usług turystycznych w gospodarstwie rolnym jest chęć uzyskania dodatkowego dochodu. Badania wielu autorów⁴⁷ wskazują, że działalność agroturystyczna wpłynęła na zwiększenie budżetu gospodarstw agroturystycznych. Jednakże w większości analizowanych gospodarstw

⁴⁵ M. Roman, *Inicjatywy klastrowe w agroturystyce na przykładzie Okopskiej Organizacji Turystycznej*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2009, nr 6, s. 187–195.

⁴⁶ E. Lipianin-Zontek, Z. Zontek, *Promocja produktu regionalnego na przykładzie regionu Beskidy*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 105–116.

⁴⁷ M. Bednarek-Szczepańska, *Rola podmiotów lokalnych w rozwoju turystyki wiejskiej na wybranych obszarach Lubelszczyzny*, „Studia Obszarów Wiejskich” t. 23, Wydawnictwo „Bernardinum”, Warszawa 2010, s. 174; G.A. Ciepiela, J. Jankowska, K. Jankowski, *Wpływ działalności agroturystycznej na dochodowość gospodarstw rolnych północno-wschodniego Mazowsza*, w: *Rozwój turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2007, s. 196–205; J. Kosmaczewksa, *Wpływ agroturystyki na rozwój ekonomiczno-społeczny gminy*, Wydawnictwo Bogucki, Poznań 2007, s. 37.

udział dochodów z usług turystycznych w całkowitych dochodach gospodarstwa kształtował się do 20%. Znacznie większe zróżnicowanie tego udziału, w granicach 10–70%, wykazała w swoich badaniach Pytlarz⁴⁸. Natomiast Bott-Alama⁴⁹ podaje, że tylko 45% ankietowanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych stwierdziło, że świadczenie usług turystycznych w gospodarstwie rolnym jest opłacalne. Zdaniem Ramotowskiej⁵⁰ agroturystyka staje się faktycznym źródłem dodatkowego dochodu wówczas, gdy gospodarstwo przyjmuje przynajmniej 150 turystów rocznie (średni próg opłacalności – moment, od którego przychód przewyższa koszty).

Na zróżnicowanie dochodów z działalności agroturystycznej w gospodarstwach rolnych zwraca także uwagę Ciepela⁵¹. Z badań tej autorki wynika, że w gospodarstwach agroturystycznych regionu nadbużańskiego wartość rocznej nadwyżki bezpośredniej z usług turystycznych kształtowała się w granicach od 8025 zł do 78 000 zł. Natomiast w regionie siedleckim wskaźnik ten mieścił się w przedziale 2383–12 879 zł⁵², a gospodarstwa położone w środkowowschodniej Polsce zarobiły na agroturystyce od 2138 zł do 30 823 zł⁵³.

Korzyści z agroturystyki są mierzone nie tylko dochodami rolników. Badania Bednarek-Szczepańskiej⁵⁴ prowadzone na Lubelszczyźnie pokazały, że w grupie respondentów znacznie więcej było tych, którzy deklarowali pozamaterialne korzyści ze świadczenia usług turystycznych, niż tych, którzy wskazywali na zadowalający wynik finansowy.

Znaczącym wsparciem dla gospodarstw agroturystycznych może być także dofinansowanie z rządowych programów rozwoju turystyki jako części składowej programów zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Akcesja Polski do struktur unijnych stworzyła możliwości korzystania ze środków funduszy strukturalnych przeznaczonych na rozwój obszarów wiejskich. W ramach Sektorowego

⁴⁸ E. Pytlarz, *Stan i perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych w powiecie kaliskim*, w: *Warunki rozwoju obszarów wiejskich*, VII Studencka Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Wrocław, 23–24 kwietnia 2010, Wydawnictwo UP we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 55–59.

⁴⁹ A. Bott-Alama, *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim*, „Rozprawy i Studia USz” 2004, nr 501, s. 45.

⁵⁰ K. Ramotowska, Ekspertyza: *Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów na przykładzie działalności agroturystycznej prowadzonej przez producentów rolnych województwa podlaskiego, w kontekście Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Analiza i ocena poziomu konkurencyjności działalności agroturystycznej na rynku usług turystycznych*, Goniądz 2006.

⁵¹ G.A. Ciepela, *Produkcja rolnicza i działalność turystyczna w gospodarstwach agroturystycznych regionu nadbużańskiego*, „Zeszyty Naukowe WSA w Łomży” 2011, nr 47, s. 28–42.

⁵² G.A. Ciepela, J. Sosnowski, *Efekty ekonomiczne działalności turystycznej w gospodarstwach agroturystycznych*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2012, nr 2(331), s. 131–149.

⁵³ G.A. Ciepela, M. Kur-Kowska, J. Jankowska, op.cit., s. 93–108.

⁵⁴ M. Bednarek-Szczepańska, op.cit., s. 174.

Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich” na lata 2004–2006 Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa uruchomiła Działanie 2.4. „Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań alternatywnych źródeł dochodów”, w którego ramach można było ubiegać się o refundację części kosztów poniesionych m.in. na inwestycje związane z agroturystyką. Badania nad wykorzystaniem tych funduszy prowadzone w województwie mazowieckim⁵⁵ wykazały, że procentowy udział gospodarstw dofinansowanych z tego programu w całkowitej liczbie gospodarstw agroturystycznych działających w tym okresie w województwie mazowieckim stanowił 16%. Ponadto motorem napędowym inwestycji turystycznych w gospodarstwach rolnych mogło być także dofinansowanie z kolejnych programów unijnych przeznaczonych na rozwój obszarów wiejskich⁵⁶. Należy jednak zaznaczyć, że właściciele gospodarstw agroturystycznych często nie wykazują postawy przedsiębiorczej w odniesieniu do szans i możliwości, jakie niosą ze sobą fundusze z Unii Europejskiej⁵⁷. Na agroturystykę można było pozyskać środki finansowe z PROW na lata 2007–2013, jednakże wykorzystanie tych środków było słabe. Badania Ciepeli i innych⁵⁸ wykazały, że w podregionie olsztyńskim w latach 2007–2011 dofinansowanie z tego programu otrzymało tylko 9% gospodarstw agroturystycznych. Najwięcej takich gospodarstw było w powiatach mławowskim i olsztyńskim. W dwóch powiatach (bartoszyckim i lidzbarskim) dofinansowanie uzyskały dwa gospodarstwa, w powiecie szczycieńskim – trzy. W pozostałych dwóch (kętrzyńskim i nidzickim) żadne gospodarstwo nie było dofinansowane. Małe wykorzystanie dotacji z ARiMR na rozwój gospodarstw agroturystycznych odnotowano także na Lubelszczyźnie. W Lubelskim Oddziale ARiMR w 2009 r. wykorzystano zaledwie 30% funduszy przeznaczonych na bezzwrotne dofinansowanie agroturystyki⁵⁹. Przyczyna takiego stanu rzeczy jest złożona. Należy tu wymienić m.in. słabe przygotowanie merytoryczne rolników do świadczenia usług agroturystycznych i małe zaangażowanie pracowników samorządów terytorialnych w kreowanie produktu turystycznego na swoim terenie.

