

Jarosław Lichacy

PODNOŻENIE JAKOŚCI USŁUG W TURYSTYCE WIEJSKIEJ NARZĘDZIEM ROZWOJU EKONOMII SPOŁECZNEJ

THE IMPROVEMENT OF THE QUALITY OF SERVICES IN RURAL TOURISM AS A TOOL FOR DEVELOPMENT OF SOCIAL ECONOMY

Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”
ul. Marszałkowska 3/5, 00-624 Warszawa, lichacy@agroturystyka.pl; j.lichacy@gmail.com
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
ul. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, dve-doktoranckie@ue.poznan.pl

Summary. In today's market, the rural tourism has found its permanent place as well as its part which operates on the basis of farms or agricultural tourism. The last few years have shown how much had this field of tourism developed. It brings additional, and increasingly often, the main income to rural residents. Agricultural tourism, causing the development of the smallest unit of society, which is the family, positively affects the economic health of rural community as a whole. This is a very important element of the social economy. Today, agrotourism activity is treated as a profitable business. In order for it to continue to grow and bring increasing income, one needs to run the mechanisms that make it more competitive. This paper presents one of the ways of improving the competitiveness of rural tourism sites. The improvement of the services quality and their standardization can become a very important weapon in the competitive struggle. The residents of rural areas are accustomed to the use of protective mechanisms. Categorization of rural accommodation facilities and the offered high quality services is a natural method, which brings lasting effects, for the improvement of competitiveness. The article presents the methods, which could serve as an incentive to improve the quality of services in rural tourism facilities. On the example of a coastal region, the competition, which agricultural tourism has to deal with, was presented. This means that the real battle for tourists is only just beginning.

Słowa kluczowe: ekonomia społeczna, jakość usług, konkurencyjność, turystyka wiejska.
Key words: competitiveness, quality of service, rural tourism, social economy.

WSTĘP

Na współczesnym rynku trwale miejsce znalazła turystyka wiejska, w tym prowadząca działalność opartą na gospodarstwach rolnych, czyli agroturystyka, która w ostatnich kilkunastu latach bardzo się rozwinęła. Przynosi ona dodatkowe, a coraz częściej podstawowe dochody mieszkańcom wsi. Agroturystyka, powodując rozwój najmniejszej jednostki społeczeństwa, jaką jest rodzina, wpływa na lepszą kondycję ekonomiczną całej społeczności wiejskiej. To właśnie na członkach rodziny najczęściej oparta jest działalność gospodarstw agroturystycznych i, jak dowodzą badania, model ten jest bardzo funkcjonalny i trwały, a zarazem stanowi bardzo istotny element ekonomii społecznej. Dzisiaj działalność agroturystyczna traktowana jest jako dochodowa działalność gospodarcza. Aby dalej się rozwijała i przynosiła coraz większe dochody, trzeba podnieść jej konkurencyjność. W artykule zaprezentowano jeden ze sposobów poprawy konkurencyjności obiektów turystyki wiejskiej. Wyższa jakość usług oraz ich standaryzacja mogą być bardzo skuteczną bronią w walce

konkurencyjnej. Mieszkańcy obszarów wiejskich są przyzwyczajeni do stosowania mechanizmów ochronnych. Kategoryzacja obiektów wiejskiej bazy noclegowej i oferowanych usług o wysokiej jakości to naturalny i przynoszący trwałe efekty sposób na poprawę konkurencyjności. W artykule przedstawiono sposoby podnoszenia jakości usług w obiektach turystyki wiejskiej. Na przykładzie regionu nadmorskiego pokazano także, z jaką konkurencją musi się zmierzyć agroturystyka, jako że prawdziwa walka o turystów dopiero się rozpoczyna. Wygrana w tej walce zależy będzie na pewno od jakości oferowanych usług, bo to właśnie na ten element dzisiejszy turysta kładzie największy nacisk. W artykule autor wykorzystał doświadczenia wynikające z wieloletniej praktyki.