⁵⁵ G.A. Ciepela, J. Jankowska, K. Jankowski, *Finansowanie gospodarstw agroturystycznych ze środków unijnych w województwie mazowieckim*, „Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia” 2010, nr 9(3), s. 45–54.

⁵⁶ M.W. Kozak, *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje. Ekspertyza dla Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi*, Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych UW, Warszawa 2006.

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ G.A. Ciepela, A. Godlewska, A. Balińska, *Produkt agroturystyczny w podregionie olsztyńskim*, w: *Rynek usług turystycznych*, red. M. Jalinik, R. Ziółkowski, Wydawnictwo PB, Białystok 2012, s. 26–48.

⁵⁹ B. Sawicki, A.K. Mazurek-Kusiak, *Agroturystyka w teorii i praktyce*, Wydanie UP w Lublinie, Lublin 2010, s. 6.

Należy także podkreślić, że ze 164 gospodarstw agroturystycznych, działających na terenie 21 powiatów, z dofinansowania skorzystało tylko 40, co stanowiło 24,4% ogólnej ich liczby. Natomiast procentowy udział gospodarstw dofinansowanych z funduszy UE w całkowitej liczbie gospodarstw agroturystycznych województwa mazowieckiego, która w badanym okresie wynosiła 250 [Mazowsze Agroturystyka 2005/6], był jeszcze mniejszy i stanowił 16%.

3. Bariery rozwoju agroturystyki

Agroturystyka spotyka się nie tylko ze sprzyjającymi uwarunkowaniami jej rozwoju. Jest wiele barier, które ograniczają ten rozwój. Wielu autorów⁶⁰ do czynników hamujących rozwój agroturystyki zalicza:

- a) bariery wynikające z warunków przyrodniczo-geograficznych:
 - niezbyt korzystny klimat (niska temperatura powietrza i wody),
 - przeważająca liczba dni pochmurnych,
 - brak urozmaicenia rzeźby terenu,
 - degradacja krajobrazu rolniczego,
 - zbyt duża intensyfikacja gospodarki,
 - zanieczyszczenie powietrza, wody i gruntów;
- b) bariery społeczno-psychologiczne:
 - niski poziom wykształcenia i niskie kwalifikacje mieszkańców wsi,
 - brak znajomości języków obcych,
 - brak rąk do pracy, mimo że na terenach wiejskich obserwuje się duże bezrobocie,
 - niechęć do obcych,
 - niechęć do zmian,
 - trudny proces przyswajania innowacji,
 - mentalność,
 - mała aktywność rolników i ich brak przedsiębiorczości;
- c) bariery prawno-podatkowe:
 - ograniczająca polityka fiskalna państwa,
 - brak czytelnych unormowań prawnych w przepisach;

⁶⁰ T. Mikulska, op.cit., s. 161–173; J. Sikora, A. Jęczmyk, op.cit., s. 37–45; D. Zuzek, *Możliwości rozwoju turystyki*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 22–26.

- d) bariery instytucjonalne:
- brak współpracy między instytucjami, które są powołane do wspomagania rolnictwa, a rolnikami (ODR-y, Izby Rolnicze itp.),
 - brak zrozumienia dla rozwoju agroturystyki zarówno na szczeblu lokalnym, jak i na wyższych szczeblach decyzyjnych (płaszczyzna gminy, wsi i gospodarstwa);
- e) bariery techniczne:
- niski poziom infrastruktury techniczno-użytkowej na terenach wiejskich,
 - niska jakość usług;
- f) bariery finansowe:
- brak środków własnych na przystosowanie budynku do celów agroturystycznych,
 - trudności kredytowe,
 - wysokie koszty związane z podniesieniem standardu bazy noclegowej;
- g) bariery marketingowe:
- słaba promocja terenów wiejskich i samych gospodarstw agroturystycznych,
 - brak spójnego systemu rezerwacji i dystrybucji miejsc noclegowych.

Kolejnym problemem turystyki jest sezonowość usług. Przedłużenie sezonu poza sezon letni wiąże się z ponoszeniem kosztów na ogrzewanie pomieszczeń i konieczności zapewnienia dodatkowych atrakcji dla gości.

4. Miejsce agroturystyki w pozarolniczych formach działalności prowadzonych na obszarach wiejskich

Wyraźnie widoczne poszerzanie się zakresu usług oferowanych przez niektóre gospodarstwa agroturystyczne świadczy o ich zdolności do dostosowania się do rosnących oczekiwań gości. Potwierdza to postępujący proces specjalizacji i współpracy z innymi oferentami usług turystycznych. Jednakże brak kontroli nad ciągle upowszechniającym się stosowaniem słowa „agroturystyka” w stosunku do nieuprawnionych ustawowo obiektów noclegowych spowodował obniżenie konkurencyjności obiektów agroturystycznych *sensu stricto*. Na skutek tego są one stopniowo wypierane z rynku przez silniejsze konkurencyjnie mikroprzedsiębiorstwa promujące się pod szyldem agroturystyki.