TURYSTYKA WIEJSKA A EKONOMIA SPOŁECZNA

„Rozwój turystyki wiejskiej następuje ewolucyjnie i właśnie się zakończyła pierwsza faza. Zdaniem specjalistów, społeczność i biznes na całym świecie zajmują się turystyką. Praktycy gospodarczy poznają sekrety sukcesu na tym polu oraz badają przyczyny niepowodzeń, natomiast pracownicy naukowci śledzą jej rozwój i dyskutują nad perspektywami. W kwestii przypomnienia, turystyka opierająca się na gospodarstwach czyli agroturystyka już od dawna jest znana w Europie i odnosi sukcesy” (Gaworecki 2003, s. 95). Należy stwierdzić, że wieś jeszcze poszukuje kierunków swojego rozwoju. Mimo że wypoczynek na wsi ma długą tradycję, to właściwy rozwój turystyki wiejskiej trwa od kilkunastu lat. Mówiąc o właściwym rozwoju, należy mieć na myśli rozwój oparty na uregulowaniach prawnych. Nie rozsądzać tu, czy są one idealnymi podstawami, należy uznać, że dają szansę i ukierunkowują tę tak ważną dziedzinę rozwoju obszarów wiejskich. Działalność gospodarcza polegająca na obsłudze turystów w gospodarstwach rolnych jest bardzo ważnym elementem ekonomii społecznej na wsi. W czasach Polski Ludowej to właśnie mieszkańcy wsi potrafili zachować własność prywatną w postaci swoich gospodarstw, co często budziło sprzeciw ówczesnej władzy. To wtedy rodziły się załączki ekonomii społecznej na wsi. W tamtym okresie wypoczynek na wsi nazywany był „wczasami pod gruszą”. Choć to nie tak odległe czasy, to różnice są kolosalne. „U progu XXI w. każde miejsce na ziemi jest dostępne. Umożliwiają to: e-mail, faksy i telefony, samoloty, szybkie koleje, autostrady i drogi szybkiego ruchu oraz coraz powszechniejsze posiadanie samochodu. Naturalnie istnieją jeszcze obszary odosobnione, ale jest ich coraz mniej, a ich dostępność dla turystów to kwestia czasu. Postęp techniczny i technologiczny umożliwił również rozwój produktu dla turystyki wiejskiej. Chodzi tu o sprzęt ułatwiający turystykę kwalifikowaną. Elektroniczne przesyłanie pieniędzy i karty płatnicze usuwają bariery w obrocie bezgotówkowym na obszarach wiejskich” (Gaworecki 2003, s. 94).

Przed przemianami demokratyzującymi kraj wczasy u rolnika bez jakichkolwiek wymagań nie budziły zastrzeżeń, to dzisiaj oczekiwania turystów praktycznie z roku na rok są coraz większe. Wraz z rozwojem i wzrostem liczby gospodarstw agroturystycznych zaczęły powstawać skupiające je stowarzyszenia. Niektóre powstały z inicjatywy samych kwaterodawców, lecz najczęściej było to inspirowane przez ośrodki doradztwa rolniczego. Ośrodki te prowadziły wiele szkoleń i kursów dla rolników chcących prowadzić działalność agroturystyczną. Z perspektywy czasu można ocenić, że był to dobry okres w rozwoju agroturystyki.

W roku 1995 doszło do porozumienia kilkunastu stowarzyszeń agroturystycznych i dzięki funduszom programu TOURIN I,I utworzono Polską Federację Turystyki Wiejskiej Gospodarstwa Gościnne. Była to krajowa instytucja nadająca ton rozwojowi turystyki wiejskiej, a na pewno będąca poważnym partnerem do dyskusji w sprawie rozwiązań systemowych. Na podstawie tego programu i doświadczeń innych krajów wypracowano system kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej, który wdrożono w 1996 roku i przekazano w zarządzenie właśnie Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej Gospodarstwa Gościnne. Po wielu zmianach udoskonalających system oceny WBN jest stosowany do dzisiaj. Mimo różnych opinii na temat kategoryzacji wiejskich obiektów turystycznych, jedno jest pewne – umożliwiają one poprawę jakości jej usług. W większości krajów europejskich są takie systemy oceny i nikt nie dyskutuje na temat ich sensowności.

Przed rozpoczęciem działalności agroturystycznej należy uzyskać zezwolenie na jej prowadzenie. Turyści wybierający wypoczynek w obiekcie turystyki wiejskiej potrzebują obecnie nie tylko obcowania z naturą, spróbowania tradycyjnej, wiejskiej i regionalnej kuchni czy kontaktu ze zwierzętami gospodarskimi, ale coraz wyższej jakości obiektów i usług. Wiele gospodarstw agroturystycznych oferuje dobre warunki wypoczynku. Niestety, bywają też takie, które nie spełniają żadnych wymogów, a jakość usług jest na bardzo niskim poziomie. Takie obiekty rzutują na całą branżę agroturystyczną, a zła opinia odstrasza turystów od korzystania z tej formy wypoczynku. Brak uregulowań prawnych dotyczących minimalnego standardu i kontroli jakości usług turystycznych w gospodarstwach nie przysparzają klientów. Nie dotyczy to tylko tych obiektów, które nie dbają o dobrą jakość usług. Pozytywne jednak jest to, że mimo braku obowiązku kategoryzacyjnego, ponad pół tysiąca gospodarstw agroturystycznych dobrowolnie poddało się kategoryzacji. Inspektorzy kategoryzacyjni sprawdzili te obiekty, ocenili je, a przyznany certyfikat wraz z kategorią mogą być ważnym elementem marketingowym. Można prognozować, że gospodarstwa o wysokim standardzie będą nadawać ton rozwojowi agroturystyki.

W kilka tygodni po kongresie turystyki wiejskiej, współorganizowanym przez UNWTO oraz EUROGITÉS, który odbył się w Rumunii i w którym uczestniczyli także przedstawiciele Polski, wiadomo, jakie kierunki rozwoju obierze wiejska turystyka europejska. Jakość to największe wyzwanie rozwoju dzisiejszej agroturystyki, ale i największa szansa w starciu z coraz większą konkurencją. Głównym celem oceny kategoryzacyjnej jest określenie jej podstawowego poziomu, umożliwiającego prowadzenie działalności. Nie chodzi tutaj o żadną formę nakazową, bo, jak wiadomo, nie zawsze się ona sprawdza, ale raczej o zachętę. Należy uświadomić kwaterodawcom, że to w ich interesie jest zapewnienie tego minimum – na tym powinny się koncentrować szkolenia. Ponadto to na samorządach spoczywa obowiązek kontroli obiektów usług turystycznych i hotelarskich (Ustawa o samorządzie gminnym... 1990). Jednak z obowiązku tego wywiązuje się niewiele z nich. Do kontrolowania potrzebna jest odpowiednio przygotowana kadra. Może warto zaproponować rozwiązanie oparte na podatku od nieruchomości, który budzi kontrowersje z powodu sezonowości usług. Przykład: obiekt zapewniający minimalny standard usług byłby zwolniony z części podatku. Im wyższy udokumentuje standard usługi, tym większe uzyska zwolnienie. Straty z wpływów podatkowych są tylko pozorne, ponieważ pozwala to na eliminację szarej strefy. Zyskuje się wiele obiektów o wyższym standardzie, a co za tym idzie, rośnie liczba odwiedzających

turystów i w końcu to oni pokryją różnicę wynikającą ze zwolnień podatkowych oferowanych kwaterodawcom w zamian za podnoszenie jakości usług. Większa liczba turystów to więcej pieniędzy w formie podatku od różnych usług turystycznych i okołoturystycznych oraz oczywiście wpływy z podatku VAT. Kolejnym sposobem na dobrowolne poddanie się ocenie jest sposób naliczania opłaty miejscowej, potocznie zwanej klimatyczną. Im wyższa klasa obiektu, tym niższa stawka opłaty. Podwyższając standard obiektu, obniża się koszty pobytu w nim. Na taki argument zareaguje na pewno większość turystów.

Przedstawione propozycje nie wyczerpują rozwiązań, które mogą zastosować samorządy gminne. Rozwiązania te opierają się na rozwiązaniach podatkowych bardzo istotnych dla całej branży turystyki wiejskiej, a leżących właśnie w gestii samorządów gminnych i uregulowanych uchwałami rad gmin. Reasumując, samorząd gminny z jednej strony ma kompetencje prawno-administracyjne do kontroli działalności turystycznej, a drugiej – kształtuje warunki rozwoju gospodarki turystycznej (Wyrzykowski, Marak 2010). Problemem może okazać się pasywność gmin we wprowadzaniu nowych rozwiązań do polityki rozwoju lokalnego (Kozak 2009).

Samorząd powiatowy, mający za zadanie m.in. koordynację działań promocyjnych na terenie swojego powiatu, może reklamować ze swoich środków tylko obiekty spełniające określone minimum lub o wyższym standardzie. Wiadomo, że promocja jest bardzo ważnym i nieodzownym elementem działalności turystycznej. Każdemu kwaterodawcy powinno zależeć na reklamie swojego obiektu, tym bardziej, że jedynym kosztem, jaki musiałby ponieść, byłby koszt związany z uzyskaniem minimum standardowego w swoim obiekcie.