Spośród czynnych gospodarstw rolnych podejmujących działalność agroturystyczną najbardziej konkurencyjne są te, które w całości przestawiły gospodarstwo

na obsługę klientów. „Przestawienie się” może przyjmować jedną z następujących form⁶¹:

- 1) całe moce produkcyjne wciąż czynnego gospodarstwa rolnego nastawione są na obsługę klienta (specjalizacja farmerska) – efektywne połączenie dwóch form działalności;
- 2) gospodarze stopniowo pozbywają się gospodarstwa poprzez sprzedaż ziemi lub jej dzierżawę (specjalizacje inne niż farmerska, co wynika z niepodzielności czasu).

Dane Powszechnego Spisu Rolnego 2010 wykazały, że w Polsce funkcjonowało 2 277 613 gospodarstw rolnych. Działalnością rolniczą i inną niż rolnicza bezpośrednio związaną z gospodarstwem rolnym zajmowało się 54 729 gospodarstw (2,4%). Wśród tych gospodarstw pozarolniczą działalność w zakresie agroturystyki prowadziło 16,5%⁶².

Według Sikory⁶³ w regionach, gdzie występują małe obszarowo gospodarstwa rolne, nastąpił wyraźny wzrost przedsiębiorczości agroturystycznej. Ponadto badania tego autora prowadzone wśród rolników w Polsce wykazały, że agroturystyka jest wymieniana przez największą grupę respondentów jako działalność pozarolnicza, która powinna być prowadzona na obszarach wiejskich. Pozwoliło to autorowi na stwierdzenie, że agroturystyka znajduje duże uznanie wśród mieszkańców wsi, a optymistyczne postawy rolników, deklarowane wobec przyszłości wsi i rolnictwa, stwarzają sprzyjającą sytuację dla rozwoju tej formy przedsiębiorczości. Również w świetle wyników Spisu Rolnego⁶⁴ agroturystyka była dominującą formą pozarolniczej działalności zwłaszcza w gospodarstwach małych. Niemal co czwarte gospodarstwo prowadzące działalność pozarolniczą w grupie obszarowej od 1 do 2 ha zajmowało się agroturystyką (23,4%). Wyniki tego spisu wykazały również, że gospodarstwa produkujące głównie na samozaopatrzenie częściej niż jednostki wytwarzające przede wszystkim na rynek prowadziły działalność z zakresu: agroturystyki, rękodzieła, przetwórstwa produktów rolnych, przetwarzania surowego drewna w gospodarstwie i rolniczych prac kontraktowych.

Rozwój agroturystyki nie przebiega jednakowo we wszystkich regionach kraju. Szczególny rozwój agroturystyki następuje tam, gdzie występują obszary o szczególnej atrakcyjności turystycznej⁶⁵. Walory turystyczne, zarówno naturalne (przyrodnicze), jak i antropologiczne (zabytki, architektura, muzea, wystawy, rzemiosło, zwyczaje, obrzędy), są jednym z podstawowych elementów produktu agroturystycznego.

⁶¹ K. Ramotowska, Ekspertyza, op.cit.

⁶² *Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2010 r.*, Powszechny Spis Rolny 2010, GUS, Warszawa 2012.

⁶³ J. Sikora, *Agroturystyka...*, op.cit., s. 267–277.

⁶⁴ *Charakterystyka gospodarstw...*, op.cit.

⁶⁵ K. Młynarczyk, *Agroturystyka*, Wydawnictwo UWM w Olsztynie, Olsztyn 2002, s. 10–11.

Decydują też one o lokalizacji pozostałych elementów podaży turystycznej, bowiem produkt turystyczny tworzony jest wokół unikatowych walorów lub atrakcji turystycznych. Jednakże określenie dokładnej liczby gospodarstw agroturystycznych w Polsce jest utrudnione ze względu na problemy z dostępnością do wiarygodnych danych na ten temat. Instytucje zajmujące się agroturystyką, do których zaliczają się urzędy gmin, ośrodki doradztwa rolniczego, Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, lokalne stowarzyszenia agroturystyczne, nie zawsze sprawdzają przy rejestracji kwaterodawców, czy zgłaszany obiekt spełnia formalnoprawne kryteria obiektu agroturystycznego. Żadna z tych instytucji nie ma możliwości uzyskania prawdziwych danych, ani weryfikacji uzyskanych informacji. Informacje te powinno się więc traktować jako szacunkowe⁶⁶. Jednakże Główny Urząd Statystyczny publikuje dane dotyczące liczby gospodarstw agroturystycznych w Polsce i liczby miejsc noclegowych w tych gospodarstwach według danych pochodzących z Ewidencji Obiektów Turystycznych, które są prowadzone przez urzędy gmin i od 2010 r. obejmują także gospodarstwa agroturystyczne (tabela 1).

Koncepcja gospodarstwa agroturystycznego zakłada, iż podstawą działalności gospodarstwa jest produkcja rolnicza, a agroturystyka jest działalnością dodatkową. W polskiej agroturystyce dominują te gospodarstwa, w których funkcja rolnicza została zdominowana przez funkcję turystyczną. Część kwaterodawców w turystyce wiejskiej używa nazwy gospodarstwo agroturystyczne, nie spełniając wszystkich formalnoprawnych wymogów stawianych takim gospodarstwom. Do takiego działania zachęcają korzystne uregulowania prawne stworzone z myślą o rolnikach. Jednakże z tych przywilejów korzystają osoby, które w rozumieniu prawa są rolnikami, ale nie prowadzą gospodarstwa rolnego⁶⁷. Na zjawisko to zwraca także uwagę Kozak⁶⁸, podkreślając jednocześnie, że znaczenie turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki, w dokumentach strategicznych jest przeceniane. Zdaniem tego autora efekt mnożnikowy w turystyce wiejskiej może występować lokalnie. Jedynie w tych regionach, w których skala rozwoju turystyki wiejskiej wyraźnie przekracza średni poziom krajowy, może on mieć znaczenie dla rozwoju gospodarki. Próba godzenia ograniczeń prawnych (zwolnienie podatkowe do 5 pokoi, świadczenie innych zwolnionych usług w gospodarstwie) z chęcią poszerzania zyskowej działalności turystycznej w gospodarstwie, przy braku mechanizmów kontrolnych, zachęca do obchodzenia prawa i – potencjalnie – korupcji. Autor, kontynuując, zaznacza, że nieznaczny odsetek

⁶⁶ J. Zawadka, *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010, s. 36.

⁶⁷ A. Balińska, *Produkt agroturystyczny i jego specyfika*, w: *Marketing w agroturystyce*, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie AP w Siedlcach” 2006, nr 75, s. 139–145.

⁶⁸ M.W. Kozak, op.cit.

gospodarstw agroturystycznych, zwłaszcza na obszarach atrakcyjnych turystycznie, jest prowadzony przez nierolników.

Tabela 1. Liczba gospodarstw agroturystycznych i miejsc noclegowych według województw w latach 2010 i 2011

Województwo	2010			2011		
	liczba gospodarstw		liczba miejsc noclegowych	liczba gospodarstw		liczba miejsc noclegowych
	ogółem	Polska=100		ogółem	Polska=100	
Polska	7 692	100,0	82 750	7 852	100,0	82 694
Dolnośląskie	613	8,0	7 223	638	8,1	7 330
Kujawsko-pomorskie	258	3,3	3 061	256	3,3	3 033
Lubelskie	422	5,5	3 061	430	5,5	3 652
Lubuskie	92	1,2	943	95	1,2	946
Łódzkie	175	2,3	2 036	180	2,3	1 889
Małopolskie	1 291	16,8	15 587	1 344	17,1	16 127
Mazowieckie	357	4,6	3 833	360	4,6	3 587
Opolskie	112	1,4	1 190	110	1,4	1 109
Podkarpackie	1 006	13,1	8 597	989	12,6	8 485
Podlaskie	590	7,7	5 588	609	7,7	5 673
Pomorskie	601	7,8	7 188	622	7,9	7 102
Śląskie	378	4,9	4 768	384	4,9	4 875
Świętokrzyskie	290	3,8	2 630	291	3,7	2 672
Warmińsko-mazurskie	718	9,3	7 568	743	9,5	7 263
Wielkopolskie	406	5,3	4 692	418	5,3	4 737
Zachodniopomorskie	383	5,0	4 245	383	4,9	4 214

Źródło: Ewidencja Obiektów Turystycznych prowadzona przez urzędy gmin, *Turystyka w 2010 i 2011 r.*, GUS, Warszawa 2011, 2012.

Zdaniem Drzewieckiego⁶⁹ nadużycia występują również w zakresie „bycia rolnikiem”, które niejednokrotnie następuje na drodze manipulacji własnościowych. Kolejnym zjawiskiem jest występowanie gospodarstw rolnych bez działalności rolniczej, co jest osobliwością polskiego rolnictwa⁷⁰. Niepokojące jest też zjawisko korzystania z dotacji na agroturystykę przez osoby, które po wykorzystaniu środków nie prowadzą usług turystycznych.

⁶⁹ M. Drzewiecki, *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Wydawnictwo WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2009, s. 13.

⁷⁰ J.S. Zegar, *Struktura polskiego rolnictwa rodzinnego*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2009, s. 150.

Pocieszający jest fakt, że w raporcie „Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich” jest podane, że należy utrzymać przepis polegający na zwolnieniu od podatku dochodowego rolników prowadzących działalność agroturystyczną, ponieważ obciążenia fiskalne należą do największych hamulców drobnej przedsiębiorczości w Polsce. Należy także zadbać o jak najbardziej przejrzystą informację o zasadach przechodzenia na inną formę działalności. W przyszłym okresie programowania wsparcie powinno dotyczyć przede wszystkim przedsięwzięć związanych z tworzeniem produktów turystycznych. Konieczne też jest stworzenie ogólnopolskiego systemu badania jakości usług turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki w oparciu o prowadzenie cyklicznych badań według ujednoczonej metodologii, zapewniającej porównywalność wyników zarówno w czasie, jak i w różnych regionach.

5. Efekty pozytywne i skutki negatywne rozwoju agroturystyki

Rozwój agroturystyki niesie za sobą dużo korzyści, i to zarówno dla właścicieli gospodarstw, mieszkańców wsi, jak i turystów⁷¹. Jedną z najważniejszych jest możliwość uzyskania dodatkowych dochodów dla rolników z wynajmu kwater, sprzedaży posiłków, a także ze sprzedaży produktów rolnych z własnego gospodarstwa bezpośrednio turystom. Agroturystyka jest więc szansą rozwoju szczególnie dla małych gospodarstw niewyspecjalizowanych w produkcji rolnej i sprzedających jedynie nadwyżki produkcji rolnej. Istniejące na polskiej wsi wolne zasoby mieszkaniowe oraz nie w pełni wykorzystana siła robocza stwarzają duże możliwości świadczenia usług turystycznych w gospodarstwach rolnych⁷². Agroturystyka stwarza miejsca pracy przede wszystkim dla rodziny, ale sezonowo może również dawać możliwość zatrudnienia dla ludności wiejskiej: kobiet, emerytów, rencistów oraz bezrobotnych⁷³. Agroturystyka daje szansę pracy w środowisku lokalnym. Może to prowadzić do zmniejszenia odpływu do miast osób stosunkowo młodych i lepiej wykształconych, a zatem ograniczyć proces wyludniania się wsi. Dodatkowe miejsca pracy

⁷¹ M. Sznajder, L. Przezbórska, op.cit., s. 177–178.

⁷² E. Kmita, *Agroturystyka jako szansa aktywizacji społeczno-gospodarczej środowisk wiejskich*, „Zagadnienia Doradztwa Rolniczego” 1994, nr 2, s. 17–21.

⁷³ J. Sikora, *Agroturystyka...*, op.cit., s. 66.

powstają także w punktach informacji turystycznych, punktach usługowych i handlowych⁷⁴. Rozwój działalności agroturystycznej przyczynia się też do zaktywizowania społeczności wiejskiej, zacieśnia współpracę i pomoc sąsiedzką na wsi⁷⁵.

Korzyści z agroturystyki dla wsi to m.in. zachowanie dziedzictwa kulturowego, odrodzenie tradycji, sztuki regionalnej, obyczajów, renesans zanikających zawodów, np. tkactwa, garncarstwa, poprawa standardów życia rodzin wiejskich, estetyzacja i promocja regionu, która przyciąga inwestorów i przyczynia się do jego dalszego rozwoju⁷⁶. Oprócz korzyści materialnych agroturystyka powoduje, iż rolnicy zdobywają nowe doświadczenia i kwalifikacje, przyswajają sobie zasady przedsiębiorczości, uczą się języków obcych⁷⁷. Ponadto agroturystyka przyczynia się do zachowania specyficznego, oryginalnego krajobrazu polskiej wsi poprzez zachowanie różnorodnych obiektów, które dzięki agroturystyce mają szansę być odnowione⁷⁸. Stwarza ona również możliwość spotkania innych ludzi, nawiązywania kontaktów i więzi społecznych, wymiany doświadczeń i poglądów. Powoduje także wzrost tolerancji wobec odmiennych postaw czy poglądów, poszerzenie wiedzy o świecie i ludziach. Korzyści te odnoszą zarówno właściciele gospodarstw, jak i goście. Dla turystów agroturystyka jest szansą na poznanie i szacunek dla rolników i wytwarzanych przez nich płodów rolnych. Daje możliwość uczestniczenia w pracach gospodarskich, nauki rzemiosła ludowego. Przyczynia się do poprawy zdrowia turystów. Inne korzyści to możliwość korzystania z naturalnej świeżej żywności, poznanie cyklu produkcji żywności, bezpośredni kontakt ze zwierzętami gospodarskimi. Pobyt w gospodarstwie agroturystycznym stwarza możliwość skorzystania z unikatowej oferty niedostępnej w mieście⁷⁹.

Pomimo wielu korzyści, jakie niesie rozwój turystyki, wraz z jej rozwojem mogą nastąpić pewne problemy. Wzmożony ruch turystyczny może przyczynić się do dewastacji środowiska naturalnego. Pobyt dużej liczby turystów na wsi może zakłócać wiejski tryb życia i pracy. Należy również wziąć pod uwagę wpływ turystyki na różnorodność biologiczną. Turystyka wyjątkowo intensywnie wykorzystuje walory przyrodnicze, powodując często jej zubożenie. Należy zachować odpowiednie relacje

⁷⁴ M. Drzewiecki, *Agroturystyka. Założenia – uwarunkowania – działania*, Instytut Wydawniczy Świadectwo, Bydgoszcz 1995, s. 55.

⁷⁵ A. Brelik, *Agroturystyka jako czynnik rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2004, t. 6, z. 4, s. 22–26.

⁷⁶ T. Jędrzyak, *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2010, s. 29–30; D. Knecht, op.cit., s. 24.

⁷⁷ J. Wojciechowska, *Aktywizacja wsi poprzez działalność turystyczną*, w: *Poradnik praktyczny dla samorządów lokalnych i mieszkańców wsi*, Wydawnictwo UKFiT, Łódź–Warszawa 1992, s. 10–17.

⁷⁸ M. Woźniak, *Wpływ agroturystyki na architekturę krajobrazu obszarów wiejskich*, „Fragmenta Agromonia” 2002, nr 1(73), s. 194–199.

⁷⁹ B. Kutkowska, *Podstawy rozwoju agroturystyki ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki na Dolnym Śląsku*, „Zeszyty Naukowe AR we Wrocławiu” nr 455, „Monografie” 2003, t. XXXI, s. 109–130.

między zachowaniem różnorodności biologicznej a wzrastającym ruchem na obszarach wiejskich. W Polsce dość często obserwuje się intensywny i niekontrolowany rozwój zabudowy tzw. drugich domów na obszarach cennych przyrodniczo i chaotyczny rozwój obiektów noclegowych. Następuje wzrost korzystania z transportu indywidualnego, a także zwiększenie głębokości penetracji obszarów przyrodniczo cennych. Dlatego też przy rozwoju turystyki na obszarach wiejskich należy zwrócić uwagę na jej zrównoważony rozwój⁸⁰. Zdarza się również, że mieszkańcy miast wykupują działki budowlane, co powoduje wzrost ich cen, które przekraczają możliwości nabywcze ludności miejscowej. Do innych negatywnych zjawisk związanych z rozwojem agroturystyki należy zaliczyć konflikty pomiędzy ludnością lokalną a turystami, wzrost rozluźnienia obyczajów i wzrost przestępczości, poczucie niesprawiedliwości i zmiany w tradycji kulturowej⁸¹. Poza tym na skutek niekorzystnych zjawisk społecznych (tj. kradzieże, bójki, hałasy, prostytutka) rdzenni mieszkańcy mogą odczuwać utratę bezpieczeństwa⁸². Wśród negatywnych skutków agroturystyki można wymienić także zwiększone zużycie wody, wzrost odpadów, hałas, emisję zanieczyszczeń do powietrza, zakłócenie spokoju w przyrodzie, niszczenie flory i fauny.

Negatywnym skutkiem w turystyce wiejskiej w ostatnich latach jest zatracanie istoty agroturystyki. Jest to spowodowane spadkiem liczby czynnych gospodarstw rolnych, do czego przyczynił się wzrost kosztów prowadzenia produkcji rolniczej i zmniejszenie jej opłacalności. Mieszkańcy wsi, którzy kilkanaście lat temu rozszerzyli swoją działalność o usługi agroturystyczne, dość często obecnie ograniczają produkcję rolniczą. Zjawisko to jest szczególnie obserwowane na terenach o dużej atrakcyjności przyrodniczo-krajobrazowej. Dlatego formułowane definicje agroturystyki w tych regionach dotyczą obecnie nielicznej już grupy rolników świadczących usługi turystyczne, natomiast samego terminu „agroturystyka” używa się w stosunku do szerokiej oferty turystyki wiejskiej, gdzie działalność rolnicza jest działalnością marginalną lub nie ma jej wcale, zaś niewielki areał ziemi rolniczej, często nieznacznie większy od jednego hektara, jest w dyspozycji usługodawcy w celu uniknięcia obowiązku płacenia podatku dochodowego.

⁸⁰ K. Skiba, *Różnorodność biologiczna a ruch turystyczny na obszarach wiejskich*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 166–174.

⁸¹ A. Marciniuk-Kluska, *Uwarunkowania turystyki wiejskiej na Podlasiu*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 44–50.

⁸² B. Sawicki, A.K. Mazurek-Kusiak, op.cit., s. 15.

Literatura

- Atrakcje turystyczne Ziemi Gołdapskiej*, Mrągowskie Centrum Informacji Turystycznej, <http://www.it.mragowo.pl/atrakcje-turystyczne-ziemi-goldapskiej>
- Balińska A., *Produkt agroturystyczny i jego specyfika*, w: *Marketing w agroturystyce*, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie AP w Siedlcach” 2006, nr 75, s. 139–145.
- Bednarek-Szczepańska M., *Rola podmiotów lokalnych w rozwoju turystyki wiejskiej na wybranych obszarach Lubelszczyzny*, „Studia Obszarów Wiejskich” t. 23, Wydawnictwo „Bernardinum”, Warszawa 2010.
- Bott-Alama A., *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim*, „Rozprawy i Studia USz” 2004, nr 501.
- Brelik A., *Agroturystyka jako czynnik rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2004, t. 6, z. 4, s. 22–26.
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2010 r.*, Powszechny Spis Rolny 2010, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012.
- Ciepela G.A., *Produkcja rolnicza i działalność turystyczna w gospodarstwach agroturystycznych regionu nadbużańskiego*, „Zeszyty Naukowe WSA w Łomży” 2011, nr 47, s. 28–42.
- Ciepela G.A., Balińska A., *Usługi turystyczne i ich wykorzystanie w gospodarstwach ekoagroturystycznych położonych w regionie Polski Wschodniej*, w: *Przedsiębiorczość w turystyce*, red. S.J. Starski, M. Jalinik, Wydawnictwo EkoPres, Białystok 2014, s. 261–276.
- Ciepela G.A., Balińska A., *Wykorzystanie miejsc noclegowych w gospodarstwach ekoagroturystycznych położonych w regionach o zróżnicowanej atrakcyjności przyrodniczej*, „Zeszyty Naukowe UPH w Siedlcach”, S. „Administracja i Zarządzanie” 2014, nr 103(30), s. 95–110.
- Ciepela G.A., Godlewska A., Balińska A., *Produkt agroturystyczny w podregionie olsztyńskim*, w: *Rynek usług turystycznych*, red. M. Jalinik, R. Ziółkowski, Wydawnictwo PB, Białystok 2012, s. 26–48.
- Ciepela G.A., Jankowska J., Jankowski K., *Finansowanie gospodarstw agroturystycznych ze środków unijnych w województwie mazowieckim*, „Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia” 2010, nr 9(3), s. 45–54.
- Ciepela G.A., Jankowska J., Jankowski K., *Wpływ działalności agroturystycznej na dochodowość gospodarstw rolnych północno-wschodniego Mazowsza*, w: *Rozwój turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2007, s. 196–205.
- Ciepela G.A., Jasińska A., *Rola i potrzeby współczesnego turysty w kreowaniu gospodarstw ekoagroturystycznych*, w: *Innowacje w rozwoju turystyki*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2008, s. 271–281.

- Ciepiela G.A., Kur-Kowalska M., *Usługi agroturystyczne w gminach obejmujących tereny Białowieskiego Parku Narodowego i Biebrzańskiego Parku Narodowego*, „Zeszyty Naukowe ALMAMER Szkoła Wyższa” 2014, nr 4(73), s. 51–65.
- Ciepiela G.A., Kur-Kowalska M., Jankowska J., *Opłacalność działalności turystycznej w gospodarstwach agroturystycznych środkowowschodniej Polski*, „Zeszyty Naukowe UPH w Siedlcach”, S. „Administracja i Zarządzanie” 2013, nr 98(25), s. 93–108.
- Ciepiela G.A., Sosnowski J., *Efekty ekonomiczne działalności turystycznej w gospodarstwach agroturystycznych*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 2012, nr 2(331), s. 131–149.
- Ciepiela G.A., Sosnowski J., *Wpływ atrakcyjności wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej na działalność gospodarstw rolnych regionu siedleckiego*, „Wieś i Rolnictwo” 2011, nr 1(150), s. 134–146.
- Dorocki S., Szymańska A.I., Zdon-Korzeniowska M., *Polskie gospodarstwa agroturystyczne jako przedsiębiorstwa rodzinne*, w: *Firmy rodzinne – współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej. Determinanty rozwoju*, red. A. Marjański, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2012, t. XIII, z. 8, s. 45–58.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka w Polsce – stan obecny i tendencje rozwojowe*, w: *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej związanej z obszarami wiejskimi*, red. B. Sawicki, J. Bergier, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 46–51.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Wydawnictwo WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2009.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka. Założenia – uwarunkowania – działania*, Instytut Wydawniczy Świadectwo, Bydgoszcz 1995.
- Dubel K., *Waloryzacja przyrodniczo-krajobrazowa gmin na potrzeby planowania i organizacji turystyki na wsi*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 158–167.
- Idziak W., *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*, Wydawnictwo „Alta Press”, Koszalin 2008.
- Jalinik M., *Konkurencyjność produktów turystycznych na obszarach wiejskich*, w: *Konkurencyjność produktów turystycznych*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2009, s. 153–162.
- Jaszczak A., Młynarczyk K., *Walory przyrodnicze i kulturowe a rozwój turystyki wiejskiej w gminie Biskupiec*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 212–221.
- Jędrysiak T., *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2010.
- Kasperczyk M., Kacprzyk P., *Preferencje gości odwiedzających gospodarstwa agroturystyczne*, w: *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, red. J. Bergier, B. Sawicki, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 117–120.
- Kmita E., *Agroturystyka jako szansa aktywizacji społeczno-gospodarczej środowisk wiejskich*, „Zagadnienia Doradztwa Rolniczego” 1994, nr 2, s. 17–21.

- Knecht D., *Agroturystyka w agrobiznesie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.
- Koniusz M., *Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 79–89.
- Kosmaczewska J., *Wpływ agroturystyki na rozwój ekonomiczno-społeczny gminy*, Wydawnictwo Bogucki, Poznań 2007.
- Kozak M.W., *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*, Ekspertyza dla Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych UW, Warszawa 2006.
- Krupińska W., *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w województwie zachodniopomorskim*, „Zeszyty Naukowe AR im. H. Kołłątaja w Krakowie” 2003, nr 402 („Sesja Naukowa” z. 90), s. 161–170.
- Kur-Kowalska M., Ciepela G.A., *Kreowanie produktów w turystyce wiejskiej na przykładzie województwa podlaskiego*, w: *Konkurencyjność produktów turystycznych*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2009, s. 193–205.
- Kutkowska B., *Podstawy rozwoju agroturystyki ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki na Dolnym Śląsku*, „Zeszyty Naukowe AR we Wrocławiu” nr 455, „Monografie” 2003, t. XXXI, s. 109–130.
- Lipianin-Zontek E., Szewczyk L., Zontek A., *Współdziałalność mieszkańców w kreowaniu produktu turystycznego regionu – produkty obszarów wiejskich i agroturystyczne*, „Zeszyty Naukowe USZ” nr 465, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2007, nr 8, s. 129–140.
- Lipianin-Zontek E., Zontek Z., *Promocja produktu regionalnego za przykładzie regionu Beskidy*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 105–116.
- Majewski J., *Tożsamość turystyki wiejskiej – poziomy: ogólnokrajowy, regionalny, lokalny*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 9–21.
- Marciniuk-Kluska A., *Uwarunkowania turystyki wiejskiej na Podlasiu*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 44–50.
- Michałowski K., Łagowska B., *Turystyczne produkty obszarowe czynnikiem rozwoju regionu*, w: *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo EkoPress, Białystok 2006, s. 61–70.
- Mikulska T., *Korzyści i bariery rozwoju turystyki w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem województwa małopolskiego*, w: *Ekonomiczne i społeczne aspekty turystyki wiejskiej*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 161–173.
- Młynarczyk K., *Agroturystyka*, Wydawnictwo UWM w Olsztynie, Olsztyn 2002.

- Niedziółka A., *Determinanty rozwoju usług agroturystycznych w Małopolsce*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 138–145.
- Pałka E., *Kierunki rozwoju pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich w Polsce*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2010, nr 1, s. 163–174.
- Perepeczko B., *Przeszłość i przyszłość turystyki wiejskiej w polskim rozwoju lokalnym*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 38–49.
- Pytlarz E., *Stan i perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych w powiecie kaliskim*, w: *Warunki rozwoju obszarów wiejskich*, VII Studencka Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Wrocław, 23–24 kwietnia 2010, Wydawnictwo UP we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 55–59.
- Ramotowska K., *Ekspertyza: Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów na przykładzie działalności agroturystycznej prowadzonej przez producentów rolnych województwa podlaskiego, w kontekście Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Analiza i ocena poziomu konkurencyjności działalności agroturystycznej na rynku usług turystycznych*, Goniądz 2006.
- Rąkowski G., *Koncepcja rozwoju turystyki na obszarze „Krainy Żubra”*, Wydawnictwo Starostwa Powiatowego w Hajnówce, Hajnówka 2004.
- Roman A., *Marka w agroturystyce*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 139–149.
- Roman M., *Inicjatywy klastrowe w agroturystyce na przykładzie Okopskiej Organizacji Turystycznej*, „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich” 2009, nr 6, s. 187–195.
- Sawicki B., *Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich*, Wydawnictwo AR Lublinie, Lublin 2007.
- Sawicki B., Mazurek-Kusiak A.K., *Agroturystyka w teorii i praktyce*, Wydawnictwo UP w Lublinie, Lublin 2010.
- Sikora J., *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- Sikora J., *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, WSiP, Warszawa 1999.
- Sikora J., Jęczmyk A., *Czynniki wspierające i bariery ograniczające rozwój agroturystyki*, w: *Uwarunkowania rozwoju turystyki związanej z obszarami wiejskimi*, red. B. Sawicki, J. Bergier, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 37–45.
- Sikora J., Wartecka-Ważyńska A., *Kapitał ludzki w rozwoju turystyki wiejskiej*, w: *Rozwój turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2007, s. 214–225.

- Sikorska-Wolak I., *Dywersyfikacja ekonomiczna gospodarstw rolnych jako przejaw przedsiębiorczych zachowań rolników*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie”, „Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej” 2011, nr 93, s. 29–42.
- Sikorska-Wolak I., *Społeczno-ekonomiczne przesłanki kształtowania funkcji turystycznych obszarów wiejskich*, w: *Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 13–28.
- Sikorska-Wolak I., Krzyżanowska K., *Przedsiębiorczość w ujęciu teoretycznym i w praktyce*, w: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich – stan i perspektywy rozwoju*, red. K. Krzyżanowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010.
- Sikorska-Wolak I., Zawadka J., *Oczekiwania konsumenta na rynku usług turystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012, t. V, nr 1, s. 34–47.
- Skiba K., *Różnorodność biologiczna a ruch turystyczny na obszarach wiejskich*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 166–174.
- Strzembicki L., *Marketing w agroturystyce*, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995.
- Sznajder M., Przezbórska L., *Agroturystyka*, PWE, Warszawa 2006.
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, tekst jednolity: DzU 2000 nr 14 poz. 176 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 8 stycznia 2010 r. o zmianie ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, DzU nr 171 poz. 1225 z późn. zm.
- Wiatrak A.P., *Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej*, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998.
- Wojciechowska J., *Aktywizacja wsi poprzez działalność turystyczną*, w: *Poradnik praktyczny dla samorządów lokalnych i mieszkańców wsi*, Wydawnictwo UKFiT, Łódź–Warszawa 1992.
- Woźniak M., *Wpływ agroturystyki na architekturę krajobrazu obszarów wiejskich*, „Fragmenta Agronomia” 2002, nr 1(73), s. 194–199.
- Woźniak M., Cebulak T., *Otoczenie przyrodnicze elementem wyznaczającym wzajemne relacje między turystami a przestrzenią agroturystyczną*, w: *Marketing w agroturystyce*, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie AP w Siedlcach” 2006, nr 75, s. 157–171.
- Woźniak M., Cyrek P., *Dziedzictwo kulturowe obszarów wiejskich a motywy wyboru miejsca wypoczynku (na przykładzie Bieszczadów i Beskidu Niskiego)*, w: *Turystyka w rozwoju lokalnym*, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2004, s. 200–211.
- Zawadka J., *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010.
- Zegar J.S., *Struktura polskiego rolnictwa rodzinnego*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2009.
- Zuzek D., *Możliwości rozwoju turystyki*, w: *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo PB, Białystok 2005, s. 22–26.

- Żbikowski J., Nałęcka D., *Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w świetle badań ankietowych*, w: *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, red. J. Bergier, B. Sawicki, Wydawnictwo PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2005, s. 121–128.
- Żelazna K., *Marketing mix i jego elementy w działalności turystycznej*, w: *Agroturystyka*, red. U. Świetlikowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000, s. 472–484.

Conditions for The Development of Agritourism in Poland

The paper discusses the factors that contribute to or limit the development of agritourism in Poland. Among the key drivers of the development are nature, landscape and cultural values of the Polish countryside, low income, in particular in case of small and medium agricultural farms, housing capacities and free labour resources in the countryside, state tourism development programmes as part of the initiatives aimed at promoting sustainable and multifunctional development of rural areas, local government policy, quality and competitiveness of agritourism product as well as urbanization and level of city dwellers' income. The factors that hinder growth of agritourism include low educational level, lack of qualifications and entrepreneurial mindset of farmers, resistance to change and innovation, lack of cooperation between the agriculture-supporting institutions and farmers, high costs related to the improvement of accommodation standard, poor quality of services and difficulties in obtaining credit. The article touches also upon the importance of agritourism in the development of rural areas. As a form of non-agricultural activity, agritourism entails significant benefits. It constitutes an additional source of income for agricultural farms and ensures a social ladder for the farmers. In addition, it promotes culture and heritage conservation and provides an opportunity for the farmers to gain new experience and qualifications.

Keywords: determinants of agritourism development, barriers to the development of agritourism, branded agritourism product, quality and competitiveness of agritourism service, positive effects of agritourism development

Les facteurs de développement de l'agrotourisme en Pologne

Le document examine les facteurs qui favorisent ou limitent le développement de l'agrotourisme en Pologne. Parmi les principaux facteurs de développement sont: la nature, le paysage et les valeurs culturelles de la campagne polonaise,

les faibles revenus, les conditions de logement, les ressources humaines, les programmes publics de développement du tourisme dans le cadre des initiatives visant à promouvoir un développement durable et multifonctionnelle des zones rurales, la politique de l'administration locale, la qualité et la compétitivité de l'agrotourisme ainsi que l'urbanisation et le niveau des revenus des habitants. Les facteurs qui entravent la croissance de l'agrotourisme comprennent: un faible niveau d'éducation, le manque de qualifications et d'esprit d'entreprise des agriculteurs, la résistance au changement et à l'innovation, le manque de coopération entre les institutions spécialisées et les agriculteurs, les coûts élevés liés à l'amélioration du niveau de l'hébergement, les services de faible qualité et les difficultés à obtenir des crédits. L'article aborde également l'importance de l'agrotourisme dans le développement des zones rurales. Comme une forme d'activité non-agricole, l'agrotourisme entraîne des avantages significatifs. Il constitue une source de revenu supplémentaire pour les exploitations agricoles. En outre, il favorise la conservation du patrimoine et de la culture et il offre la possibilité d'acquérir de nouvelles expériences et qualifications.

Mots-clés: les déterminants du développement de l'agrotourisme, les obstacles au développement de l'agrotourisme, la qualité et la compétitivité des services dans l'agrotourisme, les effets positifs du développement de l'agrotourisme

Условия развития агротуризма в Польше

В статье рассматриваются факторы, способствующие и ограничивающие развитие агротуризма в Польше. Ключевые факторы развития включают: природу, ландшафт и культурные ценности польской деревни, низкий уровень доходов, в частности малых и средних сельскохозяйственных предприятий, свободные жилищные и трудовые ресурсы в сельских местностях, государственные программы развития туризма в рамках инициатив, направленных на содействие устойчивому и многофункциональному развитию сельских районов, политика местных органов власти, качество и конкурентоспособность агротуристического продукта, а также урбанизация и уровень доходов горожан. Существует также много факторов, которые мешают его росту, в том числе: низкий уровень образования, отсутствие квалификаций и предпринимательского мышления у фермеров, сопротивление переменам и инновациям, отсутствие сотрудничества между учреждениями, установленными для поддержки сельского хозяйства, и фермерами, высокие затраты, связанные с улучшением жилищных условий, низкое качество услуг и трудности в получении кредита. В статье уделяется внимание важности

агротуризма для развития сельских районов. Как несельскохозяйственная деятельность, агротуризм влечет за собой значительные преимущества. Представляет собой дополнительный источник дохода для фермеров и обеспечивает им возможность социального продвижения. Кроме того, он способствует сохранению культуры и наследия, а также дает возможность получить новый опыт и квалификации.

Ключевые слова: детерминанты развития агротуризма, барьеры развития агротуризма, брендовый агротуристический продукт, качество и конкурентоспособность агротуризма, положительные эффекты развития агротуризма