Samorząd wojewódzki mógłby wykorzystać sposób podobny do zastosowanego przez samorząd województwa małopolskiego. Marszałek województwa poniósł dużą część kosztów kategoryzacji obiektu. Okazało się to skuteczne, ponieważ dzisiaj w województwo małopolskim jest najwięcej gospodarstw posiadających kategoryzację. A co na to administracja rządowa?

Określenie jakości usług noclegowych wymaga kategoryzacji turystycznych obiektów noclegowych. Głównym jej celem jest zapewnienie jakości przez określenie podstawowego poziomu, chronionego administracyjnie. Poniżej tego poziomu świadczenie usług jest niedopuszczalne ze względu na wymagania sanitarne i szerzej rozumianą ochronę interesów klienta. Podstawą prawną wprowadzenia w Polsce klasyfikacji i kategoryzacji obiektów świadczących usługi hotelarskie, jest Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych. Określono w niej wymagania co do wyposażenia hoteli, moteli, pensjonatów, domów wycieczkowych, schronisk młodzieżowych, campingów i pól biwakowych oraz zakresu świadczonych usług. W myśl tej ustawy gospodarstwa agroturystyczne zaliczono wraz z zajazdami, gościńcami, pokojami gościnnymi, domami wypoczynkowymi, ośrodkami wczasowymi, apartamentami i rezydencjami do kategorii „inne obiekty”. W obiektach tych świadczone usługi powinny spełniać jedynie minimalne wymagania pod względem wyposażenia oraz wynikające z przepisów szczególnych (sanitarnych, przeciwpożarowych itp.). W ustawie dość szczegółowo określono owo minimum, lecz problemem jest egzekwowanie przestrzegania tych przepisów w praktyce (Wyrwicz 2011).

Na każdym poziomie samorządów można znaleźć rozwiązania wspomagające podejmowanie decyzji przez kwaterodawców dotyczące podnoszenia jakości usług czy podda-

wania się systemowi oceny. System zarządzania turystyką w Polsce w okresie gospodarki centralnie zarządzanej uległ zmianie. Kolejne reformy, w tym administracyjna, spowodowały, że decyzje ważne dla poszczególnych regionów są podejmowane na poziomie województwa, powiatu lub gminy. Obecnie rozwój turystyki jest uzależniony od wielu, często bardzo złożonych czynników, gdyż sama turystyka jest zjawiskiem złożonym. Jej wielowymiarowy, dynamiczny charakter ma odzwierciedlenie w różnych obszarach życia człowieka (Kornak, Rapacz 2006). A.S. Kornak i A. Rapacz potwierdzają tezę, że to na poziomie samorządów jest wiele możliwości wpływu na rozwój turystyki, a szczególnie na wprowadzanie mechanizmów powodujących wzrost jakości usług w turystyce, w tym także w turystyce wiejskiej i agroturystyce.

AGROTURYSTYKA REGIONU NADMORSKIEGO I JEJ POZYCJA KONKURENCYJNA

Wybrzeże to jeden z najatrakcyjniejszych turystycznie regionów Polski. Jest tu wiele wiejskich obiektów turystycznych, w tym agroturystycznych. Bliskość morza, piaszczystych plaż, przymorskich jezior, lasów oraz duża liczba gospodarstw powodują, że warunki do rozwoju agroturystyki są tu wręcz podręcznikowe, choć atrakcyjne położenie to także większa konkurencja. Na terenach nadmorskich jest wiele różnych obiektów turystycznych. Teren jest atrakcyjny turystycznie, zatem każdy turysta znajdzie tu dla siebie coś odpowiedniego. Chęć szybkiego zysku i atrakcyjność terenu skierowało inwestorów w ten region, a to spowodowało niekontrolowane budownictwo różnego rodzaju domków i budek letniskowych, w tym przyczep campingowych. Brakuje bowiem wizji rozwoju tych obszarów i trudno uznać, że sytuacja jest pod kontrolą organów odpowiedzialnych za przygotowywanie takich strategii. Jak można zaobserwować, ta różnorodna infrastruktura turystyczna powstaje w regionie nadmorskim na każdym skrawku ziemi. Odwrotnie do zasady ekonomicznej, mówiącej, że popyt wymusi podaż. To podaż wymusza popyt. Jakie to rodzi konsekwencje dla branży agroturystycznej?

Głównym kryterium wyboru miejsca wypoczynku często jest cena, a ta w nowo powstałych obiektach jest na ogół dużo niższa niż w gospodarstwach agroturystycznych, chociażby chęci szybkiego zysku, na który są nastawieni nowi inwestorzy. Kierują się zasadą, że obojętnie jakie pieniądze, byleby zarobić, a inwestycja zwróci się jak najszybciej. Sposób rozumowania ekonomicznego nie jest w tym przypadku naganny, ponieważ takie są zasady ekonomii. Przedmiotem rozważań jest natomiast pozycja konkurencyjna agroturystyki i tutaj ocena może być tylko negatywna. W większości właściciele nowo powstałych obiektów turystycznych zamieszkują na innych terenach i w niewielkim stopniu utożsamiają się z miejscami, na których inwestują, czyli z nadmorską wsią. Mają inne źródła dochodów, często dużo wyższe niż dochody mieszkańców sąsiednich posesji, którzy nie mają środków, by przekształcić gospodarstwo na potrzeby turystów. Dla nich zarobione pieniądze nie będą atrakcyjną lokatą w banku, ale np. pozwolą na dalszą edukację dzieci, która umożliwi im spojrzenie na rodzinne tereny jako na te, które dadzą im zarabiać i żyć. W efekcie nie wyjadą do miasta w poszukiwaniu lepszego miejsca do życia. To właśnie ekonomia społeczna,

której elementów rozwoju poszukuje się w agroturystyce, stwarza szanse rozwoju jednostki. Działalność agroturystyczna, jak wspomniano, opiera się właśnie na rodzinie wiejskiej, jako podstawowej komórce społeczeństwa. Nie pokazując szans rozwoju gospodarstw agroturystycznym i możliwości poprawy ich konkurencyjności, w wielu przypadkach skazuje się te obiekty na ruinę. Poparciem tej tezy jest to, że bardzo wiele młodych ludzi, nie widząc szans rozwoju, wyjeżdża ze wsi. Gospodarstwa niszczone i paradoksalnie odkupywane są za niewielkie pieniądze, gdy już nie mają wielkiej wartości, często po śmierci rodziców, by szybko wybudować domek letniskowy lub postawić przyczepę typu holenderskiego. Taka jest właśnie tendencja rozwoju nadmorskiej wsi. Z punktu widzenia branży agroturystycznej nowe inwestycje w takiej formie powodują zachwianie konkurencyjności gospodarstw. Przykład regionu nadmorskiego podano celowo, ponieważ panująca tam sytuacja nie pozostawia złudzeń co do wzmocnienia konkurencyjności gospodarstw agroturystycznych.

PODSUMOWANIE

Potencjał turystyczny polskiej wsi jest tak duży, że stwarza szanse rozwoju jej mieszkańcom jeszcze przez wiele lat. Sama atrakcyjność wsi jednak nie wystarczy. Nieodzownym warunkiem jest odpowiednia polityka wobec turystyki wiejskiej, a ponadto ważne są mechanizmy poprawy jej konkurencyjności. Propozycje przedstawione w artykule mogą spowodować, że gospodarstwa agroturystyczne staną się bardziej konkurencyjne i wzmocnią swoją pozycję na rynku. Dzięki temu staną się silnym elementem ekonomii społecznej, a ich dochody wpłyną na rozwój obszarów wiejskich.

PIŚMIENNICTWO

Gaworecki W.W. 2003. Turystyka. Warszawa, PWE, 94–95.

Kornak A.S., Rapacz A. 2006. Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie, w: Regionalne aspekty rozwoju turystyki biznesowej na przykładzie Podlasia. Red. T. Mazurek, J. Sikora. Rzeszów, WSiIZ, 465.

Kozak W.M. 2009. Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem. Warszawa, Wyd. Nauk. Scholar.

Ustawa o samorządzie gminnym z dn. 8.08.1990. DzU 1990, nr 16, poz. 95.

Wyrwicz E. 2011. Departament Turystyki, Ministerstwo Sportu i Turystyki. Materiały z Kongresu Turystyki Wiejskiej, Alba Iulia Rumunia. Warszawa.

Wyrzykowski J., Marak J. 2010. Turystyka w ujęciu interdyscyplinarnym. Wrocław, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu.