

Przewodnik metodyczny
dla mieszkańców obszarów wiejskich
obwodu winnickiego

Poradnik został opracowany w ramach projektu: „Agroturystyka szansą rozwoju obwodu winnickiego”, współfinansowanego z programu polskiej pomocy zagranicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej w 2009 r.

www.polskapomoc.gov.pl



Realizatorzy projektu:

Aplikant



Województwo Świętokrzyskie
Urząd Marszałkowski Województwa
Świętokrzyskiego
Departament Promocji, Edukacji,
Kultury, Sportu i Turystyki
ul. Paderewskiego 34a
25-502 Kielce, Polska
Tel. +48 41 341 69 54
Fax: +48 41 362 56 06
e-mail: anna.wlosek@sejmik.kielce.pl
www.sejmik.kielce.pl

Partnerzy



Administracja Państwowa
Obwodu Winnickiego
ul. Soborna 70
2100 Winnica, Ukraina
tel. +38 043 259 21 10
e-mail: oda@vin.gov.ua
www.vin.gov.ua



Związek na Rzecz Rozwoju Turystyki
Wiejskiej na Ukrainie
ul. Zabołotnego 19
03680 Kijów, Ukraina
tel. +38 044 223 38 17
e-mail: vgt@i.com.ua
www.greentour.com.ua

Współpraca



Winnicki Obwodowy
Oddział Stowarzyszenia
„Ukraina – Polska – Niemcy”
ul. Soborna 85
21050 Winnica, Ukraina
tel. +38 043 256 27 29
faks: +38 043 256 26 09
e-mail: ukrpolgerm@ukr.net

Winnicki Obwodowy Oddział Związku
na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej
na Ukrainie
Oksana Bas
tel. +38 067 684 84 14
e-mail: podolyanka@ukr.net
www.greentour.vn.ua

Opracował zespół w składzie:

Jerzy Kosanowski – główny ekspert polski
Volodymyr Vasyliiev – ekspert ukraiński
Ewa Borycka – ekspert polski
Dariusz Dąbek – ekspert polski
Leszek Trębacz – ekspert polski
Paweł Walczyszyn – ekspert polski

Redakcja

Anna Włosek

Skład

Drukarnia Cyfrowa INGA
ul. Niska 5/11, 25-317 Kielce
tel. 41 344 77 05
tel. 794 429 666
www.e-inga.pl

Magdalena Warszawa

Publikacja wyraża wyłącznie poglądy
autorów i nie może być utożsamiana
z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa
Spraw Zagranicznych RP.

ISBN: 978-83-61192-32-9

Spis treści

1. Wprowadzenie do agroturystyki	217
2. Znaczenie agroturystyki w rozwoju ekonomicznym obszarów wiejskich	223
3. Uwarunkowania administracyjno-prawne w prowadzeniu działalności agroturystycznej na Ukrainie	227
4. Jakość i profesjonalizm warunkiem powodzenia w agroturystyce .	237
4.1. Profesjonalna obsługa gości	237
4.2. Zasady zarządzania kwatery	246
5. Kategoryzacja i standaryzacja bazy agroturystycznej	251
6. Wymagania higieniczno-sanitarne związane z żywieniem gości oraz prowadzeniem bazy noclegowej	269
7. Aspekty zrównoważonego rozwoju wsi	273
8. Produkt turystyczny. Produkty lokalne i regionalne.	281
8.1. Produkt turystyczny	281
8.2. Produkty lokalne i regionalne	283
9. Stowarzyszenia i ich rola w rozwijaniu produktu turystycznego. Tworzenie lokalnych grup działania	287
9.1. Rola stowarzyszeń w rozwoju turystyki wiejskiej	287
9.2. Współpraca partnerska w rozwoju turystyki wiejskiej	290
10. Planowanie i marketing w turystyce wiejskiej	297
10.1. Podstawy planowania w turystyce wiejskiej	297
10.2. Marketing w turystyce wiejskiej	302
11. Załączniki	327
11.1. Wykaz niektórych Ukazów Prezydenta Ukrainy i decyzji Gabinetu Ministrów Ukrainy, poszczególne prawa, w których omawiane są kwestie rozwoju ekologicznej turystyki wiejskiej	327
11.2. Opracowania warsztatowe	329
11.3. Deklaracja współpracy partnerskiej na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej w obwodzie winnickim	342
11.4. Katalog gospodarstw agroturystycznych na terenie obwodu winnickiego	344

Wprowadzenie do agroturystyki

1

Termin „turysta”, „turystyka” pojawia się dopiero pod koniec XIX wieku. „Agroturystyka” natomiast, jako pojęcie socjologiczno-ekonomiczne i gospodarcze dopiero pod koniec XX w.

Odkąd pojawiły się wsie, ludzie już od wieków, aż do współczesnych czasów, często wyjeżdżali na łono natury w celu nabrania sił i zdrowia, a także ze zwykłej ciekawości. Nikt jednak takiego ruchu, zachowania i relacji nie nazywał agroturystyką.

Określenia charakteryzujące turystykę i związane z nią zjawiska, ewoluowały w miarę coraz większego zainteresowania społecznego.

Podstawowe definicje

Dla uporządkowania nazewnictwa i lepszego zrozumienia istoty poszczególnych zjawisk, przedstawiamy ich definicje, proponowane przez Polską Izbę Agroturystyki.

TURYSTA – osoba, która opuszcza miejsce swojego stałego zamieszkania i udaje się poza jego teren, dowolnym środkiem komunikacyjnym lub pieszo w celach innych niż zamiar osiedlenia się i zarobkowania.

TURYSTYKA – całokształt zjawisk społecznych, czynników i czynności, jakie nierozdzielnie towarzyszą turystom, którzy przemieszczają się w celach nie związanych z osiedlaniem się i zarobkowaniem. Do nich zaliczamy m.in.: poznawanie, przygodę, edukację, przeżycia duchowe, zdrowotne, itp.

USŁUGA TURYSTYCZNA jest to taka działalność (lub działanie), która zmierza do zaspokojenia wszystkich (podstawowych, pośrednich i bezpośrednich) potrzeb turysty, a została wywołana popytem lub podażą turystyczną.

RUCH TURYSTYCZNY – czasowa, dobrowolna zmiana miejsca pobytu w celach poznawczych, wypoczynkowych, zdrowotnych, i innych.

TURYSTYKA WIEJSKA – stanowi formę rekreacji na obszarach wiejskich i obejmuje różne formy aktywności związane z przyrodą, wędrówkami, turystyką zdrowotną, krajoznawczą, kulturową i etniczną, wykorzystującą zasoby i walory wsi.

AGROTURYSTYKA – forma wypoczynku realizowana na obszarach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową, aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem.

EKOAGROTURYSTYKA – forma turystyki na obszarach wiejskich, polegająca na spędzaniu czasu wolnego w ekologicznych gospodarstwach rolnych,

Te definicje ułatwią Ci poruszanie się po przewodniku

polegająca na aktywnym wypoczynku i włączaniu się do wykonywania drobnych prac w gospodarstwie i spożywaniu ekologicznej żywności.

WALORY TURYSTYCZNE są to regiony, miejscowości, szlaki turystyczne, obiekty będące celem podróży turystycznych z uwagi na występujące tam specyficzne elementy i cechy środowiska geograficznego.

WALORY WYPOCZYNKOWE – cechy pozwalające na preferowanie turystyki stawiającej za główny cel wypoczynek.

WALORY KRAJOZNAWCZE – cechy pozwalające na aktywne i poznawcze spędzenie wypoczynku.

PRODUKT TURYSTYCZNY – usługi, miejsca, imprezy, czynności, przedmioty fizyczne, oferowane na rynku, aby zaspokoić pragnienia, potrzeby turystów.

ELEMENTY PRODUKTU TURYSTYCZNEGO – atrakcje naturalne, atrakcje społeczne, atrakcje kulturowe.

ELEMENTY INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ – baza noclegowa, baza gastronomiczna, baza transportowa, baza towarzysząca, usługodawcy.

TURYSTYKA PRZYJAZNA ŚRODOWISKU – turystyka, która spełnia następujące funkcje:

- sprzyja poprawie jakości życia społeczności i gospodarzy,
- zapewnia gościom odpowiedniej jakości wypoczynek,
- nie powoduje dewastacji środowiska.

Wśród trendów globalnych w turystyce zauważyć można **wzmoczone zainteresowanie turystyką poznawczą, turystyką aktywną**, alternatywnymi do tradycyjnych sposobami spędzania czasu wolnego.

Turysta w czasie urlopu poszukuje **ciszy, wolności od tłumu, czystego powietrza, większej indywidualności i intymności przeżyć osobistych, kontaktu ze środowiskiem**. Turysta poszukuje nowych doznań kulturowych, narodowych. **Ciekawy jest innych tradycji, obyczajów.**

Jednocześnie **wzrasta zainteresowanie turystyką krajową, regionalną**, czyli odwiedzający preferują wyjazdy w obrębie własnego kraju/regionu. Nie bez znaczenia są również znacznie niższe koszty pobytów wypoczynkowych u rodzin rolniczych.

Specyfika turystyki wiejskiej

- Zlokalizowana na obszarach wiejskich.
- Oparta o specyficzne właściwości wsi jak: otwarta przestrzeń, produkcja rolnicza, kontakt z przyrodą, tradycyjne społeczności i zwyczaje, dziedzictwo kulturowe.
- Wiejska w skali, zarówno jeśli chodzi o obiekty jak i skalę działalności.
- Tradycyjna w swoim charakterze.

- Wieloraka, oddająca złożoność wiejskiego środowiska, gospodarki i historii.
- Rytm życia wiejskiego.
- Świeża żywność, wyprodukowana w gospodarstwie kwaterodawcy lub we wsi.

Cechy turystyki wiejskiej

- Równowaga pomiędzy środowiskiem, ekonomią i aspektami socjalnymi.
- Integracja działalności turystycznej z celami ochrony przyrody oraz życiem społeczno-gospodarczym.
- Kształtowanie nowych postaw i zachowań zarówno turystów, jak i kwaterodawców.
- Bazowanie na potencjale społecznym i gospodarczym danego obszaru.

Dlaczego rozwija się agroturystyka?

- Nieodparty urok terenów wiejskich i ich walorów dla mieszkańców miast, dla których wieś jest ucieczką od tłoku, przemysłu i pogoni życia.
- Pojawienie się mody na wypoczynek w naturalnym środowisku. Wielu turystów jest znudzona wypoczynkiem w zatłoczonych pełnych hałasu miejscowościach wczasowych.
- Rozwój transportu, i poprawa jakości dróg, umożliwiającą szybki i łatwy dostęp turystów do odległych terenów o czystym środowisku.
- Większa dostępność tej formy wypoczynku dla osób o nie najwyższych zarobkach.
- Kluczem do sukcesu w agroturystyce jest powiązanie z tradycją wiejskiej gościnności.
- Zakwaterowanie w którym atmosfera, elementy dekoracyjne, otoczenie nawiązują do tradycyjnej architektury.
- Lokalna kuchnia z typowymi, wiejskimi daniami, zapachami i smakami.
- Indywidualne, osobiste podejście gospodarzy do gości, z naciskiem na turystów indywidualnych,
- Wysoka jakość i dostępność informacji, która nie kreuje nieprawdziwego wizerunku wsi.

Podział agroturystyki

Podział agroturystyki oparty jest na jej znaczeniu ekonomicznym i praktycznym, z uwzględnieniem położenia geograficznego wsi oraz gospodarstw rolnych, biorąc pod uwagę ich możliwości pełnienia funkcji społeczno-

W tym upatruj szanse dla siebie! Wykorzystaj je i sprowadź turystów!

Zaproponuj turystyce aktywny wypoczynek, coś wyjątkowego i „swojego”

Skieruj ofertę do turysty zagranicznego. Rozreklamuj ją

Skieruj ofertę do turysty krajowego. Rozreklamuj się na rynku wewnętrznym

-socjologicznej, ekonomicznej, do jakiej są przeznaczone w życiu i gospodarce krajowej.

Obszary
wiejskie o dużej
atrakcyjności
turystycznej

AGROTURYSTYKA PODMIEJSKA – REKREACYJNA

Będą to wsie i gospodarstwa rolne położone wokół wielkich aglomeracji miejskich. Często mogą to być tereny bez specjalnych walorów turystycznych z łatwym dostępem komunikacyjnym (droga, autostrada, kolej, metro itp.). Można tam uprawiać następujące formy spędzania wolnego czasu i turystyki:

1. **Turystyka weekendowa i świąteczna.**
2. **Turystyka kwalifikowana** (piesza, rowerowa, konna, górską).
3. **Forma uzupełniająca** – jako tania baza noclegowa wokół aglomeracji miejskich.
4. **Jako forma ścieżki edukacyjnej** (regionalnej i kulturowej), dla młodzieży szkolnej z miasta.

AGROTURYSTYKA ZAMIEJSKA – W CZASOWA

Do tej grupy zaliczymy wszystkie miejscowości wiejskie położone na obszarach o szczególnej atrakcyjności turystycznej (bogactwo walorów krajoznawczych, przyrodniczych, antropologicznych, więc klimat i ukształtowanie, morze, góry, jeziora, rzeki, lasy itp.), daleko od cywilizacji, dzikość itp. W tych miejscowościach musimy nastawić się na dłuższe spędzanie czasu i urozmaicone rodzaje wypoczynku.

1. **Wypoczynek urlopowy**
2. **Turystyka kwalifikowana i aktywna** – przygodowa, wędkowanie, myśliwska, kajakowa, jeździectwo, kolarstwo, rowerowa, piesza, paralotnie, kolarstwo górskie, żeglarska, narciarska, itp.
3. **Szkolna pobytowa** – wakacyjna, biwaki, wycieczki kilkudniowe, zielone szkoły, kolonie, obozy, zimowiska, warsztaty plenerowe.

Obszary wiejskie
o charakterze
uzdrowiskowym

AGROTURYSTYKA PODMIEJSKA I ZAMIEJSKA – UZDROWISKOWA

Do nich należą wszystkie miejscowości wiejskie oraz gospodarstwa rolne położone na obrzeżach uzdrowisk lub wsie o statusie uzdrowiska. Posiadają one przeważnie bardzo dobrą dostępność komunikacyjną, dysponują dobrą infrastrukturą oraz posiadają bazę zabiegowo – leczniczą. W tych miejscowościach przebywamy całorocznie w długich okresach pobytu.

Obszary wiejskie
na terenie których
znajdują się symbole
kultu religijnego

AGROTURYSTYKA RELIGIJNA

Dotyczy wyjątkowych miejscowości, posiadających sanktuaria i miejsca kultu religijnego zarówno na obszarach wiejskich lub wokół miast, w których znajdują się symbole kultu religijnego i centra międzynarodowego ruchu

pielgrzymkowego. Te miejscowości stanowią doskonałą bazę do odpoczynku po przeżyciach duchowych i okresach postu.

Wykorzystywana jest głównie jako baza dla turystyki pielgrzymkowej i pątniczej, ale przy okazji umożliwia zapoznanie się z regionem, jego obyczajami i zwyczajami. Możliwość degustacji kuchni regionalnych oraz uczestniczenia w ludowych tradycyjnych obrzędach jak, np. wesela, dożynki, festyny itp.

Znaczenie agroturystyki w rozwoju ekonomicznym obszarów wiejskich

Prowadzone w wielu krajach obserwacje aktywności gospodarczej rodzin wiejskich w zakresie turystyki wskazują, że jest ona głównie wynikiem poszukiwania dodatkowych bądź alternatywnych dochodów w wielu dziedzinach stanowiących otoczenie rolnictwa, w wyniku spadku opłacalności produkcji rolniczej i pogorszenia się poziomu życia mieszkańców wsi.

Oferowanie turystom podstawowych składników produktu turystycznego, jakimi są: zakwaterowanie i wyżywienie, jest właśnie alternatywnym sposobem wykorzystania potencjału rodzinnego gospodarstwa rolnego i źródłem dodatkowych dochodów.

Także, zaspokajanie różnorodnych potrzeb turystów w zakresie rekreacji i ciekawego spędzania czasu wolnego rodzi dalsze możliwości zatrudnienia i dodatkowych dochodów.

Usługi w zakresie:

- przewodnictwa wycieczek pieszych, rowerowych czy konnych,
- organizowanie kuligów,
- organizowanie wspólnej zabawy przy ognisku,
- prezentacja lokalnego folkloru,
- występy artystyczne,
- prowadzenie pokazów i nauczanie przyrządzania regionalnych potraw,
- tradycyjnych sposobów przetwórstwa żywności,
- lokalnego rzemiosła,

to jedynie wybrane przykłady nieograniczonych wręcz możliwości aktywizacji mieszkańców wsi poprzez agroturystykę.

Poza możliwościami świadczenia przez mieszkańców wsi różnorodnych usług wzbogacających ofertę turystyczną, **przebywanie turystów na terenach wiejskich zwiększa istotnie popyt na różnego typu dobra i usługi o charakterze nieturystycznym** – stymulując przez to rozwój wiejskiej infrastruktury.

Obiekty handlowe i gastronomiczne, komunikacja, usługi bankowe i pocztowe, apteki i ośrodki zdrowia, stacje benzynowe i obsługi samochodów, służby będą nie tylko turystom, lecz także stałym mieszkańcom, przyczyniając

się do ich obsługi i poprawy warunków życia, zapewniając równocześnie większą rentowność całej sieci usługowej.

Dzięki rozwojowi turystyki możliwe będzie stopniowe restaurowanie obiektów historycznych znajdujących się na obszarach wiejskich, a także nowe ich wykorzystanie, w sposób przynoszący dochody.

Rozwój turystyki na terenach wiejskich stanowi również – na skutek wzrostu popytu – siłę napędową rozwoju produkcji roślinnej i zwierzęcej gospodarstw rolnych, a wysoka jakość i świeżość produktów nabywanych bezpośrednio w gospodarstwie pozwala uzyskiwać wyższe ceny.

Agroturystyka, będąc istotnym czynnikiem rozwoju gospodarczego terenów wiejskich, **pobudza również rozwój społeczny**. Poznanie przez turystów, w wyniku ich bezpośrednich kontaktów z rodzinami rolniczymi, walorów gospodarstwa rolnego, stylu życia i pracy w rolnictwie, wartości kulturowych wsi, siły tradycji, zwyczajów i obyczajów, sprzyja większemu ich poszanowaniu – a równocześnie rodzi wśród samych mieszkańców wsi poczucie własnej wartości, wzbudza lokalny patriotyzm, zwiększa dbałość członków wiejskiej społeczności o wygląd wsi, wzmaga zainteresowanie i troskę o lokalną architekturę, pamiątki kultury materialnej, tradycyjne rzemiosło, rękodzielnictwo, sztukę kulinarną, itp. Obecność turystów w obrębie gospodarstwa jak i na terenie wsi wzmaga działania na rzecz czystości i estetyki, podnosząc w perspektywie jakość życia samych mieszkańców.

Konieczność zaspokojenia różnorodnych potrzeb turystów przebywających na terenach wiejskich rodzi ponadto potrzebę zespołowych działań społeczności wiejskiej w kreowaniu wszechstronnej oferty obejmującej: zakwaterowanie, wyżywienie, transport, rekreację, zwiedzanie, rozrywki, itp. Kreuje ponadto różne formy promocji i metod dotarcia z ofertą do mieszkańców miast i przekonania ich do jej kupna. Rozwija to umiejętność współpracy, także w innych dziedzinach, wzmaga poczucie odpowiedzialności za końcowy efekt działania, odkrywa lokalnych liderów.

Bezpośrednie kontakty z turystami, reprezentującymi zazwyczaj inne środowiska społeczne, odrębną kulturę, posiadającymi własne zwyczaje i odmienne systemy wartości, **wzbogacają równocześnie osobowość mieszkańców wsi**. Nie czują się oni odcięci od świata, gdyż świat przyjeżdża do nich. Odbывая się zatem z powodu agroturystyki, wzajemne przenikanie kultur niesie doświadczenia dla obu uczestniczących w niej stron.

Agroturystyka – fakty i wskazówki

1. To kobiety – bardziej wykształcone, wielostronne (dbałość o rodzinę, dom i gospodarstwo domowe) – są motorem rozwoju usług agroturystycznych.

2. Agroturystyka = dodatkowy dochód w gospodarstwie (wynajem kwater, przygotowywanie posiłków dla gości, sprzedaż własnych produktów rolnych)
3. Turysta lubi na urlopie wydawać – wykorzystaj to i sprzedawaj: pamiątki, wyroby artystyczne, swojskie jedzenie, dodatkowe usługi.
4. W okresie wzmożonego napływu turystów angażowane są całe rodziny a niejednokrotnie istnieje konieczność zatrudniania dodatkowych osób.
5. Dużym zainteresowaniem cieszą się wśród turystów produkty pochodzące z własnego gospodarstwa a zwłaszcza wytwarzane metodami ekologicznymi. Hoduj konie, kozy, kury, uprawiaj warzywa, owoce!
6. Niemożliwy jest rozwój turystyki na obszarach wiejskich bez odpowiedniego zaplecza technicznego! W skali jednego gospodarstwa niezbędne są wyremontowane pokoje gościnne ze swobodnym dostępem do łazienki (doprowadzona woda i kanalizacja). Taki wymóg dotyczy także pola namiotowego. Rozwój tego rodzaju wypoczynku mobilizuje do inwestycji także w skali całej wioski czy gminy. Najważniejsze z nich to budowa dróg dojazdowych, wodo- i gazociągów oraz oczyszczalni ścieków.

Drogi, wodociągi, gazociągi i oczyszczalnie ścieków – marzenie gospodarza i turysty!

Rozwój agroturystyki oznacza kolejne miejsca pracy i źródła zarobkowania, przez co wpływa korzystnie na jakość życia na wsi.

Uwarunkowania administracyjno-prawne w prowadzeniu działalności agroturystycznej na Ukrainie

Jakie akty ustawodawstwa Ukrainy określają specyfikę turystyki wiejskiej?

Na Ukrainie termin „turystyka wiejska” po raz pierwszy pojawił się w przestrzeni prawnej wraz z rejestracją Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie przez Ministerstwo Sprawiedliwości Ukrainy w 1996 r. Od tego czasu termin „turystyka wiejska” był wykorzystywany w różnych aktach normatywno-prawnych (Załącznik 11.1).

Na stan wrzesień 2009 na Ukrainie nie ma specjalnej ustawy dotyczącej turystyki wiejskiej, ekologicznej (zielonej) lub agroturystyki, w przeciwieństwie do niektórych krajów sąsiadujących (Polska, Węgry, Białoruś) w których taka ustawa obowiązuje.

Na dzień dzisiejszy Rada Najwyższa Ukrainy nie rozpatruje żadnego specjalnego projektu ustawy dotyczącej turystyki wiejskiej. Projekt ustawy Ukrainy zatytułowanej „O wiejskiej turystyce agrarnej” zgłoszony przez Ministerstwo Polityki Rolnej Ukrainy rozpatruje Gabinet Ministrów Ukrainy.

Ustawa Ukrainy „O turystyce” nr 324/95 z dnia 15.10.1998 r. dotyczy wszystkich typów turystyki i działalności turystycznej. W artykule 4 ustawy, w zależności od kategorii turystów, celu ich wizyty oraz odwiedzanych obiektów, wydzielone zostały takie rodzaje turystyki, jak turystyka wiejska i ekologiczna (zielona). Rozwój turystyki wiejskiej i turystyki ekologicznej jest priorytetowym kierunkiem w polityce państwa.

Zgodnie z Ustawą Ukrainy „O osobistym gospodarstwie wiejskim” nr 742 z 15 maja 2003 roku osobiste gospodarstwo wiejskie (OGW) to działalność gospodarcza:

- prowadzona przez osobę fizyczną, indywidualnie lub razem z osobami, pozostającymi z nią w stosunkach rodzinnych lub pokrewnych, mieszkających wspólnie;
- bez konieczności tworzenia osoby prawnej,
- w celu zaspokojenia własnych potrzeb poprzez wytwarzanie, przetwarzanie i spożywanie produktów rolnych, sprzedaż nadwyżek

i świadczenie usług, do których wykorzystywany jest majątek OGW, w tym również w sferze turystyki wiejskiej.

Członkowie OGW realizują działalność według swojego uznania i na swoje ryzyko, w granicach ustanowionego porządku prawnego dotyczącego gospodarstw, przestrzegają wymogów tej ustawy, praw Ukrainy i innych aktów normatywno-prawnych.

Działalność związana z prowadzeniem osobistego gospodarstwa wiejskiego nie jest działalnością gospodarczą. Turystyka wiejska jest rodzajem działalności zgodnym z prawem.

Czy turystyka wiejska jest rodzajem działalności gospodarczej?

Artykuł 5 Ustawy Ukrainy „O turystyce” wyróżnia dwie kategorie osób, które mogą prowadzić działalność w sferze turystyki, w tym turystyki wiejskiej lub ekologicznej (zielonej).

Pierwszą kategorią są osoby fizyczne zarejestrowane jako przedsiębiorcy. Osoby takie nie prowadzą działalności jako pośrednicy w sferze usług turystycznych lub usług towarzyszących turystyce, ponieważ sprzedają własne turystyczne usługi i należą do kategorii „innych podmiotów działalności gospodarczej, które świadczą usługi zakwaterowania, wyżywienia, organizacji wycieczek, rozrywek i inne usługi turystyczne”.

Należy zaznaczyć, iż przewodnicy, piloci wycieczek i osoby specjalizujące się w tego typu usługach, powinni otrzymać od miejscowych organów władzy wykonawczej specjalne pozwolenia na wykonywanie zawodu przewodnika.

Druga kategoria obejmuje osoby fizyczne, które nie są zarejestrowane jako przedsiębiorcy i świadczą usługi z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania), wyżywienia itd.

Tak więc usługi agroturystyczne nie wiążą się z koniecznością prowadzenia działalności gospodarczej.

Ponadto, artykuł 1 Ustawy Ukrainy „O osobistym gospodarstwie wiejskim” bezpośrednio określa, że wykorzystanie majątku gospodarstwa, zwłaszcza dla udzielania usług w sferze turystyki wiejskiej, nie jest działalnością gospodarczą. Taka działalność może być prowadzona w ramach osobistego gospodarstwa wiejskiego indywidualnie albo z włączeniem członków rodziny mieszkających razem. Te usługi mogą obejmować także sprzedaż nadwyżek własnej produkcji rolnej, co również nie wymaga rejestracji przedsiębiorstwa.

Rejestracja właściciela gospodarstwa jako przedsiębiorcy odbywa się w wypadku, gdy jest on właścicielem lub dzierżawcą tak zwanego obiektu zbiorowego zakwaterowania, czyli udostępnia **dziesięć lub więcej miejsc** tymczasowego zamieszkania (noclegów).

Właściciele lub dzierżawcy obiektów indywidualnego zakwaterowania, którzy udostępniają **nie więcej niż dziewięć miejsc** tymczasowego zakwaterowania, nie rejestrują się jako osoby fizyczne-przedsiębiorcy (punkty 6 i 7 Postanowienia Gabinetu Ministrów Ukrainy „O porządku świadczenia usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) nr 297 z dnia 15.03.2006 r.).

Co powinna wiedzieć osoba fizyczna, która rejestruje się jako przedsiębiorca?

Przedsiębiorca-osoba fizyczna podlega ustawodawstwu o ochronie praw konsumentów, o konkurencji gospodarczej, o bankructwie, a także aktom państwowej polityki regulacyjnej (zwłaszcza dotyczących licencjonowania i certyfikacji).

Przedsiębiorcy-osoby fizyczne zobowiązani są do prowadzenia ewidencji przychodów i rozchodów zgodnie z przepisami. Osoby takie mogą przyjąć tryb opłacania podatku w sposób następujący: suma przychodów minus suma kosztów uzyskania tego przychodu stanowi dochód do opodatkowania. Inną opcją jest opłacanie jednolitego podatku (ryczałtu) w wypadku przejścia na uproszczony system opodatkowania.

Dodatkowo przedsiębiorcy-osoby fizyczne są płatnikami podatków i składek swoich pracowników i osób, które wykonują pojedyncze usługi (prace) na podstawie umów cywilno-prawnych. Czyli to właśnie przedsiębiorcy są zobowiązani do pokrywania z wynagrodzeń pracowników podatków i składek na obowiązujące powszechnie ubezpieczenie społeczne (emerytalne, rentowe, chorobowe i zdrowotne).

Ustawa Ukrainy „O państwowej rejestracji osób prawnych i przedsiębiorców-osób fizycznych” nr 755 z 15.05.2003 r. w znacznym stopniu uprościła procedurę państwowej rejestracji przedsiębiorców. Urzędnik państwowy dokonujący rejestracji w rejonowej administracji państwowej albo w organie wykonawczym miejscowego samorządu ma obowiązek wydać świadectwo w ciągu trzech dni roboczych, pod warunkiem dostarczenia przez osobę fizyczną następujących dokumentów:

1. karty rejestracyjnej;
2. oryginalnych potwierdzeń opłaty rejestracyjnej;
3. kopii zaświadczenia o indywidualnym numerze identyfikacyjnym.

Urzędnicy państwowi dokonujący rejestracji radzą przynosić również dwa skoroszyty, choć wymaganie dodatkowych dokumentów do rejestracji jest zabronione przez prawo.

Karta rejestracyjna wypełniona i podpisana przez osobę fizyczną stanowi jednocześnie prośbę o państwową rejestrację jako przedsiębiorcy.

Przedsiębiorca – osoba fizyczna nie jest zobowiązana do wnoszenia kapitału statutowego, otwierania rachunku bankowego czy też wyrobienia pieczętki.

Prawa i obowiązki uczestników turystyki wiejskiej

Trzeba pamiętać, że znacząca część praw i obowiązków turystów jest zagwarantowana przez ustawodawstwo jedynie w relacjach z licencjonowanymi operatorami turystycznymi i agencjami turystycznymi. Przestrzeganie tych praw i obowiązków przez właścicieli kwater, którzy nie są zarejestrowani jako przedsiębiorcy, z wyjątkiem przestrzegania ogólnych obowiązków cywilnoprawnych, jest przeważnie dobrowolne.

Prawa i obowiązki turysty określone zostały w artykułach 24 i 25 Ustawy Ukrainy „O turystyce”.

Do ogólnych obowiązków właściciela gospodarstwa, który świadczy usługi turystyczne, należą przede wszystkim:

- uprzedzenie turystów o możliwych zagrożeniach podczas podróży i pobytu;
- stworzenie bezpiecznych warunków zarówno w miejscu zakwaterowania turystów, jak i podczas spacerów czy wycieczek;
- zagwarantowanie turystom środków pierwszej pomocy medycznej i zapobieganie nieszczęśliwym wypadkom;
- informowanie na bieżąco organów państwowych o nieszczęśliwych wypadkach, zaginionych turystach i innych nadzwyczajnych wydarzeniach.

Umowy, które regulują działalność w sferze turystyki wiejskiej

Zgodnie z artykułem 20 Ustawy Ukrainy „O turystyce”, umowy w zakresie turystyki są zawierane w formie pisemnej, w tym również w formie elektronicznej. Oznacza to, że wymiana korespondencji w formie elektronicznej, bądź też smsowej odnoszącej się do istotnych warunków umowy, oznacza zawarcie pisemnej umowy między turystą i właścicielem kwatery.

Umowy między osobami fizycznymi, które nie prowadzą działalności gospodarczej, na przykład między właścicielem kwatery i turystą, mogą być zawierane ustnie, jeśli wartość takiej umowy nie przekracza 20-krotnego minimalnego nieopodatkowanego wynagrodzenia (obecnie 340 hrywien).

Umowy dotyczące obsługi hotelowej, czyli świadczenia usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) w pomieszczeniu mieszkalnym, żywienia, sprzątania, ochrony majątku turysty i innych usług dodatkowych zgodnie z artykułem 22 Ustawy Ukrainy „O turystyce” mogą być zawierane również telefonicznie, o ile można wskazać usługobiorcę.

Właściciele kwater mogą zawierać umowy nie tylko bezpośrednio z turystami, ale również z agencjami turystycznymi czy innymi instytucjami pośredniczącymi.

Rejestracja umów dotyczących tymczasowego zamieszkania (zakwaterowania) poszczególnych turystów zgodnie z punktem 9.1 Ustawy Ukrainy „O podatku dochodowym osób fizycznych” może być wymagana w przypadku zakwaterowania turysty na okres dłuższy niż 15 dni.

Jaką dokumentację zobowiązany jest prowadzić właściciel kwatery?

Przedsiębiorcy-osoby fizyczne, które są właścicielami lub dzierżawcami obiektów zbiorowego zakwaterowania (10 i więcej miejsc) są zobowiązani do prowadzenia księgi skarg i wniosków, która znajduje się w miejscu dostępnym dla klientów; udzielania pełnej i wiarygodnej informacji o dokumentach, którymi kierują się świadcząc usługi, o wykazie, wartości i warunkach otrzymania usługi, o zasadach efektywnego i bezpiecznego korzystania z miejsca zakwaterowania; usługodawcy zobowiązani są do podania nazwy i adresu kwatery, a także adresów i numerów telefonów państwowych organów ochrony praw konsumenta (punkt 5 Postanowienia Gabinetu Ministrów Ukrainy „O porządku świadczenia usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) nr 297 z dnia 15.03. 2006 r.).

Właściciele kwater, którzy świadczą usługi w zakresie nie więcej niż 9 miejsc tymczasowego zakwaterowania, nie mają obowiązku spełniania niniejszych warunków. Przy czym są oni zobowiązani składać deklarację o dochodzie uzyskanym wskutek świadczonych usług z tymczasowego zakwaterowania do organów służby podatkowej. Obowiązkowo muszą też prowadzić księgę-rejestr, w którym wpisują imię, nazwisko i imię ojcowskie turysty, jego datę urodzenia, miejsce zamieszkania i nr dokumentu, który poświadcza tożsamość turysty, datę przybycia i wyjazdu oraz wartość świadczonych usług.

Sprawozdania statystyczne są realizowane w formie określonej przez miejscowe organy władzy wykonawczej.

Jeśli właściciel kwatery, który nie zarejestrował się jako przedsiębiorca, chce zatrudnić pracowników, którzy nie są członkami rodziny, to artykuł 24-1 Kodeksu Pracy Ukrainy wymaga, aby zawrzeć pisemną umowę z takim pracownikiem i w ciągu tygodnia zarejestrować tę umowę w miejscowych organach służby zatrudnienia.

Prawna polityka regulacyjna w sferze turystyki wiejskiej

Działalność w sferze turystyki, w tym turystyki wiejskiej lub ekologicznej (zielonej) podlega państwowym regulacjom prawnym, które przewidują przyjęcie przez centralne organy władzy wykonawczej, miejscową administrację

państwową i organy samorządu lokalnego licznych aktów normatywno-prawnych. Akty te obowiązują podmioty działalności turystycznej, w szczególności zaś te, zarejestrowane jako przedsiębiorcy.

Licencjonowanie

Właściciele kwater, w tym również zarejestrowani przedsiębiorcy-osoby fizyczne, nie muszą otrzymywać licencji państwowej, z wyjątkiem sytuacji, gdy prowadzą działalność pośredniczącą – agenci turystyczni (artykuł 9 ustęp 50 Ustawy Ukrainy „O licencjonowaniu pewnych rodzajów działalności gospodarczej” nr 1775 z dnia 01.06.2000 r.).

Od właścicieli kwater, którzy świadczą usługi w sferze turystyki wiejskiej nie wymaga się, by posiadali licencję czy wykształcenie w zakresie hotelarstwa.

Certyfikacja

Zgodnie z ustawą Ukrainy „O turystyce” wykaz usług turystycznych, które podlegają obowiązkowej certyfikacji określa Gabinet Ministrów Ukrainy.

Certyfikacja usług z tymczasowego zakwaterowania odbywa się ze względu na bezpieczeństwo zdrowia i życia turystów, ochronę ich majątku i ochronę otoczenia (punkt 8 Postanowienia Gabinetu Ministrów Ukrainy „O porządku świadczenia usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) nr 297 z dnia 15.03.2006 r.”).

Zasady certyfikacji usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) zostały zatwierdzone Nakazem Komitetu Państwowego do spraw Regulacji Technicznej i Polityki Konsumenckiej nr 207 z dnia 03.09.2007 r.

Kwestia obowiązkowej certyfikacji usług kwaterodawców nie jest dokładnie regulowana.

Po pierwsze, do wyczerpującego wykazu hotelów oraz analogicznych obiektów zakwaterowania – kempingów, baz turystycznych, ośrodków wypoczynkowych, obozów letnich itp. – zgodnie z przepisami można odnieść tylko „pomieszczenia umeblowane” a o kwaterze wiejskiej w ogóle nie ma mowy. Tak więc kwater według przepisów do obiektów hotelowych odnieść nie można.

Po drugie, certyfikacja jest regulowana przez Ustawę Ukrainy „O potwierdzeniu odpowiedniości” nr 2406 z 17.05.2001 r., a także dekret Gabinetu Ministrów Ukrainy „O certyfikacji i standaryzacji” nr 46-93 z 10.05.1993 r., które dotyczą tylko przedsiębiorców-osób fizycznych. Certyfikat zgodności usług z obowiązującymi wymogami określonymi w dokumentach normatywnych jest ważny trzy lata.

Zasady obowiązkowej certyfikacji usług żywienia, które są świadczone przez podmioty działalności turystycznej zgodnie z artykułem 15 ustawy

Ukrainy „O turystyce” określono w Nakazie Komitetu Państwowego do spraw Regulacji Technicznej i Polityki Konsumenckiej nr 37 z 27.01.1999 r. Przy czym zasady te jednoznacznie dotyczą tylko przedsiębiorców-osób fizycznych, i nie obejmują właścicieli kwater, którzy nie są zarejestrowani jako przedsiębiorcy.

Nadzór i kontrola organów państwowych w sferze turystyki wiejskiej

Zgodnie z Postanowieniem Gabinetu Ministrów Ukrainy nr 25 z 21.01.2009 r. „O zatwierdzeniu kryteriów, zgodnie z którymi ocenia się stopień ryzyka w prowadzeniu działalności gospodarczej w sferze turystyki i wyznacza się okresowość zaplanowanych działań nadzoru (kontroli) państwowej”, przedsiębiorcy-osoby fizyczne, które nie prowadzą działalności jako agenci turystyczni albo pośrednicy usług turystycznych i innej tego typu działalności, należą do kategorii niewielkiego rynku i zaplanowane kontrole mogą odbywać się nie częściej niż raz na pięć lat.

Odpowiada to wymogom Ustawy Ukrainy „O podstawowych zasadach nadzoru państwowego (kontroli państwowej) w sferze działalności gospodarczej” nr 877 z 05.04.2007 r.

Specyfika opodatkowania działalności w sferze turystyki wiejskiej

Wybór opodatkowania działalności w sferze turystyki wiejskiej zależy głównie od tego, czy właściciele kwater są zarejestrowani jako przedsiębiorcy-osoby fizyczne, czy też nie.

Podatek dochodowy od osób fizycznych

Członkowie osobistego gospodarstwa wiejskiego należą do kategorii osób samozatrudnionych (artykuł 8 Ustawy Ukrainy „O osobistym gospodarstwie wiejskim”), nie należących do grupy przedsiębiorców.

Dochody takich osób fizycznych objęte są 15% podatkiem od sumy wynagrodzenia bez uwzględniania całkowitych kosztów, które mogą być wyłączone z kwoty opodatkowanej przedsiębiorców zarejestrowanych, zgodnie z zapisami Ustawy Ukrainy „O opodatkowaniu dochodu przedsiębiorstw”.

Wartość towarów wyprodukowanych w gospodarstwie, w tym powstałych podczas przetwarzania produktów, które sprzedaje się turystom, jest zwolniona z opodatkowania, pod warunkiem otrzymania zaświadczenia zgodnego ze wzorem Gabinetu Ministrów Ukrainy. Właściciel kwatery zobowiązany jest przedstawić turystom (na ich życzenie) informację dotyczącą obowiązującego go prawa do otrzymywania takich dochodów bez opłacania podatku.

Jeśli właściciel kwatery zarejestrował się jako prywatny przedsiębiorca, ma prawo bez kupowania patentu prowadzić działalność handlową: sprzedawać produkty żywnościowe produkcji krajowej, wskazane w artykule 6 ustawy „O patentowaniu pewnych rodzajów działalności gospodarczej” nr 98 z dnia 23.0.1996 r. (chleb i wyroby piekarnicze, mąka, sól, cukier, olej, mleko i śmietana, oprócz mleka zagęszczonego i dodatków, napoje bezalkoholowe, lody, produkty spożywcze dla dzieci, wołowina i wieprzowina, drób, ryby, jajka, jagody i owoce, miód i inne produkty pszczelarstwa, ziemniaki i przetwory warzywne).

Oprócz tego, właściciel gospodarstwa, który nie jest zarejestrowany jako przedsiębiorca, prowadzi księgę rejestracji dochodów, bez konieczności zapisywania swoich kosztów związanych z zakwaterowaniem turystów w gospodarstwie.

Jednolity podatek od osób fizycznych

Przedsiębiorcy-osoby fizyczne mają prawo wybrać uproszczony system opodatkowania, jeśli suma rocznego dochodu ze sprzedanych przez nich towarów i usług nie jest wyższa niż 50 tysięcy hrywien, a ilość zatrudnionych pracowników – w tym członków rodziny – nie przekracza 10 osób.

Przejście przedsiębiorców-osób fizycznych na uproszczony system opodatkowania nie jest możliwe w przypadku prowadzenia handlu towarami podlegającymi akcyzie – likiery i wyroby alkoholowe (Ukaz Prezydenta Ukrainy „O uproszczonym systemie opodatkowania, wykazie i sprawozdawczości podmiotów drobnej przedsiębiorczości” nr 746 z 28.06.1999 r.).

W celu przejścia na uproszczony system opodatkowania konieczne jest napisanie podania do miejscowej inspekcji podatkowej, zgodnie z określonym wzorem, nie później niż 15 dni przed początkiem następnego kwartału.

W razie zaniechania działalności gospodarczej przedsiębiorcy mogą wrócić do systemu opłacania podatku od osób fizycznych na ogólnych warunkach, ale zmiana sposobu opodatkowania odbywa się nie częściej niż raz w roku kalendarzowym.

Opłacanie jednolitego podatku zwalnia przedsiębiorców-osoby fizyczne od spłaty licznych innych podatków, w tym np. opłaty (podatku) za grunt. Nie zwalnia on jednak od obowiązku płacenia składek na ogólnie obowiązujące ubezpieczenie emerytalne i społeczne od wynagrodzenia zatrudnionych pracowników, w tym zdolnych do pracy członków rodziny. Za każdego zatrudnionego pracownika trzeba dopłacać 50% stawki jednolitego podatku.

Rady gminne mogą ustalić stawki jednolitego podatku w wysokości od 20 do 200 hrywien miesięcznie. Jednolity podatek jest opłacany przynajmniej na jeden miesiąc z góry, nie później niż 20. dnia poprzedniego miesiąca kalendarzowego. Sankcje za nieterminowe opłacanie jedyne go podatku w ukazie

prezydenta nr 746 nie zostały przewidziane, ale niektóre organy służb podatkowych nakładają karę w wysokości 10% kwoty zaległego podatku. Oprócz tego, w przypadku niezapłacenia jednolitego podatku zostaje odebrane prawo do stosowania uproszczonego systemu opodatkowania od następnego kwartału rozliczeniowego.

Podatek od wartości dodanej

Artykuł 8-1 Ustawy Ukrainy „O podatku od wartości dodanej” nr 167 z 03.04.1997 r. ustanawia specjalny tryb opodatkowania dochodów z działalności turystycznej. Ten tryb ma zastosowanie zwłaszcza w odniesieniu do agentów i operatorów turystycznych, którzy prowadzą działalność pośredniczącą w sferze turystyki i posiadają licencję państwową. Podstawową cechą tego trybu jest to, że podatek od wartości dodanej jest naliczany tylko na różnicę wartości usługi turystycznej i sumy wynagrodzenia pośrednika.

Usługi z zakwaterowania tymczasowego i wyżywienia podlegają podatkowi na dodaną wartość na zasadach ogólnych. Tak więc, jeśli przedsiębiorca-osoba fizyczna w ciągu 12-miesięcznego okresu otrzymuje dochody z takich usług w rozmiarze większym niż 300 tysięcy hrywien, jego rejestracja jako płatnika podatku od wartości dodanej jest obowiązkowa zgodnie z punktem 2.3.1. Ustawy Ukrainy „O podatku od wartości dodanej”.

Właściciele gospodarstw, w tym zarejestrowani jako płatnicy jednolitego podatku, rejestrują się jako płatnicy podatku od wartości dodanej w wypadku, jeżeli ogólna wartość świadczonych przez nich usług jest wyższa niż 300 tysięcy hrywien w okresie 12 miesięcy kalendarzowych.

Państwowe wsparcie turystyki wiejskiej

Rozwój turystyki wiejskiej i ekologicznej (zielonej) został uznany za jeden z priorytetów polityki państwowej w sferze turystyki (artykuł 6 Ustawy Ukrainy „O turystyce”).

Niektóre działania mające na celu wsparcie agroturystyki przewidziane zostały w rozporządzeniu Gabinetu Ministrów Ukrainy „O zatwierdzeniu planu działań dotyczących państwowego wsparcia rozwoju turystyki wiejskiej na lata 2006–2010” nr 373-p z 03-07-2006 r.

Na dzień dzisiejszy najbardziej konkretne wsparcie państwowe dla wiejskiej turystyki ekologicznej polega na realizacji regionalnych programów rozwoju terenów wiejskich i turystyki. Zgodnie z kompetencjami rady wiejskiej, miejskiej czy typu wiejsko-miejskiego mogą zatwierdzać lokalne programy rozwoju turystyki wiejskiej i przeznaczać środki ze swoich budżetów na finansowanie programów wsparcia, a także planować środki dla wsparcia działań osób, które działają w sferze turystyki wiejskiej.

Wnioski i rekomendacje

Na stan wrzesień 2009 r., regulacje prawne dotyczące turystyki wiejskiej na Ukrainie pozwalają wyciągnąć następujące wnioski.

1. Ustawy Ukrainy określają turystykę wiejską i ekologiczną (zieloną) jako rodzaje działalności turystycznej.
2. Właściciele czy dzierżawcy obiektów indywidualnego zakwaterowania (zamieszkania) turystów nie podlegają obowiązkowej rejestracji jako przedsiębiorcy-osoby fizycznej, jeśli świadczą usługi turystyczne w ilości nie większej niż dziewięć miejsc noclegowych.
3. Rejestracja właściciela gospodarstwa jako przedsiębiorcy i dalsza certyfikacja są obowiązkowe w wypadku świadczenia usług na dziesięć i więcej miejsc. Dobrowolna certyfikacja, z przyjęciem odpowiednich kategorii („gwiazdek”) jest możliwa dla osób, które są zarejestrowane jako przedsiębiorcy.
4. Licencjonowanie działalności turystycznej dotyczy tylko zarejestrowanych przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność pośredniczącą w sferze turystyki.
5. Właściciele kwater, zarejestrowani jako przedsiębiorcy, mogą przyjąć uproszczony system opodatkowania, a także dobrowolnie zarejestrować się jako płatnicy podatku od wartości dodanej w razie otrzymania dochodu mniejszego niż 300 tysięcy hrywien w ciągu 12 miesięcy.
6. Umowy dotyczące usług turystycznych, zawierane przez właścicieli kwater, którzy nie są zarejestrowani jako przedsiębiorcy, określone są w postanowieniach ogólnych Kodeksu Cywilnego Ukrainy o usługach.

Jakość i profesjonalizm warunkiem powodzenia w agroturystyce

4

4.1. Profesjonalna obsługa gości

Ocena umiejętności osobowych

Członkowie rodziny powinni ocenić swoje umiejętności niezbędne do prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego, zastanowić się, jakie umiejętności już posiadają, jakie muszą zdobyć, a w jakim zakresie skorzystać z pomocy doradców zewnętrznych.

Do podstawowych pytań oceniających swoje umiejętności osobowe należą:

- jakie słabości u siebie wykryłem?
- czy z tymi słabościami możesz zostać przedsiębiorcą?
- co zrobić, by zrekompensować swoje słabości?
- jakie masz swoje mocne strony?
- czy one pokrywają, niwelują słabe strony?
- czy prowadzony styl życia sprzyja stylowi życia przedsiębiorcy?

Zasady te przekonują, że turysta w gospodarstwie agroturystycznym to osoba, która z jednej strony chce kupić określone warunki realizacji swojego wypożyczenia, ale z drugiej strony to również osoba, która posiada, tak jak gospodarz i jego rodzina, wiele indywidualnych potrzeb, o których warto pamiętać.

Im więcej potrzeb naszych gości będziemy umieli zidentyfikować i zaspokoić, tym większa jest szansa, że ich podstawowy cel pobytu na wsi zostanie osiągnięty i zachodzi większe prawdopodobieństwo, że powrócą.

Rodzina obsługująca turystów w swoim gospodarstwie także pragnie pozyskać poczucie własnych kompetencji, szacunek i uznanie gości, chce cieszyć się ich przychylnością i odczuwać satysfakcję ze swojej pracy.

Naszym towarem jest uprzejmość, z jaką witamy gości, przyjaźń i serdeczność, jakimi ich obdarzamy, humor i śmiech, które pomnażają nam przyjaciół, ułatwiają porozumienie i sprawiają, że nawet trudne negocjacje stają się bardziej znośne i pozwalają zapomnieć o kłopotach.

Znajomość oczekiwań gości kwatery wiejskiej

Analizując ruch turystyczny w obiektach wiejskiej bazy noclegowej, można wydzielić kilka grup docelowych, które najczęściej korzystają z wypoczynku w obiektach agroturystycznych. Każda grupa będzie miała inne oczekiwania, każdej z nich należy w nieco inny sposób przygotować warunki do wypoczynku.

Rodziny z dziećmi w wieku przedszkolnym i szkolnym

Rodziny stanowią największą i najważniejszą grupę turystów spędzających urlopy na wsi. Dla tej kategorii gości największe znaczenie ma stworzenie warunków i atmosfery przyjaznej dzieciom. Koncentrując się na obsłudze tej kategorii turystów należy zadbać, aby zapewnić warunki gwarantujące szczególnie wysoki poziom bezpieczeństwa:

- bezpieczną przestrzeń do zabawy w budynku i na zewnątrz (odpowiedniej wielkości pokoje, aby dzieci mogły się z nich bawić, lub oddzielny pokój do zabawy, plac zabaw wyposażony w proste urządzenia do zabawy, możliwość bezpiecznej kąpeli),
- przygotować oddzielne sypialnie dla rodziców i dzieci lub sprzęty dostosowane do potrzeb dzieci,
- uwzględniać posiłki przystosowane dla dzieci.

Grupy zaprzyjaźnionych osób dorosłych

Ta kategoria gości często przyjeżdża poza głównym sezonem, zwłaszcza w weekendy, przyczyniając się jednocześnie do przedłużenia sezonu turystycznego poza typowe miesiące wakacyjne. Największym zainteresowaniem wymienionej grupy turystów cieszą się domki letniskowe lub samodzielne mieszkania. Oferta kwatery musi być jednak dosyć bogata.

Turyści oczekują zazwyczaj dobrej kuchni, możliwości zabawy i atrakcji sportowych. Dużą rolę w tym wypadku będzie odgrywać pomysłowość gospodarzy. Najprostszym sposobem może być przygotowanie właściwego miejsca na ognisko oraz zapewnienie oryginalnych produktów (świeżych ryb, mięsnych wyrobów wiejskich, dziczyzny), które będą stanowiły uzupełnienie zabaw przy ognisku.

Dobrze jest nawiązać kontakty z innymi gospodarstwami i organizować wspólne imprezy towarzyskie, festyny regionalne itd.

Przygotowanie sprzętu turystycznego (rowery, łódki, narty) pozwolą spełnić wymagania pod kątem atrakcji sportowych, a znajomość terenu, wskazanie najciekawszych miejsc i szlaków uzupełnia ofertę o dodatkowe atrakcje.

Goście w wieku emerytalnym

Osoby starsze, które coraz częściej poszukują odpoczynku z dala od zgiełku, są stale rosnącą grupą turystów o znacznie wyższych wymaganiach, ale bardzo ważną, gdyż również przyjeżdżają poza głównym sezonem. Ograniczeniem może być czasem utrudniony dojazd do gospodarstwa, stąd trzeba im pomóc w dotarciu do miejsca przeznaczenia. Należy unikać łączenia ich pobytu z pobytem rodzin z małymi dziećmi.

Osoby starsze również wymagają zapewnienia nieco odmiennych warunków, które powinny uwzględniać:

- pokoje z łazienkami i wygodnym dostępem pod prysznic, najlepiej na parterze lub z wygodnymi, bezpiecznymi schodami na piętro,
- wygodne łóżka, fotele i krzesła, zaciszny dom i ogród z miejscem do wypoczynku,
- wymagania kulinarne, uwzględniające możliwość przygotowywania dietetycznych posiłków,
- cierpliwość gospodarzy, gotowość do słuchania,
- towarzyszenia w spacerach, zapewnienia troskliwej opieki.

Zwolennicy aktywnych form turystyki

Ta grupa gości nastawiona jest przede wszystkim na dużą aktywność poza obiektem turystycznym. Czas wolny organizuje samodzielnie. Nie ma również dużych oczekiwań, co do urządzeń sportowych, gdyż podstawowy sprzęt specjalistyczny zazwyczaj przywozi ze sobą.

Szczególne oczekiwania tej grupy turystów ograniczają się najczęściej do zapewnienia pomieszczenia na przechowywanie sprzętu, suszenie stroju sportowego, miejsca na postawienie butów turystycznych.

Dużym plusem kwatery agroturystycznej jest posiadanie koni pod siodło lub nawiązanie kontaktów z najbliższą stadniną koni i klubem jeździeckim.

Gdy dodatkowo będą organizowane wycieczki piesze lub konne po okolicy, a okolica jest ciekawa, to sukces jest gwarantowany.

Obserwatorzy przyrody i krajobrazu

Urlopy spędzają zazwyczaj indywidualnie lub w małych grupach. Zainteresowania kierują ich do miejsc odległych, stanowiących oazy ciszy i spokoju, dalekich od zgiełku miasta, ruchliwych szlaków turystycznych i rzeszy turystów.

Duże znaczenie przywiązują do czynnego spędzania czasu na łonie natury, zdrowych posiłków, często wegetariańskich.

Dużym zainteresowaniem cieszą się gospodarstwa o charakterze tradycyjnej, wiejskiej zagrody, położone na obrzeżach kompleksów leśnych, obszarów bagiennych, jezior, skąd można łatwo organizować wypadki na „bezkrwawe łowy”, obserwacje zwierząt i dzikiej roślinności.

Oczekiwanie gości i możliwości sprostania im

Mimo że goście doceniają wszystkie walory wypoczynkowe i kulturowe wsi oczekują jednak takich wygód mieszkaniowych, jakie mają na co dzień: nieograniczony dostęp do ciepłej i zimnej wody, łazienki przypadającej na jedną rodzinę lub pokój, możliwość korzystania z radia, telewizji, telefonu, internetu i urządzeń kuchennych znacznie podniosą atrakcyjność obiektu agroturystycznego.

Spośród wszystkich możliwości zakwaterowania w wiejskich obiektach noclegowych, największą popularnością cieszą się **domki letniskowe** oraz mieszkania wakacyjne. Takie warunki mieszkaniowe zapewniają przede wszystkim odpowiedni komfort wypoczynku, jak i dają możliwość bliskiego kontaktu z rodziną gospodarza, zwłaszcza w przypadku gdy domek jest zlokalizowany na terenie działki siedliskowej.

Turyści potrzebują **kontakt z rodziną gospodarza**, stąd trzeba wiedzieć w jakim zakresie ten kontakt powinien być utrzymywany, aby nie był uciążliwy dla obu stron. Dzięki stałym kontaktom z kwaterodawcami, po kilku dniach wypoczynku, turyści czują się bardziej jak goście gospodarzy niż jak klienci, którzy tylko płacą za usługę. Nawiązane znajomości często przerażają się przyjaźnie, które mogą trwać przez lata.

Warto przyjąć zasadę, która stwierdza, że **nie ma gości „straconych”**. Aby spowodować ponowne pojawienie się klienta, należy przekonać go, że mimo pojawiających się ograniczeń z naszej strony, możemy go w pełni zadowolić i będziemy się starali zrekompensować niedogodności jakich doznał, jak również w każdej sytuacji może liczyć na korzystną współpracę.

Okazuje się, że najlepiej funkcjonują te gospodarstwa agroturystyczne, które mają stałych gości przez wiele lat. Stąd też skutecznym działaniem prowadzącym do ich pozyskania jest traktowanie stałych gości jako „członków rodziny”, wykazanie delikatnego zainteresowania sprawami, które wychodzą poza bezpośrednią sferę finansową stosunków „gospodarz – gość”.

Częstym motywem decydującym o wyborze oferty wypoczynku na wsi jest możliwość obserwacji i uczestniczenia w pracach związanych z prowadzeniem gospodarstwa rolnego. Tryb życia rodziny wiejskiej znacznie różni się od dnia codziennego w mieście. Rodzaj wykonywanej pracy, wspólne posiłki, bliski kontakt z naturą stają się atrakcją dla turystów. Jest to szczególnie istotne w przypadku rodzin przyjeżdżających z małymi dziećmi. Obecność zwierząt w gospodarstwie takich, jak króliki, cielęta, kozy, kucyki znacznie podnosi atrakcyjność danego obiektu.

Niewątpliwym walorem wypoczynku na wsi jest **możliwość spożywania domowych posiłków** przygotowywanych z produktów pochodzących z gospodarstwa. Na stole nie powinno zabraknąć świeżego mleka, twarogu,

miodu, świeżych owoców i warzyw, domowych przetworów, czy też nawet chleba pieczonego przez gospodynię.

Co buduje pierwsze wrażenie podczas pierwszego spotkania?

Wizerunek samych gospodarzy jest obrazem tego, co postanowili pokazać innym. To, jak są przez innych postrzegani, zależy przede wszystkim od nich samych. Również tutaj można określić cechy stałe, jak np. wzrost, kolor oczu, budowa ciała oraz temperament – są w zasadzie niezienne. Sposób, w jaki się poruszasz, mówisz, jest efektem posiadanego temperamentu i praktyki, ale sposób w jaki się ubierasz, dbasz o swój wygląd jest wynikiem twojego wyboru i może być dowolnie kreowany. Stworzenie własnego wizerunku, jest niezwykle ważnym elementem składowym, rzutującym na jakość całej usługi.

Odczucia gości kształtują się zazwyczaj podczas pierwszego spotkania z gospodarzami, dlatego należy zadbać, by były one pozytywne. Pierwszy kontakt z gospodarzem następuje już w trakcie wstępnej rozmowy telefonicznej, wymiany korespondencji lub pierwszego spotkania. W każdej z wymienionych sytuacji turyści będą zwracać uwagę na nieco inne elementy. O ile podczas rozmowy telefonicznej ważnym elementem jest barwa i tonacja głosu, to w przypadku pierwszego spotkania goście zwracają uwagę między innymi na wygląd gospodarza i jego zachowanie, sprawność wykonania obsługi, miejsce i okoliczności, w których są witani. Potrzeba zazwyczaj 2–3 minut, aby powstało wrażenie – obraz, który będzie wpływał na kształtowanie się wzajemnych relacji w dalszej części pobytu. Trudno je zmienić, zwłaszcza gdy jest negatywne, dlatego należy zadbać, aby było jak najlepsze.

Wygląd zewnętrzny

Przyjmując gości, pamiętajmy, że podobnie jak my obserwujemy przybyszów, oni bacznie obserwują również nas i będą nas traktować stosownie do naszego wyglądu. Chociaż turyści często będą widzieć nas w stroju roboczym, nigdy nie powinno to mieć miejsca przy ich powitaniu.

Należy zawsze pamiętać, że mamy tylko jedną okazję, aby stworzyć korzystne pierwsze wrażenie, a bez utrzymania higieny osobistej w każdej sytuacji, nie mamy na to żadnych szans.

Zachowanie

Zachowanie jest niezwykle istotne w trakcie przyjęcia i powitania gości, wzajemnej prezentacji, jak również prezentacji gospodarstwa. Ważne jest tu nie tylko, co robimy, ale również jak to robimy. Dlatego witając gości, **należy okazać radość z ich przybycia** i poświęcić im całą swoją uwagę.

Unikajmy wykonywania innych czynności w tym samym czasie, a jeżeli nie jest to możliwe, należy gości przeprosić, wyjaśnić sytuację i poprosić o zaczekanie, aż będziemy gotowi zająć się wyłącznie nimi, oferując w zamian miejsce do odpoczynku i niewielki poczęstunek. Postarajmy się jak najszybciej zakończyć sprawy i zająć się gośćmi, by nie dopuścić do sytuacji, aby czekali na nas przez długi czas.

Dopełnienie formalności związanych z rejestracją turystów powinno przebiegać sprawnie. Gospodarz powinien oprowadzić gości po domu i gospodarstwie, pokazać wszystkie urządzenia przeznaczone do ich dyspozycji, objaśniając reguły korzystania z nich, przedstawiając ewentualne zagrożenia.

Jeżeli w gospodarstwie przebywają już inni turyści, należy poznać gości ze sobą.

Generalnie rzecz biorąc, załatwianie formalności jest najlepszym momentem do ustalenia wszystkich wzajemnych oczekiwań, składających się na reguły pobytu. Unikniemy wówczas niezręcznych sytuacji, kiedy będziemy zmuszeni wyjaśniać nieporozumienia i łagodzić konflikty.

Miejsce i okoliczności powitania gości

Jeśli dokonujemy rejestracji przybyłych gości zadbajmy, by odbywało się to w przestronnym pomieszczeniu, wyposażonym w wygodne miejsca do siedzenia, z bliskim dostępem do toalety. Rolę takiego pomieszczenia może spełniać obszerny hol wypoczynkowy. Podczas dokonywania czynności formalnych, w zależności od okoliczności, można zaproponować gościom gorące lub schłodzone napoje.

Pokoje sypialne powinny być przygotowane w momencie przyjazdu turystów, miłym elementem będzie postawienie kwiatów ciętych w wazonie.

Po przeprowadzeniu niezbędnych formalności, należy zaprowadzić gości do pomieszczeń, w których będą mieszkali.

Miłym akcentem jest zaproszenie gości na pierwszy wspólny poczęstunek np. uroczystą kolację lub kawę z ciastem upieczonym przez gospodynię.

Profesjonalna obsługa gości

Profesjonalna obsługa to sposób, w jaki świadczymy usługi. Fachowa obsługa gości jest dziedziną obejmującą stosunki pomiędzy gospodarzem, jego rodziną i gośćmi. Polega na odpowiednim, taktownym i skutecznym podejściu do gości, tak aby ich w pełni zadowolili.

Profesjonalna obsługa gości jest tym elementem, który wpływa na ocenę oferty turystycznej. Niezależnie od oferowanego standardu obiektu, gospodarze powinni wykazywać maksimum umiejętności, zapału i wycucia, aby sprostać oczekiwaniom swoich gości i uczynić ich pobyt przyjemnym.

Zadowolony gość
jest najlepszą
i najtańszą formą
reklamy naszego
przedsięwzięcia

Przyczyn niezadowolenia gości może być wiele, a do najczęstszych zalicza się niezaspokojenie oczekiwań, gdy usługi są niezgodne z ofertą, zła informacja lub jej brak, niedotrzymywanie warunków umowy i dokonanych ustaleń, rozczarowanie jakością świadczonych usług. Dostyc częstą przyczyną, w tym wypadku uzasadnioną, jest brak miejsc pomimo wcześniej dokonanej rezerwacji.

Organizacja pracy przy prowadzeniu działalności agroturystycznej

Miejsce pracy i jego wyposażenie

Najlepiej do tego celu przeznaczyć oddzielne pomieszczenie, do którego wstawimy biurko, krzesło, kilka szafek lub półek. Jeżeli nie ma takiej możliwości, wtedy taki kącik do pracy urządzamy w pomieszczeniu, które pełni inne funkcje. Oprócz mebli w danym miejscu należy zgromadzić również odpowiedni sprzęt:

- telefon z faxem, kalkulator, komputer z drukarką
- materiały biurowe: segregatory, dziurkacz, zszywacz, materiały piśmiennicze, materiały do prowadzenia korespondencji, druki odpowiednich rachunków
- kalendarz – grafik rezerwacji miejsc noclegowych
- zeszyt do prowadzenia rozmów rezerwacyjnych lub przygotowane do tego celu specjalne druki
- zeszyt do prowadzenia ewidencji gości
- przygotowana oferta wypoczynku w danym obiekcie
- w tym miejscu gromadzimy również pełną dokumentację dotyczącą rozpoczęcia i prowadzenia działalności.
-

Przygotowanie oferty wypoczynku w danym obiekcie

Oferta wypoczynku przygotowana na materiałach promocyjnych musi być tak sformułowana, aby w pełni oddawała rzeczywistość, a jednocześnie zawierała wszystkie elementy interesujące potencjalnego turystę. W ofercie zaznaczamy:

- krótki opis obiektu
- rodzaj świadczonej usługi, np. nocleg, nocleg ze śniadaniem, możliwość pełnego wyżywienia, możliwość przygotowania wyżywienia
- opis pomieszczeń przeznaczonych dla turystów
- okres funkcjonowania obiektu – obiekt całoroczny, sezonowy – w tym przypadku miesiące otwarcia np. maj – wrzesień
- możliwość dojazdu
- możliwość przyjazdu ze zwierzętami
- organizacja usług dodatkowych
- ceny za pobyt wraz z możliwymi zniżkami

System rezerwacji miejsc noclegowych

Rezerwacja miejsc noclegowych może być prowadzona przez:

- biuro turystyczne, z którym kwaterodawca podpisał umowę
- w przypadku osób zrzeszonych w stowarzyszeniach agroturystycznych, istnieje możliwość prowadzenia rezerwacji miejsc noclegowych przez biuro stowarzyszenia.
- indywidualnie
- poprzez połączenie obu powyższych form
- Internet

Prowadząc rezerwację należy się do tego wcześniej przygotować:

- dokładnie przemyśleć ofertę wypoczynku i opracować materiały promocyjne tak, aby łatwo je można było przesłać do klienta pocztą, za pomocą faxu (oferta w formie folderu lub ulotki bardziej przemawia do klienta niż informacja ustna), lub w formie elektronicznej przez Internet (można mieć opracowaną stronę internetową)
- określić system rezerwacyjny miejsc noclegowych
- przygotować grafik rezerwacji miejsc noclegowych i powiesić go przy biurku wraz z przymocowanym ołówkiem z gumką tak, aby można się nim łatwo posłużyć podczas rozmowy telefonicznej.
- w grafiku czerwonym kolorem zaznaczamy święta.

Udzielana informacja przy ustalaniu warunków rezerwacji musi być bardzo rzetelna. Klient wprowadzony w błąd może nie tylko nie uiścić nam opłaty, ale wręcz żądać odszkodowania za przyjazd.

Rozmowy rezerwacyjne mogą odbywać się drogą listowną lub też (znacznie częściej) przy pomocy telefonu. W przypadku otrzymania korespondencji od osoby zainteresowanej natychmiast odpisujemy na list (klient nie może czekać na odpowiedź), informując go o warunkach wynajmu miejsc noclegowych, jak również o warunkach ich rezerwacji.

Do listu można dołączyć materiały promocyjne. Jeśli w liście była zawarta prośba o dokonanie rezerwacji, to zaznaczamy, że dokonujemy wstępnej rezerwacji. Prowadzona korespondencja powinna być ewidencjonowana, a listy, zarówno przychodzące, jak i wychodzące powinny być przechowywane.

W przypadku dokonywania rezerwacji przy pomocy telefonu należy się do rozmowy przygotować, aby zdobyć wszystkie niezbędne informacje, potrzebne do dokonania rezerwacji wstępnej. Rozmowa powinna być krótka, aby nie znużyć słuchającego i nie narazić go na zbyt duże koszty.

Pamiętajmy! że turysta dzwoniąc do nas, nie zawsze zastanie nas w domu, dlatego ważne jest, aby każda osoba przebywająca aktualnie w mieszkaniu mogła taką rozmowę przeprowadzić i dokonać rezerwacji. Zrobi to wówczas, jeśli wprowadzimy ją w tok naszej pracy oraz wszystkie informacje zawarte na grafiku będą aktualne.

Regulamin pobytu na kwaterze

Bardzo ważne jest opracowanie regulaminu pobytu na kwaterze i umieszczenie go w każdym pokoju oraz miejscach ogólnodostępnych. Bardzo ważne dla dobrej atmosfery jest znanie zasad korzystania z pomieszczeń i urządzeń znajdujących się w gospodarstwie.

Należy zadać sobie proste pytanie: czy sami, będąc gościem, chcielibyśmy wiedzieć z czego wolno nam korzystać i w jakim zakresie a z czego nie? Czujemy się wtedy swobodni, bo wiemy z czego możemy korzystać bezpłatnie, a za co musimy zapłacić.

Jeśli chcemy mieć dobre relacje na linii: gość – inny gość – gospodarz – rodzina, to dobry – czyli przyjaźnie napisany regulamin, na pewno wpłynie na dobrą atmosferę w czasie pobytu klientów na kwaterze. Regulamin musi odnosić się do konkretnej kwatery i konkretnego wyposażenia. Jednak główne jego punkty będą na wszystkich kwaterach podobne.

Nie zapominajmy o zamieszczaniu informacji np. o imprezach organizowanych na terenie wsi, gminy lub przez innych organizatorów turystyki, jasno podając, kto i za ile daną imprezę organizuje.

Jeśli nie chcemy używać słowa, „regulamin” możemy użyć takich określeń jak: „zasady pobytu”.



(wzór)

Zasady pobytu na kwaterze agroturystycznej

§ 1.

Gość zobowiązuje się do przestrzegania porządku obowiązującego na kwaterze i do użytkowania wszystkich pomieszczeń zgodnie z ich przeznaczeniem.

§ 2.

Na początku i na końcu okresu wynajmu dokonane zostanie sprawdzenie stanu pomieszczeń przez właściciela kwatery i Gościa. Klient ponosi koszty wynikające ze zniszczenia sprzętu lub jego braku.

§ 3.

W dniu zakończenia pobytu Gość zdaje pokój oraz klucze gospodarzowi.

§ 4.

Jeżeli liczba Gości wynajmujących kwaterę jest wyższa niż wskazana w skierowaniu lub uzgodnieniach ustnych właściciel kwatery ma prawo do:

Ołówek z gumką ułatwi nam pracę i grafik będzie czytelny, ponieważ w przypadku rezygnacji klienta tylko wytrzymamy rezerwację i możemy wpisać następną

- odmówienia przyjęcia osób dodatkowych
- odstąpienia od umowy z winy turysty
- pobrania opłaty za osoby dodatkowe

§ 5.

Warunki sprzątanía pokoi zajętych przez gości ustalane są indywidualnie z kwaterodawcą w dniu przyjazdu.

§ 6.

Gość nie może bez zgody właściciela kwatery przyjmować na nocleg w wynajmowanych pomieszczeniach dodatkowych osób, traktując ich jako swoich gości.

§ 7.

Właściciel kwatery zobowiązany jest udostępnić pomieszczenia i sprzęt wchodzący w skład wynajętej kwatery a jej stan higieniczno-sanitarny nie może budzić zastrzeżeń.

§ 8.

Kwaterodawca wskazuje klientowi miejsce postoj u samochodu, ale nie ponosi odpowiedzialności za jego bezpieczeństwo i szkody wyrządzone przez osoby trzecie.

§ 9.

Trzymanie zwierząt domowych na kwaterze, bez wcześniejszego ustalenia, nie jest ani miłe ani dopuszczalne.

§ 10.

Od godz. 22.00 do 7.00 nie przeszkadzamy sobie oraz innym gościom w wypoczynku.

§ 11.

Usługa rozpoczyna się o godz. 14.00 w dniu przyjazdu a kończy się o godz. 10.00 w dniu wyjazdu

§ 12.

Informacje o możliwościach uczestniczenia w imprezach organizowanych w okolicy są umieszczane na bieżąco na tablicy informacyjnej w hollu.

Życzymy Państwu przyjemnego pobytu



4.2. Zasady urządzania kwatery

Zdecydowanie nie każde gospodarstwo wiejskie odpowiada wysokim wymaganiom konsumentów. Jednak, żeby przyciągnąć do niego klientów, nie wystarczy przekształcić go w wyszukany mini-hotel. Są różne segmenty usługobiorców turystyki wiejskiej, a i każdy gospodarz też kieruje się własnymi możliwościami finansowymi i upodobaniami. Dzięki temu istnieje

prawdziwa różnorodność kwater wiejskich. Właśnie ta różnorodność jest dodatkową zaletą, istotną dla tych turystów, którzy w wypoczynku na wsi szukają dla siebie coraz to nowych wrażeń. Tym niemniej istnieje grupa wymogów architektoniczno-estetycznych i sanitarno-higienicznych, które powinien spełniać każdy właściciel gospodarstwa agroturystycznego.

Podobnie jak „wizytówką” każdego hotelu jest jego jaskrawa tablica, logo i bogactwo wystroju wejścia do budynku, tak i w gospodarstwie agroturystycznym „wizytówką” staje się **brama i obejście**. Jeśli jest zbudowana w tradycyjnym stylu ukraińskim (ma gontowy daszek – karpacki albo poleski i rzeźbienia, lub podolsko-naddnieprzańskie motywy dekoracyjne), jeśli obok wejścia na obejście rośnie krzew kaliny czy kilka malw – to stwarza u turysty poczucie estetycznego zadowolenia i od razu sygnalizuje wysoki poziom i autentyczność usługi w danym gospodarstwie.

Nadzwyczaj ważne znaczenie ma dobre urządzenie gospodarstwa agroturystycznego.

Ogrodzenie zrobione ładnie i z prostotą dobrze świadczy o gospodarstwie. Ogrodzenie zrobione niedbale zepsuje ogólny wygląd kwatery. Do zrobienia ogrodzenia dobrze jest wykorzystywać miejscowe materiały budowlane (glinę, kamienie itp.). W praktyce ogrodzenie może być zrobione z dowolnych materiałów (metal, kamień, drewno, glina, cegły, łupków itp.), ale jak pokazuje doświadczenie ze świata i z Ukrainy, na gościach najlepsze wrażenie robi ogrodzenie z krzewów – żywopłot.

Teren gospodarstwa powinien być podzielony na 2 części – wypoczynkową i gospodarczą. Obie te części muszą być schludne i uporządkowane. Dobrze byłoby, żeby każda z nich miała osobny wjazd, a w granicach gospodarstwa – dróżki.

Roślinność zielona to nie tylko jeden ze sposobów upięknienia gospodarstwa. Dodatkowo polepsza mikroklimat gospodarstwa i budynku, chroni przed przegrzaniem słonecznym, kurzem i hałasem. Pięknie zrobione budynki mieszkalne z kolorową fakturą, rzeźbionymi ścianami, oszklonymi werandami ozdabianymi ażurowymi splotami są dopełniane przez roślinność (winorośl, która pnie się po ścianach, zasłony z winorośli nad podwórkiem, kwietniki z różami, liliami, itp.). Aby zrobić przy domu kłomby, trzeba tak wybierać rośliny, aby od wczesnej wiosny do późnej jesieni kłomby kwitły.

Dodatkowej atrakcyjności każdemu gospodarstwu dodadzą ładnie wymoszczone ścieżki. Do ich zrobienia można wykorzystać cegły czy też naturalny kamień. Urządzenie ścieżek to kwestia twórczego podejścia. Najważniejsze, żeby niezależnie od pogody nigdy nie były śliskie i by turysta mógł po nich przejść nie zabrudziwszy obuwia.

Obejście gospodarstwa agroturystycznego zyska, jeśli w części gościnnej podwórza lub sadu zrobiony jest plac zabaw dla dzieci w wieku od 3 do 9

lat. Podstawą dla niego może być huštawka i konstrukcja do wspinania się w formie chatki.

Zgodnie z przyjętymi w turystyce wiejskiej normami, powinno być do czterech – pięciu pokoi dla gości. Większa ilość pokoi przekształca gospodarstwo agroturystyczne w zwykły przydrożny motel albo pensjonat wypoczynkowy. Jeśli będą całkowicie zajęte, utraci się atmosferę rodzinnego wiejskiego odpoczynku, w którym nikt obcy nie przeszkadza.

Przedpokój – jest swoistą strefą buforową, która chroni mieszkanie od chłodu, wiatru, deszczu i brudu, pełni rolę pomieszczenia przechodniego, może być garderobą na odzież wierzchnią i obuwie. W zależności od rozplanowania przedpokojów są różne warianty jego wyposażenia i połączenia z innymi pomieszczeniami – pokojem ogólnym, sypialnią, kuchnią itd.

Salon – pokój dla gości do użytku ogólnego, z reguły zajmuje centralne miejsce w domu i jest pomieszczeniem o największej powierzchni. W pokoju ogólnym nie trzeba umieszczać miejsc do spania, jest on wykorzystywany wyłącznie jako salon, w którym można spędzać wolny czas i przyjmować gości. Pokój ogólny powinien być ogrzewany, mieć ogólne oświetlenie (górne) i miejscowe. Ten pokój dobrze jest wyposażać w meble i sprzęty niezbędne, żeby wypocząć. Pokój ogólny może być także wykorzystywany jako jadalnia, pokój do zabawy dla dzieci, itd.

Podstawowe wymogi, jakie powinny spełniać **sypialnie** to zagwarantowanie wygody, ciszy i higienicznych warunków odpoczynku. Każda sypialnia powinna dawać gościom możliwość mieszkania w wygodzie, maksymalnej intymności i zapewnić możliwie największą autonomiczność i niezależność od rodziny właściciela kwatery. Podstawowym pytaniem, które nurtuje gospodarzy, a zwłaszcza początkujących jest ilość łóżek w sypialni. Oczywiście, na pierwszy rzut oka niedoświadczonemu właścicielowi kwatery wydaje się, że im więcej łóżek dla gości, tym większy zysk. W rzeczywistości nie zawsze jest tak. Współczesne standardy zakwaterowania turystów przewidują nie więcej niż 2 łóżka-miejsca w jednym pokoju i oddzielny węzeł sanitarny. W sypialni powinno być ogrzewanie. W oknach, które można otworzyć, powinny być firanki albo żaluzje.

Jeśli przy sypialni nie ma oddzielnego węzła sanitarnego, to oddzielna łazienka albo prysznic i toaleta (minimum jedna na 8 osób włączając członków rodziny gospodarza) muszą znajdować się niedaleko od sypialni.

Higiena i komfort gospodarstwa agroturystycznego w znacznej mierze zależy od rozplanowania i dobrego urządzenia **węzła sanitarnego**. Łazienki i toalety wewnątrz są najważniejszym wymaganiem, aby przyjmować turystów. W domach, w których jest woda i kanalizacja, węzły sanitarne znajdują się obok kuchni albo obok sypialni. Powinna być w nich utrzymywana odpowiednia temperatura i wilgotność powietrza, zapewniona niezbędna

wentylacja i izolacja od hałasu. Podłogi i ściany dobrze jest wyłożyć płytką ceramiczną, nad umywalką powiesić lustro i półkę na kosmetyki.

Jadalnia w domu powinna być odpowiednio umeblowana, gościom musi być w niej wygodnie jeść. Niezależnie od tego, czy pokój, w którym Państwa goście jedzą, jest osobny i przeznaczony tylko do tego celu, czy połączony z salonem, czy też jest częścią kuchni powinny tam być: wygodne fotele albo krzesła i stół, szafy na naczynia, minimum jedno szerokie okno, odpowiednie ogrzewanie (piec, centralne ogrzewanie albo przenośny grzejnik elektryczny), wyposażenie i sprzęt kuchenny. Ogólnie rzecz biorąc, ten sam pokój często pełni funkcje nieformalnego klubu dla gości, zwłaszcza, jeśli lubią przesiadywać przy herbacie po posiłku itd.

Kuchnia powinna mieć odpowiednie rozmiary i odpowiednią produktywność, żeby można w niej było gotować dla wszystkich gości domu, jak również powinna być wyposażona w sprzęt niezbędny do gotowania i przechowywania produktów spożywczych, mycia naczyń i utrzymania czystości.

Idealnym dla wsi ukraińskiej jest schemat, w którym dla gości przeznaczają się piętro domu, rozplanowane na trzy – cztery pokoje mieszkalne. Żeby goście czuli się zupełnie swobodnie.

Na I miejscu zawsze będzie zakwaterowanie.

O jakości jego świadczyć będą m.in. takie czynniki jak:

- Położenie kwatery;
- Jakość łóżek, materacy;
- Jakość mebli w pokoju;
- Dostęp do łazienki i jej wyposażenie;
- Funkcjonalność pokoju (jego wysokość, wielkość a nawet widok z okna)
- Higiena i bezpieczeństwo;
- Dostęp do urządzeń dodatkowych: aneks kuchenny, wypoczynkowy, miejsce rekreacyjne na powietrzu;

Na II miejscu będzie wyżywienie.

Można zastanowić się, dlaczego dopiero na drugim miejscu, skoro ludzie muszą jeść. Jest to proste. Turysta musi u nas spać i przebywać, natomiast nie musi korzystać z opcji wyżywienia.

Jednak oferując wyżywienie należy też zwracać uwagę, na jakość pod względem:

- Regionalności potraw;
- Miejsca spożywania posiłków (wystrój wnętrza, wygoda, dostęp);
- Higieny i bezpieczeństwa zdrowotnego żywności;
- Profesjonalnej obsługi;

Na III miejscu mówimy o usługach dodatkowych w gospodarstwie, takich jak:

- Umiejętności przewodnickie gospodarzy (znajomość terenu, tras turystyczno-historycznych, znajomość legend, zapewnienie dostępu do informacji turystycznej poprzez gromadzenie map, przewodników itp.)
- Opracowanie i oferowanie usług specjalnych, jak: pieczenie chleba, wyrób przetworów z owoców i warzyw, nauka wikliniarstwa, hafciarstwa, itp.
- Możliwość wypożyczenia sprzętu: wodnego, rowerów, itp.
- Wszelkich usług związanych z rekreacją (wskazana współpraca z innymi usługodawcami w danej miejscowości lub najbliższej okolicy)

Kategoryzacja i standaryzacja bazy agroturystycznej

5

Program dobrowolnej kategoryzacji w sferze wiejskiej turystyki „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne”

„Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne” to unikalny program na poziomie ogólnoukraińskim, którego celem jest rozwój różnych form zakwaterowania w gospodarstwach wiejskich, podwyższenie jakości obsługi turystów i stworzenie systemu obsługi kompleksowej, świadczenie usług z zakresu zakwaterowania i sprzyjanie rozwojowi obszarów wiejskich na terenie Ukrainy.

Program pozwala mieszkańcom obszarów wiejskich, z pomocą miejscowych ośrodków Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie, przeprowadzić ocenę i nadać odpowiednią kategorię kwaterze.

Przepisy ogólne

Przygotowanie Programu dobrowolnej kategoryzacji w sferze wiejskiej turystyki ekologicznej „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne” i wymogów kategoryzacji zostało zrealizowane na podstawie Ustaw Ukrainy „O turystyce”, „O ochronie praw konsumentów”, międzynarodowych standardów dotyczących obsługi turystycznej i wycieczkowej, oraz odpowiednich standardów państw członkowskich Europejskiej Federacji Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej EURO-GITES (Austrii, Irlandii, Niemiec, Polski, Węgier, Szwecji, Szwajcarii, Czech).

Wymogi dobrowolnej kategoryzacji są opracowane zgodnie z wymogami Państwowych Systemów Standaryzacji Ukrainy 4268:2003 „Usługi turystyczne” – Miejsca zakwaterowania. Wymogi ogólne dokumentów normatywnych i podstawowych standardów dotyczących obiektów indywidualnego i zbiorowego zakwaterowania państw europejskich.

Program „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne” ma cztery kategorie: podstawowa (najniższa), pierwsza, druga, trzecia (najwyższa), które oznacza się przy pomocy odpowiedniego znaku. Znak „Ukraińskie gościnne gospodarstwo” powstał z połączeniem słów po ukraińsku „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne”, po angielsku – „Ukrainian guest house” i symbolu graficznego, na którym przedstawiona jest ukraińska chatka. Pod chatką umieszcza się jeden, dwa lub trzy kwiatki.

Znak daje gospodarzowi prawo do informowania o odpowiedniej jakości warunków mieszkalnych i poziomie usług w mass mediach, ustalania cen odpowiednio do kategorii itd. Znak ten jest nadawany przez Związek na Rzecz



Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie i może być wykorzystywany jak instrument marketingowy służący zwiększaniu popularności gospodarstwa. Znak jest nadawany na okres dwóch lat, co jest poświadczane odpowiednim certyfikatem.

Znak „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne” jest nadawany gospodarstwom agroturystycznym, które odpowiadają wymogom zgodnym z Programem „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne” (www.greentour.com.ua, rozdział „Kategoryzacja”).

Oprócz tego odnoszą się do nich wymogi:

Otoczenie

Gospodarstwa powinny pokazywać ładne otaczające środowisko i porządek: zadbane wygląd zewnętrzny budynku i przylegających obszarów, dobre warunki utrzymania zwierząt, a także wprowadzenie w gospodarstwie systemu bezpieczeństwa.

Gospodarstwo wiejskie

Gospodarstwo nie musi obowiązkowo prowadzić produkcji rolnej, jednak gospodarowanie (zwierzęta domowe, sad, ogród, pasieka itd.) jest niewątpliwie zaletą i zachętą dla turysty. Gospodarz powinien być zaznajomiony z problemami dotyczącymi zasad żywienia.

Formy zakwaterowanie gości

Obiekty zakwaterowania indywidualnego i zbiorowego typu innego niż hotel, które są przeznaczone dla zamieszkiwania przez turystów na obszarach wiejskich.

Standardy zakwaterowania gości

Standardy zamieszkania gości zatwierdzone przez zarząd Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie nr 46 z 6 maja 2008 r.

Miejsca zamieszkania gospodarzy i ich udział w życiu gości

Gospodarz albo jego rodzina powinni sami mieszkać w wynajmowanej kwarterze lub w bezpośredniej bliskości z nią. Bardzo ważnym aspektem jest kontakt gospodarza z gościem. Jeżeli turysta potrzebuje informacji na temat miejscowości, możliwości transportu lub po prostu nie rozumie jakiejś tradycji regionalnej, gospodarz, który powinien znać odpowiedzi na takie pytania, udziela turyście informacji.

Znak Programu „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne”

Znak programu „UGG” powinien być zawsze wykorzystywany przez gospodarza w jego dokumentach biznesowych i materiałach reklamowych.

Wymogi Programu dobrowolnej kategoryzacji w sferze wiejskiej turystyki ekologicznej „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne”

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
		B	1	2	3
I	Gospodarstwo, wystrój terenu	B			
1	Szyld świetlny	-	-	+	+
2	Znak „Ukraińskie Gospodarstwo Gościnne”	+	+	+	+
3	Oddzielne wejście dla gości	-	-	+	+
4	Teren ozdobiony zielenią, w tym żywopłot	-	+	+	+
5	Miejsce do parkowania samochodu na terenie gospodarstwa	-	+	+	+
6	Garaż do parkowania	-	-	-	+
7	Przygotowane miejsce do odpoczynku poza budynkiem (altanka, koliba, zadaszone miejsce do odpoczynku itd.) ze stołem i miejscami do siedzenia	-	+	+	+
8	Specjalnie przygotowane miejsce do przygotowywania potraw na otwartym ogniu	+	+	+	+
9	Plac zabaw dla dzieci	-	-	+	+
10	Bania/sauna	-	-	+	+
11	Basen	-	-	-	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
		B	1	2	3
II	Pomieszczenia do ogólnego użytku	B			
1	Wyposażenie i meble odpowiadają funkcjonalnemu przeznaczeniu pomieszczenia	+	+	+	+
2	Salon, który pełni funkcję recepcji i miejsca odpoczynku ma minimum 10 m ²	-	+	+	
3	Salon który pełni funkcję recepcji ma minimum 10 m ²	-	-	-	+
4	Umeblowany salon (fotele, kanapy, krzesła, stoły, stoliki gazetowe)	-	+	+	+
5	Podłoga i ściany ozdobione przy użyciu sztucznych i naturalnych materiałów	+	+	+	-
6	Ściany ozdobione przy użyciu naturalnych materiałów	-	-	-	+
7	Dekoracje z roślinności	+	+	+	+
8	Ozdobienie wnętrza obrazami, przedmiotami wzornictwa użytkowego itp.	-	-	+	+
9	Żywe kwiaty i rośliny ozdobne	+	+	+	+

10	Sztuczne oświetlenie nie mniejsze niż 10 Watt/m ²	+	+	+	-
11	Sztuczne oświetlenie nie mniej niż 15 Watt/m ² urządzenia oświetlające pasują do ogólnego stylu pomieszczenia.	-	-	-	+
12	Dywany lub wykładzina dywanowa w pomieszczeniu do odpoczynku i na korytarzach	-	-	+	+
13	Informacja dla turystów (materiały informacyjno-reklamowe, dotyczące ochrony przyrody, etnograficzno-kulturowe)	-	+	+	+
14	Oddzielny ogólny pokój wypoczynkowy na każdym piętrze	-	-	-	+
15	Możliwość oglądania audycji telewizyjnych w ogólnym pokoju wypoczynkowym	-	+	+	+
16	Dostęp do Internetu	-	-	+	+
17	Możliwość korzystania z lodówki	+	+	+	-

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
III	Ogólne wyposażenie techniczne	B	1	2	3
1	Oświetlenie awaryjne (lampy, akumulatory)	+	+	+	+
2	Zbiornik umożliwiający zrobienie zapasu wody na co najmniej 1 dobę	+	+	+	+
3	Zapewnienie ciepłej wody przez minimum 2 godziny rano i wieczorem	+	+	+	-
4	Stały, całodobowy dostęp do ciepłej i zimnej wody	-	-	-	+
5	Klimatyzacja pomieszczeń wspólnego użytku lub wykorzystanie innych systemów czy sprzętu, który umożliwia zapewnienie wymiany powietrza i utrzymania temperatur od 18 do 22 °C i wilgotności powietrza od 45% do 60%	-	-	+	+
6	Klimatyzacja pomieszczeń mieszkalnych lub wykorzystanie innych systemów czy sprzętu, który umożliwia zapewnienie wymiany powietrza i utrzymania temperatur od 18 do 22 °C i wilgotności powietrza od 45% do 60%	-	+	+	+
7	Naturalna wentylacja węzłów sanitarnych	+	+	-	-
8	Naturalna i przymusowa (sztuczna) wentylacja węzłów sanitarnych	-	-	+	+
9	Ogrzewanie pomieszczeń oddzielnymi grzejnikami albo ogrzewanie centralne	+	+	+	+
10	Sieć telefoniczna, aby móc wykonać nagle telefony	+	+	+	+
11	Telefon w domu, dostępny dla turystów	-	-	+	+
12	Telefon w każdym pokoju	-	-	-	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
IV	Wymogi dotyczące pokoi	B	1	2	3
1	Miejsz w pokojach jedno- i dwuosobowych nie mniej niż	30%	60%	80%	100%
2	Minimalna powierzchnia mieszkalna sypialni jednopokojowej jednoosobowej (bez powierzchni balkonu, loggii, węzła sanitarnego i korytarza) m ²	6	8	9	10
3	Minimalna powierzchnia mieszkalna sypialni jednopokojowej dwuosobowej (bez powierzchni balkonu, loggii, węzła sanitarnego i korytarza) m ²	8	10	12	14
4	Minimalna powierzchnia mieszkalna sypialni jednopokojowej trzyosobowej (bez powierzchni balkonu, loggii, węzła sanitarnego i korytarza) m ²	10	14	16	-
5	Minimalna powierzchnia mieszkalna sypialni jednopokojowej dla czterech osób (bez powierzchni balkonu, loggii, węzła sanitarnego i korytarza) m ²	12	16	18	-
6	W pokojach, w których ilość łóżek wynosi więcej niż 4, do powierzchni czteroosobowej sypialni dodaje się na każde następne łóżko minimum 5 m ² (jeśli łóżka piętrowe – 9,5 m ²)	+	+	+	-
7	Dopuszczalne są odchylenia powierzchni mieszkalnej nie większe niż na 10%, pod warunkiem zwiększenia powierzchni innych części pokoju (loggia, korytarz) i (lub) zwiększenia funkcjonalności mebli	-	+	+	+
8	Minimalna wysokość pokoju (cm)	210	210	220	240
9	Minimalna powierzchnia wolnej podłogi przypadająca na jednego turystę (m ²)	2,5	2,5	2,75	3,00

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
V	Wyposażenie techniczne pokoi	B	1	2	3
1	Zamek z blokadą wewnętrzną	-	-	+	+
2	Ogólne oświetlenie pokoju	+	+	+	+
3	Lampa (kinkiet, lampa stojąca) obok każdego łóżka	-	+	+	+
4	Lampka biurkowa	-	-	+	+
5	Kontakty elektryczne z zaznaczeniem napięcia. W każdym pokoju w liczbie nie mniejszej niż	1	1	2	3
6	Odbiornik radiowy w pokoju	-	-	+	+
7	Kolorowy telewizor w pokoju	-	-	-	+
8	Antena satelitarna	-	-	-	+
9	Lodówka w pokoju	-	-	-	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
		B	1	2	3
VI	Wyposażenie pokoju w meble i przedmioty	B	1	2	3
1	Minimalne wymiary łóżka jednoosobowego (cm)	-	90 × 190	90 × 190	90 × 190
2	Minimalne wymiary dwuosobowego (cm)	-	140 × 190	140 × 190	140 × 190
3	Możliwość udostępnienia na życzenie dodatkowego łóżka dziecięcego lub rozkładanego (fotel rozkładany itd.)	-	+	+	+
4	Dopuszczalne jest, w ramach wyjątku, wyposażenie pokoi w łóżka piętrowe, jeśli wysokość pokoju wynosi minimum 260 cm lub odstęp między łóżkiem 1. piętra a sufitem wynosi nie mniej niż 80 cm.	-	+	+	-
5	Komplet pościeli i bielizny pościelowej – dwie poduszki, całociowy materac z obszyciem, kołdra, dodatkowa kołdra, narzuta na łóżko, poszwa, prześcieradło, powłoczki	+	+	+	+
6	Dywanik obok każdego łóżka, jeśli nie ma dywanu albo wykładziny dywanowej	-	+	+	+
7	Szafka nocna obok każdego miejsca do spania	-	+	+	+
8	Wieszak na odzież wierzchnią i główne elementy stroju	+	+	+	+
9	Szafa na ubrania z półeczkami i wieszakami	-	Nie mniej niż 2 na miejsce	Nie mniej niż 3 na miejsce	Nie mniej niż 4 sztuki na miejsce
10	Krzeseła lub inne meble do siedzenia (co najmniej)	1 na pokój	2 na pokój	2 na pokój	
11	Miękkie fotele wypoczynkowe (co najmniej 2 w pokoju) lub miękka kanapa	-	-	-	+
12	Stół	+	+	+	+
13	Biurko z krzesłem	-	-	-	+
14	Okna z zasłonami lub żaluzjami, które zaciemniają pomieszczenie i przezroczystymi firankami	+	+	+	+
15	Lustro w pokoju	+	+	+	+
16	Szczotki do odzieży i obuwia	+	+	+	+

17	Szklanki lub filiżanki – w ilości jedna na osobę	+	+	+	+
18	Zestaw naczyń do herbaty lub kawy	-	-	+	+
19	Materiały informacyjne w pokoju	-	+	+	-
20	(w tym w innych językach)	-	-	-	+
21	Instrukcja przeciwpożarowa i instrukcja zachowania w sytuacjach wyjątkowych	+	+	+	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
		B	1	2	3
VII	Wyposażenie sanitarne	B	1	2	3
1	Liczba pokoi z pełnym węzłem sanitarnym (umywalka, sedes, wanna lub prysznic)	-	-	25%	80%
2	Minimalna powierzchnia węzła sanitarnego (m ²)	-	3,8	4,2	4,5
3	Minimalna powierzchnia węzła sanitarnego z kabiną prysznicową (m ²)	-	3,3	3,8	4,0
4	Wyposażenie węzłów sanitarnych i przedmioty sanitarno-higieniczne (minimalny wykaz dla wszystkich kategorii)				
	1. lustro nad umywalką	-	+	-	-
	2. lustro nad umywalką z oświetleniem bocznym lub z góry;	-	-	+	+
	3. kontakt elektryczny z oznaczeniem napięcia obok lustra w odległości równej długości kabla od suszarki czy golarki elektrycznej;	-	1	1	2
	4. półeczka na przybory toaletowe	-	+	+	+
	5. zasłony nad wanną lub prysznicem;	-	+	+	+
	6. dywanik na podłodze;	-	+	+	+
	7. wieszak na ręczniki, haczyki na ubrania;	-	+	+	+
	8. szklanka;	-	1	2	2
	9. ręczniki dla każdego gościa nie mniej niż	-	2	2	3
	10. ręcznik kąpielowy;	-	1	1	1
	11. mydło toaletowe dla każdego gościa (są wymieniane w miarę korzystania);	-	+	+	+
	12. papier toaletowy;	-	+	+	+
	13. uchwyt na papier toaletowy;	-	+	+	+
	14. szczotka toaletowa (w stojaku);	-	+	+	+
	15. kosz na śmieci z materiału ogniotrwałego;	-	+	+	+
	16. deska sedesowa.	-	+	+	+
5	Pełen węzeł sanitarny dla użytku ogólnego w budynku lub obok niego (nie więcej niż dla 10 osób włączając członków rodziny)	-	+	+	+
6	Kolektor sanitarny typu „szambo”	+	-	-	-

7	Prysznic poza budynkiem	+	-	-	-
8	Minimalne wymogi co do urządzania obiektów sanitarnych do ogólnego korzystania Toalety: kabiny toaletowe, umywalki z lustrem, kontakt elektryczny, papier toaletowy, mydło lub dozownik mydła w płynie, ręczniki papierowe lub suszarki do rąk, wieszaki na ubrania, kosz na śmieci z materiału ogniotrwałego. Łazienki z wanną lub prysznicem: wanny lub kabiny prysznicowe, toaleta, umywalka z lustrem i półeczką na przybory toaletowe, wieszaki na ubrania, kosze na śmieci z materiału ognioodpornego.	+	+	+	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
VIII	Pomieszczenie służące do świadczenia usług z wyżywienia zgodnie z Standardem Państwowym 30 532 i dodatkowe pomieszczenia usługowe	B	1	2	3
1	Kuchnia do samodzielnego przygotowania jedzenia, wyposażona w lodówkę, kuchenkę gazową (elektryczną) lub piec, na którym można gotować jedzenie	+	+	+	-
2	Odpowiednio urządzona jadalnia (wspólna z kuchnią, pokojem ogólnym)	-	+	+	-
3	Odpowiednio urządzona kuchnia (oddzielnie od innych pomieszczeń)	-	-	-	+
4	Pokój do obsługi gości	-	-	-	+
5	Schówek	-	-	+	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
IX	Usługi	B	1	2	3
1	Przyjęcie przez całą dobę	+	+	+	+
2	Sprzątanie pokoju codziennie lub na życzenie gości	+	+	+	+
3	Sprzątanie węzła sanitarnego codziennie	+	+	+	+
4	Ścielenie łóżka codziennie lub na życzenie gości	-	-	-	+
5	Zmiana bielizny pościelowej raz na pięć dni	+	+	-	-
6	Zmiana bielizny pościelowej raz na 3 dni	-	-	+	-
7	Zmiana bielizny pościelowej codziennie lub na życzenie gościa	-	-	-	+
8	Zmiana ręczników raz na 3 dni	+	+	-	-
9	Zmiana ręczników raz na 2 dni	-	-	+	-

10	Zmiana ręczników raz na dobę lub na życzenie gościa	-	-	-	+
11	Pranie bielizny z oddaniem w ciągu 24 godzin	-	-	-	+
12	Stworzenie możliwości zrobienia prania w oddzielnym pomieszczeniu, wyposażonym w pralkę i z zapewnienie środków piorących	+	+	+	+
13	Prasowanie na życzenie	-	-	-	+
14	Udostępnienie żelazka, deski do prasowania na prośbę gościa.	+	+	+	+
15	Przechowywanie bagażu w oddzielnym pomieszczeniu (na prośbę gościa)	-	+	+	+
16	Usługi informacyjne (informacja turystyczna, wycieczki, przewodnicy-tłumacze itd.)	-	+	+	+
17	Wypożyczanie sprzętu sportowego i wypoczynkowego	-	-	+	+
18	Zapewnienie dostępu do sieci telefonicznej w nagłych sytuacjach	+	+	+	+
19	Udzielenie pierwszej pomocy przed przyjazdem lekarza, wezwanie pogotowia, korzystanie z apteczki pierwszej pomocy	+	+	+	+
20	Wyżywienie. Śniadania	-	-	+	+
21	Wyżywienie na zamówienie	+	+	+	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
X	Wymogi wobec gospodarzy i personelu oraz ich przygotowania	B	1	2	3
1	Zadbany wygląd zewnętrzny, przestrzeganie higieny osobistej	+	+	+	+
2	Kwalifikacje: gospodarze (właściciele) powinni przejść szkolenie i mieć odpowiedni certyfikat wydawany przez komisję ekspertów, potwierdzający przyswojenie podstawowych wymogów dotyczących świadczenia usług w sferze turystyki wiejskiej. Personel powinien być przygotowany do wykonywania pracy i przyjmowania turystów	-	+	+	+
3	Instrukcje dla zatrudnionych pracowników, w których są opisane obowiązki pracy i ustalone zasady pracy	-	+	+	+
4	Personel powinien przechodzić okresowe badania medyczne	-	+	+	+
5	Personel powinien być w stanie stworzyć atmosferę gościnności, w stosunkach z gośćmi okazywać życzliwość. Powinien być gotów szybko i sprawnie spełniać prośby gości.	+	+	+	+
6	Zadbany wygląd zewnętrzny personelu	+	+	+	+
7	Możliwość rozmawiania z gości w jednym języku obcym	-	-	+	+

Nr	WYMÓG	KATEGORIA			
		B	1	2	3
XI	Wymogi co do ochrony środowiska				
1	Wymogi co do ochrony środowiska naturalnego – utrzymanie terenu wokół gospodarstwa, stanu budynków i zabudowań, wodociągów, kanalizacji nie są mniejsze niż wymogi Standardów Państwowych 4268	+	+	+	+
2	Śmieci i odpady powinny być gromadzone tylko w specjalnie przygotowanych i oznaczonych miejscach, z zachowaniem wymogów i zasad sanitarnych zgodnie z normami i zasadami sanitarnymi 42-128-4690	+	+	+	+
3	Stałe i płynne odpady domowe są zbierane i czasowo przechowywane, podlegają utylizacji i są regularnie wywożone zgodnie z normami i zasadami sanitarnymi 42-128-4690	+	+	+	+
4	Teren gospodarstwa nie ma oznak zanieczyszczenia	+	+	+	+
5	Proponowane alternatywne miejsca wypoczynku, włączając ścieżki proponowanych tras, są zadbane i oczyszczone ze śmieci	+	+	+	+

Porządek przeprowadzania dobrowolnej kategoryzacji

Aby otrzymać znak poziomu podstawowego gospodarstwo musi odpowiadać wymogom zaznaczonym w kategorii „B”. Aby otrzymać certyfikat pierwszego poziomu gospodarstwo musi spełniać 90% wymogów zaznaczonych w kategorii „1”, drugiego stopnia – 90% wymogów zaznaczonych w kategorii „2”, trzeciego poziomu – 90% wymogów zaznaczonych w kategorii „3”.

Kategoryzacja miejsc zakwaterowania odbywa się dobrowolnie, na prośbę właściciela miejsca zakwaterowania lub upoważnionej przez niego osoby (wzór jest w załączniku nr 1), z którą zwraca się do Komisji do spraw kategoryzacji w sferze turystyki wiejskiej „Ukraińskie Gościnne Gospodarstwo” Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej, który działa na podstawie zatwierdzonych statutów działalności.

Do prośby gospodarz załącza charakterystykę gospodarstwa (załącznik nr 2) i plan budynku.

Załącznik nr 1

Komisja Główna do spraw kategoryzacji w sferze turystyki wiejskiej „Ukraińskie Gościnne Gospodarstwo” Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie.

Od _____,

Nazwisko, imię, imię ojcowskie

Który mieszka we wsi/miejscowości typu wiejskiego

_____ rejonu

_____ obwodu

Ulica _____

Telefon _____

Podanie

Proszę przeprowadzić kategoryzację budynku mieszkalnego w granicach mojego gospodarstwa i wprowadzić go do wykazu obiektów wchodzących w sieć „Ukraińskie Gościnne Gospodarstwo”.

Informacja na temat pomieszczenia, które przeznaczono dla przez gości i osób odpoczywających stanowi załącznik.

Data

Podpis

Załącznik nr 2

Krótką charakterystyka gospodarstwa

_____, położonego we wsi
(Nazwisko, imię, imię ojcowskie)

_____ rejonu _____ obwodu

Gospodarstwo o powierzchni łącznej _ha, położone w odległości
_ metrów od przystanku transportu publicznego. Odległość od
obiektów rekreacyjnych i społeczno-kulturowych wynosi:

Nazwa obiektu	Odległość w kilometrach
_____	_____
_____	_____

Budynek mieszkalny ma powierzchnię m², został zbudowany w ___ roku z: _____

(cegły, drewna, kamienia itd.)

Na budynek składa się: _____
(nazwać pomieszczenia, które są wykorzystywane jako sypialnie, kuchnia, salon itd.)

Oprócz budynku mieszkalnego w gospodarstwie znajdują się:
(wymienić: kuchnia letnia, pomieszczenia dla zwierząt, na zbiory itd.)

Teren wokół budynku mieszkalnego
jest/nie jest czysty ekologicznie _____

Schemat rozplanowania budynku (w załączeniu).

Turystom i osobom wypoczywającym udostępnia się do wykorzystania

(wymienić pomieszczenia i zabudowania w gospodarstwie)

Data

Podpis gospodarza

Program nadawania znaku „Zielone Gospodarstwo”

Na Ukrainie wprowadzony został także system ekologicznego oznaczania gospodarstw agroturystycznych, które otrzymują znak „Zielone Gospodarstwo”. Ten znak może zwiększyć popularność gospodarstwa wśród świadomych ekologicznie turystów. Znak jest nadawany przez Związek na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie i może być wykorzystywany jako instrument marketingowy.

Posiadaczowi takiego znaku zapewniają atrakcyjność dwa podstawowe czynniki – zwiększony popyt ze strony turystów i promocja jego usług poza kolejnością na rynku przez Związek i instytucje państwowe. Pierwszy z tych czynników, czyli zwiększenie popytu, na dzień dzisiejszy dotyczy przede wszystkim konsumentów zagranicznych, którzy, dzięki wysokiej kulturze i możliwościom płacenia są pożądanymi gośćmi we wsiach ukraińskich. Zaś, w przeciwieństwie do turystów europejskich, z których, według badań opinii publicznej, większość woli odpoczywać w gospodarstwach oznaczonych jako ekologiczne, u konsumentów krajowych trzeba jeszcze pracować nad autorytetem dla znaku „Zielone Gospodarstwo”.

Do podstawowych zasad Programu nadawania znaku „Zielone Gospodarstwo” należy: zmniejszenie szkodliwego wpływu obiektu agroturystycznego na środowisko naturalne, oszczędność środków, wpieranie tradycji i rzemiosła ludowego, wpieranie miejscowej gospodarki, rozwijanie rodzajów rozrywki i odpoczynku przyjaznych środowisku.

Na początkowym etapie włożone wysiłki może nie od razu dać zauważalny efekt ekonomiczny (nie mówiąc już o ekologicznym), ale trzeba być dalekowzrocznym i patrzeć w przyszłość.

Co jest potrzebne, aby otrzymać certyfikat jakości ekologicznej „Zielone gospodarstwo”?

- Uważnie przeczytać wymogi dotyczące nadania tego znaku, które zostały zatwierdzone przez Związek na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie (www.greentour.com.ua).
- Określić, w jakim stopniu Państwa gospodarstwo odpowiada wspomnianym wymogom i jakie zmiany należy wprowadzić, aby osiągnąć odpowiedni standard.
- Należy usunąć zidentyfikowane niedociągnięcia.
- Zwrócić się do Związku z prośbą o przeprowadzenie procedury certyfikacji Państwa Gospodarstwa.
- Zaprezentować inspektorowi Związku zalety ekologiczne Państwa gospodarstwa i sprawdzić, czy prawidłowo wypełniliście Państwo ankietę.
- Należy zwrócić uwagę również na fakt, iż certyfikacja ekologiczna zgodnie z programem „Zielone Gospodarstwo” odbywa się całkowicie dobrowolnie. Jest ona niezależna od kategoryzacji miejsc zakwaterowania, świadczy bowiem o tym, że gospodarstwo jest prowadzone w sposób przyjazny dla środowiska. Czasem zwiększenie komfortu zakwaterowania może nawet być sprzeczne z wymogami ekologicznymi, zwłaszcza biorąc pod uwagę oszczędność energii elektrycznej i wody lub stosowanie środków chemii gospodarczej w gospodarstwie domowym. Ale istnieje duży popyt na odpoczynek właśnie w „tradycyjnym, ludowym” stylu, tak więc możliwe, że Państwu spodoba się ten kierunek rozwoju. Pamiętajcie również, że tę ziemię przekazujecie w spadek waszym potomkom, dlatego też warto zatroszczyć się o to by otrzymali ją w możliwie jak najlepszym stanie.

Zatrzymajmy się na tych wymogach, których niespełnienie staje się przeszkodą w otrzymaniu znaku. Najczęściej to wykorzystywanie chemicznych trucizn w ogrodnictwie i sadownictwie. Pomimo wszelkich zapewnień producentów takich substancji, są one sprzeczne z pojęciem żywności czystej ekologicznie, a do tego czynią znaczne szkody w różnorodności biologicznej otaczającego środowiska. Dlatego trzeba będzie dokonywać wyboru między większym urodzajem a gospodarowaniem ekologicznym po znakiem „Zielone Gospodarstwo”.

Jeszcze jeden wymóg, który, na dzień dzisiejszy, nie zawsze jest spełniany, to posiadanie informacji ze stacji epidemiologiczno-sanitarnej poświadczającej,



że źródło wody pitnej odpowiada standardom państwowym. Zauważmy, że taką informację, tak czy inaczej muszą posiadać wszyscy, którzy oficjalnie przyjmują na odpoczynek turystów i reklamują swoje usługi.

Normatywy jakości ekologicznej zakwaterowania osób, które wypoczywają na wsi, dla nadania znaku „Zielone Gospodarstwo”

Oznaczenie „Zielone Gospodarstwo” jest nadawane gospodarstwu agroturystycznym, które spełniają wymogi zacytowanych poniżej „NORMATYWÓW”. Znak ma trzy poziomy jakości od pierwszego (najniższego) do trzeciego (najwyższego).

Żeby otrzymać oznaczenie pierwszego poziomu gospodarstwo musi spełniać wszystkie wymogi oznaczone cyfrą „1”. Żeby otrzymać certyfikat drugiego poziomu gospodarstwo ma spełniać wszystkie wymogi oznaczone cyfrą „1” i 80% wymogów oznaczonych cyfrą „2”. Żeby uzyskać certyfikat trzeciego stopnia, gospodarstwo muszą spełniać wszystkie wymogi oznaczone cyfrą „1”, 80% wymogów oznaczonych cyfrą „2” i 80% wymogów oznaczonych cyfrą „3”.

W celu przeprowadzenia certyfikacji do gospodarstwa przyjeżdża inspektor, który sprawdza zgodność gospodarstwa z określonymi wymogami. Informacja zebrana przez inspektora będzie przekazana do Komisji Związku, która podejmie ostateczną decyzję o nadaniu znaku „Zielone Gospodarstwo”. Znak „Zielone Gospodarstwo” jest nadawany na okres 2 lat, co zostanie potwierdzone odpowiednim certyfikatem.

1. ŚRODOWISKO

Otoczenie gospodarstwa powinno być czyste i atrakcyjnie ekologicznie. Gospodarze powinni dbać o utrzymanie i polepszenie stanu ekologicznego środowiska, sprzyjąc zachowaniu krajobrazów i różnorodności biologicznej.

- 1.1. Gospodarstwo położone w malowniczym miejscu, w pobliżu są atrakcyjne elementy krajobrazu. 1
- 1.2. Okolice gospodarstwa czyste i zadbane, wypielone burzany, nie ma śmieci. 1
- 1.3. W otoczeniu gospodarstwa nie ma źródeł zanieczyszczenia (wysypiska śmieci, budynków oczyszczalni i in.). 2
- 1.4. Otaczające miejsca wypoczynku są zadbane i oczyszczone ze śmieci. 2
- 1.5. Gospodarstwo położone w bezpieczniejszej odległości od źródeł zagrożeń ekologicznych. 3
- 1.6. W pobliżu gospodarstwa jest terytorium ochrony przyrody. 3

2. GOSPODARSTWO

Gospodarstwo nie powinno być źródłem zanieczyszczenia; należy maksymalnie ograniczać zastosowanie substancji nieprzyjaznych środowisku; teren powinien być tak urządzony, by zauważalne były oznaki wspierania zrównoważonego rozwoju regionu i stanu środowiska.

- 2.1. Terytorium gospodarstwa zadbane i nie ma oznak zanieczyszczenia.

1

- 2.2. Śmieci i odpady są zbierane w miejscu specjalnie do tego przeznaczonym. 1
- 2.3. Nie stosuje się chemicznych środków ochrony roślin. 1
- 2.4. Odpady organiczne są zbierane w kompostowniku albo spożywane przez domowe zwierzęta. 2
- 2.5. Nie używa się plastikowych mebli ogrodowych. 2
- 2.6. Materiały budowlane nie zawierają azbestu. 2
- 2.7. Śmieci są wywożone centralnie. 2
- 2.8. Budynek i gospodarstwo są urządzone w stylu tradycyjnym dla danego regionu. 2
- 2.9. Przy urządzeniu gospodarstwa są wykorzystane miejscowe gatunki roślin. 2
- 2.10. Lepsze warunki dla gatunków miejscowej fauny (karmiki, domki dla ptaków). 2
- 2.11. Nie stosuje się nawozów mineralnych. 3
- 2.12. Śmieci są segregowane i wywożone centralnie. 3
- 2.13. Do budowy budynku i urządzenia gospodarstwa wykorzystano wyłącznie czyste ekologicznie materiały naturalne. 3

3. POKOJE

- 3.1. W urządzeniu pokoi są wykorzystywane elementy tradycyjnego stylu, wytwory rzemiosła ludowego. 1
- 3.2. Wyposażenie pokoi jest zrobione z wykorzystaniem naturalnych materiałów miejscowego pochodzenia. 1
- 3.3. Palenie jest dozwolone tylko w specjalnie wyznaczonych miejscach. 2
- 3.4. W urządzeniu pokoju nie wykorzystuje się materiałów syntetycznych. 3

4. PRODUKTY SPOŻYWCZE

Wybiera się czyste ekologicznie produkty miejscowej produkcji, przygotowane zgodnie z tradycyjnymi technologiami.

- 4.1. Źródło wody pitnej jest odpowiednio sprawdzone w laboratorium, zaświadczenie o tym jest dostępne dla turystów. 1

4.2. Poiłki przygotowuje się z wykorzystaniem owoców i warzyw sezonowych.	1
4.3. Dostępne jest menu wegetariańskie.	1
4.4. Turystom proponuje się wyłącznie produkty produkcji ukraińskiej.	2
4.5. Nie wykorzystuje się plastikowych naczyń jednorazowych.	2
4.6. Nie wykorzystuje się produktów pakowanych pojedynczo.	2
4.7. Turystom proponuje się wyłącznie wyroby produkcji lokalnej.	3
4.8. Turystom proponuje się produkty z certyfikatem rolnictwa organicznego.	3
5. RACJONALNE WYKORZYSTANIE ZASOBOW	
Zużycie wody z wodociągów musi być możliwie jak najbardziej ekonomiczne. Przewagę mają źródła naturalne.	
5.1. Jeśli woda pochodzi z wodociągu, istnieją systemy miejscowej kanalizacji lub studnie oczyszczające.	1
5.2. Zanieczyszczona woda nie trafia do środowiska.	1
5.3. Jeśli jest wodociąg, krany można regulować i nie przeciekają.	1
5.4. Studnie oczyszczające są odizolowane od wód gruntowych.	2
5.5. Wodociąg wyposażony w licznik.	2
5.6. Pokoje dla gości posiadają oddzielne liczniki.	3
5.7. W gospodarstwie wykorzystuje się tylko wodę ze źródeł naturalnych.	3
6. RACJONALNE WYKORZYSTANIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ I OPAŁU	
Przeważająca większość opału i źródeł energii elektrycznej należy do nieodnawialnych źródeł, dlatego ich zużycie należy zmniejszyć do minimum.	
6.1. W gospodarstwie są zainstalowane liczniki zużycia energii i gazomierze.	1
6.2. Sprzęt elektryczny (lodówki, grzejniki elektryczne) wyłącza się, kiedy nie ma turystów.	1
6.3. Turyci są rozliczani ze zużytej energii i opału.	2
6.4. Nie stosuje się grzejników elektrycznych ani suszarek do rąk.	2
6.5. Ogrzewanie pokoi turystów można indywidualnie regulować.	2
6.6. Do oświetlenia wykorzystuje się wyłącznie żarówki energooszczędne.	3
6.7. Do ogrzewania nie wykorzystuje się opału ze źródeł nieodnawialnych.	3
6.8. Wykorzystywane są alternatywne źródła energii elektrycznej.	3

7. OGRANICZONE WYKORZYSTANIE CHEMII GOSPODARCZEJ	
Środki chemii gospodarczej z reguły są materiałami syntetycznymi, negatywnie wpływającymi na środowisko, ich produkcja również należy do najbardziej szkodliwych dla środowiska. Dlatego też należy ograniczyć ich stosowanie.	
7.1. Wykorzystanie środków chemii gospodarczej musi być ograniczone do minimum.	1
7.2. Środki czyszczące i dezynfekujące nie zawierają chloru i boru.	2
7.3. Nie wykorzystuje się syntetycznych środków czyszczących.	2
7.4. Środki chemii gospodarczej nie są wykorzystywane.	3
7.5. Lodówki i aerozole zawierające freon nie są wykorzystywane.	3
8. INFORMACJA TURYSTYCZNA	
Turystom powinno się zapewnić informacje ukierunkowane na środowisko, co sprzyja zachowaniu otoczenia i zrównoważonemu rozwojowi.	
8.1. Znak „Zielone Gospodarstwo” jest pokazywany turystom.	1
8.2. Program „Zielone Gospodarstwo” jest dostępny dla turystów.	1
8.3. W gospodarstwie są umieszczone „Rady dla gości”, które dotyczą zachowań proekologicznych.	1
8.4. Jest informacja na temat miejscowych przyrodniczych i kulturalnych obiektów i ochrony środowiska oraz różnorodności biologicznej.	2
8.5. Turystom udostępniona jest mapa miejscowości.	2
8.6. Turystom udostępniona jest mapa miejscowości z zaznaczonymi obiektami ochrony przyrody i terenami chronionymi.	3
8.7. Prenumeruje się lub kupuje specjalną prasę ekologiczną.	3
8.8. Właściciele gospodarstwa posiadają wiedzę na temat tradycji, dobrze znają miejscowe tereny ochrony przyrody, ścieżki, pamiątki historyczne i kulturalne. Na życzenie mogą pełnić funkcję przewodników.	3
9. TRANSPORT	
Wybiera się środki transportu publicznego lub ekologicznie czyste.	
9.1. Turystom udostępnia się informacje na temat tras i rozkładu transportu miejskiego.	1
9.2. Turystom zapewnia się transport między gospodarstwem a najbliższym przystankiem transportu publicznego.	2
9.3. Jest możliwość wynajęcia środków transportu czystych ekologicznie (rowerów, koni).	2
9.4. Są zorganizowane miejsca dla turystów mających samochody.	2
9.5. Turystom pieszym, jeżdżącym na rowerach lub konno proponowane są ulgi.	2

9.6. Gospodarze proponują turystom wypożyczenie ekologicznego transportu.	3
10. POLECANA DZIAŁALNOŚĆ TURYSTYCZNA	
Proponowana działalność, która najmniej szkodzi środowisku: piesze, konne i rowerowe spacerowanie, pływanie, kąpiele słoneczne, wioślarstwo, windsurfing, narciarstwo górskie, zbieranie grzybów i jagód, obserwowanie ptaków i zwierząt.	
10.1. Gospodarze udzielają turystom informacji o przyjaznych środowisku rodzajach działalności i odpoczynku.	1
10.2. Gospodarze proponują turystom wynajęcie sprzętu do form odpoczynku przyjaznych środowisku.	2
10.3. Gospodarze w swoich miejscowościach aktywnie sprzyjają rozwojowi tych rodzajów działalności i odpoczynku, które są przyjazne środowisku.	3
11. WSPIERANIE TRADYCJI LUDOWYCH	
Wpiera się zachowanie i rozwój rzemiosł, sztuki i tradycyjnego codziennego życia w danej miejscowości.	
11.1. W urządzeniu budynki i gospodarstwa wykorzystane są elementy tradycyjnego stylu i dekoracji.	1
11.2. Budynek i gospodarstwo są urządzone całkowicie w tradycyjnym stylu.	2
11.3. Turyści mają możliwość poznania wyrobów ludowego rzemiosła i sztuki lub zakupić takie wyroby.	2
11.4. Zakwaterowanie i życie codzienne ma być zorganizowane zgodnie z dawnym porządkiem życia rolników.	3
11.5. Gospodarze znają tradycyjne rzemiosło i sztukę i mogą zaproponować turystom swoje wyroby i pokazać tradycyjny sposób ich produkcji.	3
11.6. Turystom są proponowane wycieczki służące wpieraniu i rozwojowi tradycji miejscowych, rzemiosła i sztuki.	3
12. DOSWIADCZENIE	
12.1. Więcej niż dwa lata działalności pod znakiem „Zielone gospodarstwo”.	2
12.2. Więcej niż cztery lata działalności pod znakiem „Zielone gospodarstwo”.	3

Wymagania higieniczno-sanitarne związane z żywieniem gości oraz prowadzeniem bazy noclegowej

To, co w agroturystyce najciekawsze, to możliwość poznania wsi – jej mieszkańców, kultury, obyczajów itp. Odkrywanie wsi może być bardzo przyjemne, jeśli zapoznamy się z nią *od kuchni*.

Wiejskie zwyczaje kulinarne to nie tylko sposób odżywiania się. To również przysłowiowa wiejska gościnność, szczerłość, radość życia, przywiązanie oraz szacunek dla tradycji.

Kuchnie poszczególnych regionów różnią się między sobą głównie rodzajem najczęściej stosowanych produktów i sposobem ich przyrządzenia. Odpoczywając na łonie natury, warto spróbować regionalnych potraw. Podróże kulinarne po wsi są dobrym i miłym sposobem poznania jej tradycji

Żywienie gości w gospodarstwach agroturystycznych, w aspekcie prawnym jest szczególną formą żywienia zbiorowego, stąd zapewnienie bezpieczeństwa zdrowotnego żywności jest obowiązkiem świadczących te usługi.

W przypadku państw członkowskich UE, prawo żywnościowe jest ściśle zharmonizowane z wymogami określonymi w stosownych rozporządzeniach unijnych, a te obowiązują wprost i stają się elementem systemu prawnego państwa członkowskiego.

W turystyce wiejskiej bezpieczeństwo, jakość zdrowotną żywności i żywienia zapewnia przestrzeganie zintegrowanego systemu bezpieczeństwa żywności, który sprowadza się do realizacji Zasad Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP), Zasad Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP).

GHP (ang. *Good Hygienic Practice*) – Dobra Praktyka Higieniczna

Dobra Praktyka Higieniczna dotyczy między innymi, spełnienia podstawowych wymogów sanitarno-higienicznych w wielu zakresach łącznie i dotyczy:

- lokalizacji, otoczenia i infrastruktury gospodarstwa,
- obiektów i ich układu funkcjonalnego, w tym kuchni i jadalni wraz z wyposażeniem,
- mycia i dezynfekcji urządzeń, naczyń i sztućców,
- zaopatrzenia w wodę,
- usuwania odpadów i ścieków,
- zabezpieczenia przed szkodnikami.

Podstawą jego funkcjonowania jest plan GHP, który powinien zawierać zbiór wszystkich instrukcji utrzymania higieny pomieszczeń, maszyn, personelu, planów szkoleń, badań lekarskich itp.

GHP jest wykonywaniem wszystkich czynności w produkcji i obrocie z zachowaniem warunków zapewniających środkom spożywczym właściwą jakość zdrowotną.

Zgodnie z Zasadami Dobrej Praktyki Higienicznej, osoby przygotowujące posiłki muszą przestrzegać podstawowych wymagań w zakresie higieny osobistej i warunków zdrowia pracowników co oznacza, że:

- każda osoba przygotowująca posiłki legitymuje się odpowiednim stanem zdrowia potwierdzonym stosownym zaświadczeniem do celów sanitarno-higienicznych, wydanym przez lekarza,
- pracy wymagającej kontaktu z żywnością nie powierza się osobie chorej lub podejrzanej o chorobę zakaźną, cierpiącą na infekcje dróg oddechowych, biegunkę lub ropne schorzenia skóry,
- podczas przygotowania posiłków nie wolno palić tytoniu i wykonywać innych czynności, które mogłyby spowodować zanieczyszczenie żywności,
- należy przestrzegać zasad higieny i czystości zwłaszcza rąk,
- wszelkie skaleczenia i zranienia dłoni powinny być zabezpieczone opatrunkiem wodoodpornym,
- niewskazane jest noszenie biżuterii, ozdób, zegarków itp. przedmiotów, które mogłyby się przedostać do żywności,
- zabezpieczenie w odpowiednich miejscach i ilościach toalety z właściwym wyposażeniem,
- zabezpieczenie przed przypadkowym zanieczyszczeniem żywności odłamkami szkła, metalu i drewna.

GMP (ang. *Good Manufacturing Practice*) – Dobra Praktyka Produkcyjna

Dobra Praktyka Produkcyjna żywienia zbiorowego obejmuje wszystkie podstawowe wymagania dotyczące prowadzenia procesów technologicznych oraz wyposażenia, dla wyprodukowania posiłków o właściwej jakości zdrowotnej, całkowicie bezpiecznych dla zdrowia konsumenta-gościa.

GMP jest zbiorem zasad, którymi należy się kierować w zakresie podstawowej działalności zakładu, a których utrzymanie jest warunkiem niezbędnym do uzyskania wyrobu o odpowiedniej jakości zdrowotnej i poziomie bezpieczeństwa dla konsumenta.

GMP dotyczy w szczególności:

- utrzymania higienicznych warunków środowiska,

- zapobiegania przenikaniu do zakładu czynników mogących być źródłem zakażeń (owadów, ptaków, gryzoni),
- odpowiednich warunków magazynowania substancji chemicznych i surowców używanych do produkcji oraz wyrobów gotowych,
- właściwego rozmieszczenia urządzeń produkcyjnych,
- racjonalnie zaprojektowanego procesu technologicznego, kontroli parametrów tego procesu,
- prawidłowej wentylacji, oświetlenia,
- właściwej gospodarki wodno-ściekowej i zgodnego z wymaganiami procesu mycia i dezynfekcji,
- zapobiegania zakażeniom żywności, których źródłem mogą być pracownicy,
- przeszkolenia personelu, utrzymania czystości na terenie całego zakładu,
- zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego produktu po jego ekspedycji poza zakład.

Doświadczenia wynikające z Dobrej Praktyki Produkcyjnej zaowocowały sformułowaniem zasad w następującej formie:

- Skonstruuj wymagane procedury i instrukcje.
- Zawsze postępuj według instrukcji.
- Przed przystąpieniem do pracy upewnij się czy masz właściwy surowiec lub półprodukt.
- Sprawdź czy stan techniczny urządzeń jest odpowiedni i czy są one czyste.
- Pracuj tak, aby zminimalizować ryzyko zanieczyszczenia produktu, maszyny, pomieszczeń i innych środków używanych do produkcji.
- Bądź uważny, przeciwdziałaj błędom i pomyłkom.
- Dbaj o higienę osobistą i utrzymuj swoje stanowisko w czystości.
- Prowadź dokładną dokumentację procesu, który prowadzisz.
- Przejmij odpowiedzialność za to, co robisz.

Zasady przygotowania posiłków

Podczas przygotowywania posiłków, dla zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego, w sposób szczególny należałoby skoncentrować uwagę na poniższych zagadnieniach:

- eliminowaniu zanieczyszczeń krzyżowych (przepływu surowców, półproduktów, gotowych produktów) podczas całego procesu technologicznego,
- selekcji surowców i ich poprawnego przechowywania (temperatura i wilgotność),

- prowadzeniu prawidłowej obróbki wstępnej surowców: mycia, obierania, oczyszczania, rozmrażania,
- prowadzeniu prawidłowo obróbki cieplnej: gotowania, duszenia, smażenia, pieczenia w odpowiednich temperaturach i czasie,
- prawidłowym przechowywaniu gotowych potraw (temperatura i czas),
- przygotowaniu i serwowaniu posiłków.

Każdy posiłek powinien być urozmaicony pod względem zawartości produktów i składników odżywczych.

Aspekty zrównoważonego rozwoju wsi – ekoturystyka, ekoprodukt

7

„Rozwój jest tym, co czynią jednostki i grupy społeczne, a nie tym, co jest robione dla nich”

Rozwój wsi wymaga czasu i cierpliwości oraz respektowania zasady, że nie wyłącznie „twarde” parametry ekonomiczne, infrastrukturalne określają szanse konkretnych gmin, lecz to, co nazywane jest „**kapitałem społecznym**”. To elity, liderzy, radni i przedsiębiorcy oraz instytucje i lokalne organizacje pozarządowe decydują o tempie rozwoju.

Duża skala ubóstwa na wsi doprowadziła, na pewnych obszarach, do apatii i stagnacji. Aby przezwyciężyć to bardzo niekorzystne zjawisko należy konsekwentnie **włączać ludność wiejską w proces zmian jej najbliższego otoczenia**, a do tego wystarczą małe, lokalne programy, a nie te duże, ogólnokrajowe.

Jedną z istotnych barier w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich jest słabo wykształcona struktura instytucjonalna i wiążący się z nią **kapitał społeczny**. O tempie procesu rozwoju każdej gminy decydują przede wszystkim ludzie. Dlatego jest potrzeba odbudowy i budowy nowych instytucji społeczeństwa obywatelskiego.

W gminach przodujących można zaobserwować taką prawidłowość: kapitał społeczny gminy powstaje w wyniku rozwiniętego systemu więzi społecznych. Wiąz społeczna z kolei stanowi podstawę rozwoju więzi gospodarczych. Wiąz społeczna rodzi się w instytucjach obywatelskich. Im „tkanka” tych instytucji jest gęstsza, tym wyższy jest poziom udziału obywateli w małych czy większych sprawach życia publicznego.

Bariera zatrudnienia na terenach wiejskich wydaje się najważniejsza a zarazem najtrudniejsza do pokonania. Trzeba być bardzo ostrożnym w zbyt przesadnej ocenie możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi, jako instrumentu kreującego nowe miejsca pracy. Nawet w tych gminach wiejskich, którym udało się ściągnąć na swój teren liczne firmy i stworzyć setki nowych miejsc pracy – problem bezrobocia nie jest tak ostry, ale ciągle aktualny. Dlatego jesteśmy skazani na poszukiwanie na wsi „małych szans”. W większości gmin wiejskich małe firmy będą głównymi podmiotami gospodarczymi tworzącymi nowe miejsca pracy.

W związku z tym w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich szczególnego znaczenia nabierają problemy związane z ochroną środowiska naturalnego. Istnieją ku temu dwie przesłanki:

- pierwsza – że w środowisku wiejskim żyje ponad połowa ludności, na której spoczywa obowiązek zapewnienia dbałości o własne środowisko dla siebie i innych żyjących w otoczeniu,
- druga – że wieś produkuje żywność, która później spożywana jest przez wszystkich mieszkańców, co wiąże się z dużą odpowiedzialnością za jej jakość i zdrowotność.

Podejście UE do ochrony środowiska

Polityka ochrony środowiska jest jedną z horyzontalnych polityk Unii Europejskiej. Jako podstawowe cele Wspólnoty w tej dziedzinie uznano: „*zachowanie, ochronę i poprawę jakości środowiska, przyczynianie się do ochrony zdrowia ludzkiego a także zapewnienie rozważnego i racjonalnego użytkowania zasobów naturalnych*”.

Uznano, iż działania Wspólnoty na rzecz środowiska naturalnego muszą być zintegrowane z polityką w innych dziedzinach. W Traktacie Amsterdamskim wspieranie harmonijnego, zrównoważonego rozwoju działalności gospodarczej i trwałego wzrostu regionalnego ma odbywać się z poszanowaniem środowiska naturalnego.

W 2001 roku podczas szczytu w Goeteborgu głowy państw i szefowie rządów państw Unii Europejskiej przyjęli **strategię zrównoważonego rozwoju**, przedstawiając długofalową i korzystną wizję zasobniejszego i sprawiedliwszego społeczeństwa, które może zaproponować lepszą jakość życia obecnym i przyszłym pokoleniom.

Zasada zrównoważonego rozwoju stała się jednym z celów polityki Wspólnoty Europejskiej a dążenie do wysokiego poziomu ochrony środowiska stało się priorytetem UE.

Wspólnotowe działania na rzecz ochrony środowiska koncentrują się na polepszaniu jakości życia każdego obywatela i skupiają się na metodach, których efektywność wzrasta dzięki wzajemnej współpracy. Polityka ta realizowana jest na zasadzie międzypokoleniowej równości zbudowanej na przekonaniu, iż przyszłe pokolenia mają takie samo prawo jak my do życia w środowisku, którego stan będzie zbliżony do dzisiejszego a nawet lepszy.

Wspólnotowa strategia trwałego rozwoju opiera się na założeniu, że we wszystkich sferach polityki należy łącznie rozważać jej skutki ekonomiczne, społeczne i dotyczące środowiska naturalnego a także uwzględnić je przy podejmowaniu decyzji.

Świadomość ekologiczna mieszkańców wsi

W świadomości mieszkańców wsi słabo dotychczas funkcjonuje poczucie nieprawidłowości i zagrożeń środowiska ze strony gospodarstw rolnych. Fakty są jednak takie, że brak podstawowej wiedzy ekologicznej rolników jest przyczyną zanieczyszczenia wód powierzchniowych i gruntowych, degradacji gleb i krajobrazu, czy wreszcie zanieczyszczenia powietrza i produkowanej żywności. Gleby, wody powierzchniowe i gruntowe są ze sobą ściśle powiązane. Zanieczyszczając jedno, pogarszamy stan drugich.

Kwaterodawca zainteresowany dobrym funkcjonowaniem turystyki wiejskiej powinien nie tylko zrozumieć te problemy, lecz wręcz być przykładem dla swoich sąsiadów.

Oddziaływanie gospodarstw na środowisko

Przypatrzmy się dokładnie, na ile rozmaitych sposobów nieprawidłowo prowadzone gospodarstwo rolne może oddziaływać na środowisko.

Woda na cele gospodarstwa wiejskiego w wielu jeszcze miejscowościach pochodzi ze studni kopanych. Niewłaściwa lokalizacja studni w obniżeniach terenu i w sąsiedztwie nieszczelnego szamba powoduje istotne zanieczyszczenia wody i jej nieprzydatność do celów spożywczych.

Zanieczyszczenie detergentami, gnojówką i bakteriami (w niektórych regionach ponad 80% studni) wody gruntowej wykorzystywanej do celów pitnych dla ludzi i zwierząt, powoduje szereg chorób.

Zanieczyszczeniem wód powierzchniowych grozi **wywóz i wysypywanie śmieci** nad rzeką, potokiem lub do bagna, a także odprowadzenie ścieków bezpośrednio z gospodarstwa domowego (otwarte szamba).

Spalanie w domowych kotłowniach różnego rodzaju odpadów, zwłaszcza z tworzyw sztucznych, może powodować silne zanieczyszczenia powietrza połączone z zatruciami.

Poprawa funkcjonowania i wyposażenia wiejskiego gospodarstwa agroturystycznego

Czysta woda może być dostarczona do gospodarstwa z wodociągu wiejskiego lub dobrze zlokalizowanej, wykonanej i zabezpieczonej studni. W jej sąsiedztwie nigdy nie powinien być gromadzony obornik lub lokalizowane szambo. Szczelność tego ostatniego jest warunkiem prawidłowego postępowania ze ściekami w gospodarstwie.

Odpady stałe powstające w gospodarstwie powinny być segregowane. Papier i szmaty można spalać w palenisku. Resztki organiczne powinny być kompostowane. Tworzywa sztuczne, stłuczka szklana i metale należy

wywozić na wysypisko gminne lub do wiejskiego punktu gromadzenia odpadów, jeśli taki został zorganizowany przy współpracy z gminą.

Ścieki odprowadzane z gospodarstwa i gromadzone w szczelnym szambie powinny być wywożone do komunalnej oczyszczalni ścieków. Docelowo jednak, jeśli miejscowe warunki na to pozwalają, trzeba dążyć do wyposażenia gospodarstwa w przydomowe oczyszczalnie ścieków. Warunkami korzystnymi dla wykonania przydomowej oczyszczalni ścieków są:

- rozproszona, kolonijna zabudowa,
- tereny o małym spadku dobrze przepuszczające wodę,
- dostępność terenów niezabudowanych,
- obecność rzek i jezior wymagających ochrony.

Ekologiczne systemy grzewcze

Z poprawą funkcjonowania gospodarstwa wiąże się również możliwość wykorzystania przyjaznych środowisku systemów grzewczych. Wykorzystując tańsze nośniki energii (opał) jak gaz, olej opałowy, brykiety z trocin, słomę itp., co daje w gospodarstwie sporą oszczędność finansową, uzyskujemy dodatkowo efekt poprawy stanu czystości powietrza. W niektórych (zależnie od położenia) gospodarstwach można się pokusić o wykorzystanie energii alternatywnej (wiatru i wody) do produkcji energii elektrycznej oraz energii słonecznej do produkcji i gromadzenia ciepła.

Minimalizacja zagrożeń dla środowiska w produkcji roślinnej

Chcąc wprowadzać ekologiczne formy produkcji rolnej, należy przede wszystkim dążyć do ochrony gleb, co w efekcie doprowadzi do zmniejszenia zagrożenia wód gruntowych i powierzchniowych.

Niedopuszczalne jest mycie urządzeń rolniczych (opryskiwaczy, zbiorników po substancjach chemicznych) na brzegach rzek lub jezior.

Świeże owoce i warzywa, pochodzące z własnych ogrodów i dostępne dla gości, wzbogacają ofertę gospodarstw agroturystycznych. Okazuje się niestety, że goście odwiedzający kwaterę wiejską nie wykazują zachwyty z możliwości spożywania zdrowych (wydawać by się mogło) warzyw i dorodnych owoców. Powodów może być kilka. O ile turysta nie może stwierdzić, czy chrupiące marchewki i dorodna sałata nie były „pędzone” na nawozach sztucznych, to miejsce uprawy warzyw może mu wiele powiedzieć. Nie wzbudzi jego zaufania ogródek warzywny usytuowany przy drodze, zwłaszcza ruchliwej i zapyłonej. Warzywa, zwłaszcza zielone (sałata, kapusta, koperek) lub korzeniowe (marchewka, rzodkiewka, buraki) wyjątkowo łatwo pochłaniają i magazynują wszelkie zanieczyszczenia z powietrza i gleby.

Minimalizacja zagrożeń dla środowiska w produkcji zwierzęcej

O jakości produktów rolnych decydują nie tylko metody uprawy i nawożenia ziemi, ale także właściwe żywienie stosowane w hodowli. Zwierzęta hodowlane powinny być karmione paszami zielonymi, pochodzącymi z własnych upraw. Należy unikać stosowania pasz sztucznie preparowanych, gdyż te mogą zawierać substancje (domieszki antybiotyków, mączkę pochodzącą z zarażonych zwierząt) niekorzystnie wpływające na zdrowie zwierząt oraz jakość wytworzonych produktów.

Nigdy nie należy wypasać zwierząt na poboczach dróg, gdyż niesie to za sobą niebezpieczeństwo silnego skażenia traw metalami ciężkimi.

Wszystkie te czynniki w znaczący sposób odbijają się na zdrowiu mieszkańców oraz ich gości, a przestrzeganie prostych zasad może to w istotny sposób zmienić.

Tak jak rozwój gospodarstw agroturystycznych powinien bazować i przyczyniać się do popularności turystyki wiejskiej i przyrodoznawczej wśród mieszkańców miast, tak działania prowadzące do stosowania ekologicznych form gospodarowania mogą i powinny przyczyniać się do wzrostu świadomości i bezpieczeństwa ekologicznego na terenach wiejskich. To z kolei będzie podstawowym atutem w rozwoju ruchu turystycznego na terenach wiejskich.

Zasady zrównoważonej agroturystyki

Przyjmując zbiór zasad przewodnich zrównoważonego podejścia do turystyki wiejskiej, społeczności lokalne mogą dążyć do **maksymalnego zwiększenia korzyści płynących z rozwoju tej turystyki przy jednoczesnej minimalizacji kosztów**. Zasady przewodnie zrównoważonej agroturystyki można opracować pod różnymi kątami.

1. Zasady środowiska naturalnego:

- poszanowanie naturalnej różnorodności regionu;
- ochrona naturalnej różnorodności poprzez poszanowanie potencjału każdego obszaru;
- ustalenie nośności regionu;
- podjęcie środków monitorujących nośność w miarę rozwoju turystyki wiejskiej;
- monitorowanie wpływu działalności turystycznej na florę i faunę regionu;

2. Zasady społeczne:

- poszanowanie społecznej różnorodności regionu;
- zapewnienie, że rozwój turystyki chroni, a nie niszczy różnorodność kulturową i społeczność lokalną, istotne są:

- tempo rozwoju
- skala rozwoju
- rodzaj rozwoju;
- aktywne zniechęcanie do form turystyki powodującej dysfunkcje społeczne;
- zapewnienie skali, rodzaju i tempa turystyki (powinno sprzyjać gościnności wobec turystów i naturalnego zrozumienia);

3. Zasady dziedzictwa i kultury:

- poszanowanie różnorodności lokalnego dziedzictwa i kultury regionu;
- sprzyjanie autentycznej turystyce kulturalnej, nie sprowadzającej kultury miejscowej do roli towaru;
- rozwijanie turystyki charakterystycznej dla obszaru – unikanie kopiowania;
- promowanie unikalnych cech kultury i dziedzictwa obszaru;
- promowanie turystyki zgodnie z lokalnymi aspiracjami kulturowymi i rozwojowymi;

4. Zasady ekonomiczne:

- popieranie możliwości zatrudnienia zatrzymującego ludzi na wsi;
- zapobieganie usuwaniu żywotnych tradycyjnych zawodów;
- popieranie różnorodności ekonomicznej poprzez łączenie turystyki wiejskiej z istniejącą działalnością lokalnej społeczności;
- promowanie wykorzystania i sprzedaży lokalnych produktów żywnościowych.

Po społecznym uzgodnieniu zasad nakreślonych powyżej, mogą stanowić one podstawę karty zrównoważonej turystyki wiejskiej.

W celu zapewnienia wprowadzania na danym obszarze lub w danym regionie zrównoważonej turystyki, należy rozważyć wszystkie aspekty: środowisko naturalne, aspekt społeczny, dziedzictwo i kulturę oraz aspekt ekonomiczny.

Niemniej jednak, konieczne jest zastosowanie kolejnego zbioru zasad potrzebnych do zaspokojenia potrzeb klienta lub gościa – mówi się o nich „Dziesięć przykazań”.

„Dziesięć przykazań” spełniania potrzeb turysty

1. **Spanie w wygodnych łóżkach po rozsądnej cenie**
2. **Mycie się w czystych łazienkach**
3. **Spożywanie regionalnych produktów – prostych, ale dobrze przyrządzonych**
4. **Podziwianie krajobrazu, widoków i natury regionu**
5. **Poznanie historii i kultury odwiedzanego regionu**
6. **Korzystanie z zajęć rekreacyjnych (golf, spacer, wędkowanie, jazda na nartach itd.)**
7. **Kupowanie regionalnych wyrobów rzemieślniczych i pamiątek oraz robienie zakupów**
8. **Podziwianie regionalnej muzyki, tańców i teatru**
9. **Podróżowanie bez ograniczeń i obaw o bezpieczeństwo**
10. **Doświadczenie przyjacielskiej postawy ze strony pracowników turystyki.**

Produkt turystyczny. Produkty lokalne i regionalne

8.1. Produkt turystyczny

Definicja produktu turystycznego

Produkt w myśl teorii marketingu = wszystko co stanowi przedmiot rynkowej wymiany.

Produkt = przedmiot, usługa, miejsce, organizacja lub idea.

Produkt = „pakiet wartości”, „wiązka korzyści”

Produkt dla przedsiębiorstwa = wszystko co stanowi ofertę bez względu na jej materialny czy niematerialny charakter.

Produkt turystyczny – są to usługi, miejsca, imprezy, czynności, przedmioty fizyczne, oferowane na rynku, aby zaspokoić pragnienia, potrzeby turystów.

Składniki produktu turystycznego

- **rzecz** (dobra materialne tj. przewodniki, mapy, sprzęt turystyczny, pamiątki),
- **usługa turystyczna** (tj. przewodnicka, hotelarska, gastronomiczna, transportowa),
- **usługi dodatkowe** (opieka nad dziećmi, poczta, restauracja, sklep, bank, służba zdrowia, apteka, wypożyczalnia sprzętu sportowego)
- **wydarzenie** (różnego rodzaju festiwale, spotkania, wystawy, święta itp.),
- **impreza** (zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych organizowanych przez organizatorów turystyki i rekreacji),
- **obiekt** (jedna główna atrakcja powiązana z kilkoma usługami towarzyszącymi skupiona w jednym miejscu, obiekcie, np. park rozrywki),
- **dostępne urządzenia** (szlaki turystyczne – rowerowe, konne, piesze, kajakowe, kluby, obiekty sportowe, placówki kulturalne, rzemiosło)
- **formy spędzania czasu** (praca w gospodarstwie rolnym, jeździectwo, sporty wodne, udział w imprezach kulturalnych, hobby, odtwarzanie ginących zawodów, nauka nowych umiejętności, grzybobranie, łowienie ryb, itp.)

- **obszar** (region, powiat, miejscowość, park narodowy i inny obszar mający wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi).

Znajomość miejscowego produktu

Sukces w branży turystycznej zależy od współpracy i wzajemnego wspierania się wszystkich gestorów bazy noclegowej, rękodzielników, właścicieli sklepów, gospodarzy atrakcji turystycznych itp.

Powinniśmy znać i wiedzieć:

- gdzie można dobrze zjeść, wypić i zrobić dobre zakupy
- ciekawe miejsca, które warto zobaczyć
- najbardziej interesujące fakty historyczne, dotyczące naszego terenu, dziedzictwo kulturowe
- umieć wymienić lokalne imprezy
- umieć zainteresować gości lokalnym środowiskiem, gdzie będą wypoczywali przygotować ciekawe historyjki o różnych miejscach w regionie
- promować lokalnych rzemieślników, zakłady produkcyjne, lokalne produkty żywnościowe
- tworzyć ciekawy wizerunek regionu
- wykorzystać praktyczne doświadczenia osób i w oparciu o to organizować pokazy np. przędzenie wełny na kołowrotku, dojenie krowy, pieczenie chleba, sianokosy, tkactwo ludowe, haft, itp.
- zaproponować turystom ciekawe trasy spacerowe, szlaki pieszych wędrówek, wycieczek rowerowych, itp.
- zwiedzanie gospodarstwa ekologicznego albo tradycyjnego gospodarstwa rolnego
- zorganizować trasę spacerową szlakiem ciekawych ogrodów, pod hasłem: poznajemy kwiaty, krzewy ozdobne, zasady urządzania i pielęgnacji ogrodów.

Zastanów się!

Czy potrafisz wymienić 10 lokalnych atrakcji?

Czy znasz terminy lokalnych imprez?

Co robi najbliższy dom kultury?

Czy znasz lokalne produkty? (rękodzieło, pamiątki, żywność produkowaną w gospodarstwie ekologicznym itp.)

Gdzie je można zakupić?

8.2. Produkty lokalne i regionalne

Produkt lokalny wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, produkowana w sposób niemasowy i przyjazny dla środowiska, z surowców lokalnie dostępnych. Produkt lokalny staje się wizytówką regionu poprzez wykorzystanie jego specyficznego i niepowtarzalnego charakteru oraz angażowanie mieszkańców w rozwój przedsiębiorczości lokalnej.

Najprościej można powiedzieć, że produkt lokalny jest czymś, co mieszkańcy danego terenu uważają za tradycyjne i pospolite, a osoby z zewnątrz za specyficzne i niepowtarzalne.

Banalny przykład to potrawy przyrządzane na danym terenie w każdym domu, a poza nim zupełnie nieznanne lub zapomniane. Wszelkie lokalne smakołyki, opowiadki i pamiątki, których nie można kupić w kiosku czy supermarkecie to wartości regionu, na bazie, których można kreować jego niepowtarzalny wizerunek.



Przykład: PTASZKI STRYSZAWSKIE

Drewniane rajskie ptaszki produkowane od 1890 roku w Stryszawie (gmina w Beskidzie Żywieckim w Polsce). Nie byłoby ich, gdyby nie pewien album z kolorowymi ptakami, подарowany przez pustelnika. Książkę otrzymał mieszkaniec Stryszawy, Teofil Mentel, i na podstawie ilustracji zaczął rzeźbić drewniane ptaszki, najczęściej pliszki, kraski, dzięcioły, jastrzębie oraz papugi. Swoją pasją zaraził całą wieś. Rzeźbienie było zajęciem dochodowym: przyjeżdżający handlowcy bardzo często kupowali ptaszki od ich twórców. Pierwsze ptaszki wykonywane były z surowego drewna (sosna, lipa) i malowane jaskrawymi farbami roślinnymi, po II wojnie światowej zastąpiono je stopniowo olejnymi, a w latach 80. wprowadzono akrylowe. Były znacznie piękniejsze i bardziej kolorowe od ptaszków występujących w naturze, dlatego w Stryszawie nazywano je rajskimi. Pojedyncze ptaszki, a nawet całe ptasie rodzinki były początkowo głównie kolorowymi, nieskomplikowanymi zabawkami dla małych dzieci. Stopniowo stały się elementem dekoracyjnym stryszawskich domów: drewniane ptaszki wieszano na choinkach, ozdabiano nimi sufity. Z czasem zaczęły spełniać także funkcje magiczne. Traktowane, jako talizmany mają zapewnić ich posiadaczom szczęście i dostatek. Dlatego od wielu lat obdarowuje się nimi nowożeńców, stroi w ptaszki sale weselne, nowo zamieszkałe domy, a nawet dodaje się je do bukietów ślubnych. Ptaszki są nadal produkowane, ale już nie na zbyt wielką skalę. Aby wspaniałe rzemiosło nie poszło w zapomnienie, w Stryszawie powstały „Warsztaty Twórcze”, gdzie pod okiem instruktorów dzieci i młodzież uczą się wytwarzania prostych, ale jakże urzekających zabawek.



Bogaty zbiór produktów turystycznych w obwodzie winnickim znajdziesz w opisie warsztatu 3 i 4 w aneksie poradnika

Produkty markowe w turystyce wiejskiej

Produkt markowy to przede wszystkim sposób zdobywania rynku poprzez uzyskanie konkurencyjnej przewagi nad innymi produktami obecnymi na rynku. O ile bowiem produkt niemarkowy jest łatwy do powielenia, to produkt markowy ma unikalną, trudniejszą do kopiowania tożsamość czy nawet „osobowość”. Jej atrybuty mogą mieć charakter rzeczywisty lub emocjonalny. Dzięki tym cechom produkt łatwiej i wyraźniej można odróżnić od innych podobnych i chętniej wybierany przez klientów.

Każda marka musi posiadać swój indywidualny wyróżnik. Często wystarcza jeden charakterystyczny element, aby zbudować podwaliny indywidualnej tożsamości. Cecha ta ma podstawowe znaczenie dla powodzenia działań promocyjnych. Inność można prezentować na wiele sposobów, jednak wszelkie działania muszą być spójne z misją gospodarstwa agroturystycznego lub środowiska i strategią tożsamości marki.

Produkty markowe spełniają różne funkcje dla przygotowujących i nabywców, ale wspólną ich cechą są korzyści. Jedną i drugą stroną dąży do ich maksymalizacji, co wymaga dobrego przygotowania produktu. Dotyczy to przede wszystkim zapewnienia jego jakości i ciągłego ulepszania, a następnie prowadzenia promocji umożliwiającej dotarcie do nowych klientów. Są to zadania, które powinni spełniać wytwarzający dane dobra i przygotowujący je do sprzedaży w celu bycia konkurencyjnymi w stosunku do innych.

W agroturystyce można byłoby wykorzystać trzy typy wizerunków marki:

- **marka symboliczna** – określająca pewien styl życia, taki jak dbałość o fizyczną sprawność, ochrona 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.

Siła marki lokalnej leży w:

- produktach pod nią sprzedawanych oraz
- regionie, z którym jest związana.

Marka lokalna prócz informacji o jakości produktu, niesie wartości dodane – **pozytywne skojarzenia** z miejscem lub przedmiotem. Dzięki temu stanowi swoistą rekomendację dla produktów oraz buduje przyjazne relacje klientów z regionem i producentami.

Przykładowe marki produktu turystycznego



Produkty regionalne w UE

Wytwarzanie, ochrona i promocja żywności wysokiej jakości odgrywają w państwach Unii Europejskiej coraz bardziej znaczącą rolę. Jednym z podstawowych sposobów realizacji polityki jakości (ang. – *Quality Policy*) we Wspólnocie jest wyróżnianie znakami potwierdzającymi wysoką jakość wyrobów rolno-spożywczych pochodzących z konkretnych regionów, jak też charakteryzujących się tradycyjną metodą produkcji.

System ochrony i promocji wyrobów regionalnych i tradycyjnych jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na zrównoważony rozwój obszarów wiejskich.

Przyczynia się on do zróżnicowania zatrudnienia na obszarach wiejskich tworząc na wsi pozarolnicze źródła utrzymania oraz zwiększa dochody producentów rolnych.

Ma to ogromne znaczenie, w szczególności dla obszarów odległych lub obszarów o niekorzystnych warunkach gospodarowania, gdyż zapobiega wyludnianiu się tych terenów.

Za sprawą systemu ochrony i promocji produktów regionalnych i tradycyjnych chroni się także dziedzictwo kulturowe wsi, co w dużym stopniu przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności terenów wiejskich i rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej.

Do indywidualizacji produktów służą oznaczenia geograficzne – **Chronione Oznaczenie Geograficzne** i **Chroniona Nazwa Pochodzenia**. Wskazują one na pochodzenie produktów regionalnych, z których słynie dany region (bezpośrednio lub pośrednio).



Produkty tradycyjne w UE

Produkty tradycyjne charakteryzują się w głównej mierze *Świadectwem Szczególnego Charakteru – Gwarantowaną Tradycyjną Specjalnością*, gdzie specyficzny charakter produktu musi wynikać z tradycji oraz produkt musi posiadać cechy, które odróżniają go od innych produktów.



Poprzez związek produktu z regionem, zakup staje się początkiem kontaktu z wyjątkową kulturą, tradycją, historią, społecznością i przyrodą danego obszaru.

W Polsce, podobnie jak we Włoszech, powstała (na szczeblu krajowym) Lista Produktów Tradycyjnych z produktami wpisanymi tam z uwagi na wyjątkowe cechy lub właściwości, które wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji, tj. metod wykorzystywanych od co najmniej 25 lat.

Stworzenie Listy ma na celu zidentyfikowanie wytwarzanych w kraju produktów tradycyjnych oraz pogłębienie wiedzy konsumentów na temat tradycyjnej żywności i polskiego dziedzictwa kulinarnego, a co za tym idzie zwiększenia ich zainteresowania tego typu produktami, mającego bezpośredni związek z możliwością wzrostu dochodów wytwórców tradycyjnego jadła.

Stowarzyszenia i ich rola w rozwijaniu produktu turystycznego. Tworzenie lokalnych grup działania

9.1. Rola stowarzyszeń w rozwoju turystyki wiejskiej

Dlaczego warto się stowarzyszać?

Świadczenie usług turystycznych – nawet na małą skalę – powinno być zajęciem przynoszącym wymierny, odczuwalny dochód. Działając samodzielnie, kwaterodawcy napotykać szereg problemów i barier, z którymi trudno im sobie poradzić bez porady fachowców. Ale gdzie mają ich na wsi szukać? Nie będą przecież z każdym problemem udawać się do prawnika czy ekonomisty. Byłoby to kłopotliwe, czasochłonne i kosztowne. Często nawet nie wiadomo, gdzie można znaleźć takich specjalistów, znających się na turystyce. Między innymi z tego powodu zaczęli się organizować i tworzyć stowarzyszenia.

Kwaterodawcy organizują się tworząc stowarzyszenia na poziomie krajowym i federacje na poziomie międzynarodowym. W ten sposób mogą pomagać sobie nawzajem, walczyć o lepszą pozycję na rynku i zabiegać o klienta.

Korzyści płynące z członkostwa w stowarzyszeniach:

- Współpraca kwaterodawców sprzyja podwyższeniu atrakcyjności pobytu, a tym samym stwarza szansę na wzrost liczby gości.
- Aby dostosować ofertę do oczekiwań gości, trzeba poznać ich upodobania. W tym celu przeprowadza się badania rynkowe lub korzysta z wyników badań zrealizowanych przez specjalistów. Tylko większa organizacja może takie badania zamówić lub uzyskać do nich dostęp.
- Znając upodobania gości, fachowcy doradzą, jak dobrze przygotować i dostosować własną ofertę do oczekiwań klientów.
- Stowarzyszenia organizują szkolenia dla swoich członków, zapraszając specjalistów od turystyki, prawa, finansów, podatków, reklamy i innych dziedzin. W ten sposób kwaterodawcy uzyskują odpowiedzi i znajdują skuteczne rozwiązania nurtujących ich problemów.

- Stowarzyszenia są organizacjami reprezentującymi interesy swoich członków wobec władz lokalnych lub regionalnych. Opiniują projekty rozwiązań prawnych i finansowych, proponują regulacje korzystne dla kwaterodawców.
- Stowarzyszenia mają łatwiejszy dostęp do tzw. środków pomocowych pochodzących z funduszy organizacji zagranicznych, a także funduszy budżetu państwa czy gmin.
- Stowarzyszenia przygotowują materiały reklamowe, które później są rozpowszechniane na targach turystycznych w kraju i za granicą. Promują ofertę swoich członków w radiu, telewizji i prasie. Dzięki temu zdobywają klientów dla kwaterodawców. Taka promocja jest bardziej profesjonalna, skuteczna, a przede wszystkim mniej kosztowna.
- Stowarzyszenia organizują również regionalne biura, dokonujące rezerwacji wczasów. Łatwiej jest klientowi zatelefonować w jedno miejsce, aniżeli sprawdzać w każdym obiekcie, czy są wolne miejsca. Polska Federacja Turystyki Wiejskiej powołuje ogólnopolskie biura informacji i rezerwacji, co ma szczególne znaczenie dla klientów krajowych i zagranicznych.

Należy dążyć do tego, by stowarzyszenia zrzeszały nie tylko samych kwaterodawców, ale także innych usługodawców i przedstawicieli władz lokalnych, samorządów i organizacji działających na rzecz turystyki.

Tak szeroki skład członków stowarzyszenia gwarantuje – oprócz bogatszej oferty dla klientów – wspólne i skuteczniejsze rozwiązywanie wielu problemów.

Nie da się zbudować profesjonalnej oferty turystycznej tylko na bazie samego zakwaterowania. Władze gminy mogą wspierać rozwój turystyki poprzez dofinansowanie działań publicznych (drogi, parkingi, oznakowanie, promocja), bez których efektywny rozwój turystyki nie jest możliwy. Z kolei np. władze parku krajobrazowego mogą pomóc w rozwiązaniu konfliktów na styku: rozwój turystyki a ochrona środowiska.

Fakt, że w jednym stowarzyszeniu spotykają się wszyscy, którym zależy na rozwoju turystyki, ma ogromne znaczenie. Inaczej bowiem przyjmuje urzędnik pojedynczego interesanta, a inaczej jest, gdy siadają przy jednym stole osoby mające wspólny cel i przystępują do rozwiązania wspólnych problemów.

Należy także unikać tworzenia stowarzyszeń o zbyt dużym zasięgu terytorialnym, gdyż zbytne oddalenie członków utrudnia komunikowanie się. Ponadto mogą pojawić się wewnątrz organizacji grupy ze sobą konkurujące, o rozbieżnych interesach, co wynikać będzie z różnorodności obszarów, jakie reprezentują.

Agroturystyczne organizacje europejskie

Spośród ogólnoeuropejskich organizacji wspierających rozwój agroturystyki można wymienić:

- **Europejską Federację Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej (EUROGITES)** – *European Federation of Farm and Village Tourism*; www.eurogites.org
- **Europejską Radę do spraw Wsi i Małych Miasteczek (ECOVAST)** – *European Council for the Village and Small Town*; www.ecovast.org
- **Europejski Ruch Wiejski (MER)** – *European Countryside Movement*; www.ruraleurope.org

EUROGITES

Federacja EUROGITES powstała w 1990 r. i skupia organizacje agroturystyczne ponad dwudziestu państw (m.in. Polską Federację Turystyki Wiejskiej – Gospodarstwa Gościnne).

Celem funkcjonowania EUROGITES jest **podtrzymanie tradycji wiejskiego stylu życia i współpraca w tworzeniu wspólnej oferty agroturystycznej** m.in. poprzez nadzór nad programem Europejska Sieć Turystyki Wiejskiej.

Program pomaga w tworzeniu krajowych sieci gospodarstw agroturystycznych poprzez dzielenie się wiedzą na temat rynku turystycznego oraz promowanie usług agroturystycznych w poszczególnych krajach.

ECOVAST

ECOVAST funkcjonuje od 1984 r., a jej celem jest przede wszystkim **wsparcie społeczności wiejskich i ochrona europejskiego dziedzictwa ludowego**.

Cele te są realizowane poprzez pomoc w działaniach gospodarczych, społecznych, kulturalnych i administracyjnych mieszkańców obszarów wiejskich oraz ochronę i odtwarzanie zabytków i lokalnego środowiska.

ECOVAST działa na rzecz krajobrazu, ludowej architektury i wiejskich inicjatyw. Organizacja skupia osoby indywidualne, organizacje rządowe i pozarządowe o różnym zasięgu, dzięki czemu umożliwia porozumienie pomiędzy ekspertami na szczeblu decyzyjnym i praktykami na poziomie lokalnym.

Organizacja jest konsultantem przy Radzie Europy oraz członkiem MER.

MER

Celem działania MER, który tworzy platformę międzynarodowych organizacji pozarządowych jest **czuwanie i wspieranie działań dotyczących rozwoju terenów wiejskich w krajach Unii Europejskiej, a także promocja wspólnej polityki rozwoju wsi i współpraca z instytucjami międzynarodowymi w celu ochrony interesów wszystkich sektorów związanych z rolnictwem**.

Ponadto działania MER koncentrują się także na podnoszeniu jakości życia mieszkańców wsi i ochronie ich autonomicznego działania.

MER czuwa także nad ustawodawstwem związanym z użytkowaniem terenów publicznych i prywatny tak, aby było ono korzystne dla gospodarki i przyjazne dla środowiska.

9.2 Współpraca partnerska w rozwoju turystyki wiejskiej

Partnerstwo to strategiczne przymierze organizacji reprezentujących różne sektory życia społecznego – publiczny, gospodarczy i społeczny – zawarte w celu współpracy przy realizacji projektu lub programu zgodnego z celami rozwoju zrównoważonego, do którego wszyscy partnerzy wnoszą swoje kompetencje i zasoby, w którym wspólnie ponoszą ryzyko i koszty, oraz dzielą się korzyściami wynikającymi z osiągnięcia wspólnych celów partnerstwa i celów poszczególnych organizacji członkowskich.



Co daje współpraca partnerska?

- Szeroka konsultacja społeczna
- Zwiększenie prawdopodobieństwa wypracowania trafniejszych decyzji
- Bardziej konstruktywne rozwiązywanie lokalnych problemów
- Ograniczanie konfliktów w społecznościach lokalnych
- Społeczna legitymizacja podejmowanych decyzji w środowisku lokalnym
- Aktywizacja lokalnej społeczności
- Usprawnianie komunikacji ze społecznością lokalną

- Kompleksowe uregulowanie współpracy z organizacjami społecznymi
- Mobilizowanie zasobów lokalnych do realizacji różnorodnych przedsięwzięć
- Większe możliwości wygosparowania wkładu własnego do realizowanych projektów
- Wyższy potencjał instytucjonalny i doświadczenie uczestniczących podmiotów (suma potencjału i doświadczenia partnerów)
- Lepsze rozpoznanie potrzeb i problemów do rozwiązania i trafniejsze określenie celów
- Szerszy zasięg i oddziaływanie
- Lepsze zaspokojenie potrzeb różnych grup społecznych

Zasada partnerstwa jest jedną z kluczowych zasad wdrażania Funduszy Strukturalnych Unii Europejskiej. Obejmuje ona konieczność włączania w proces podejmowania decyzji tych instytucji i organizacji, które ze względu na charakter podejmowanej problematyki najlepiej znają potrzeby i możliwości.

Cechy charakterystyczne partnerstwa

- bazowanie na inicjatywach oddolnych;
- działalność lokalna – udział znaczącej reprezentacji społeczności lokalnej;
- budowanie partnerstwa poprzez doświadczenie – platforma wzajemnego uczenia się
- proces, a nie jednorazowa aktywność;
- działalność kompleksowa i innowacyjna;
- uzupełnia, a nie zastępuje,
- wywołuje efekt synergii¹ i dźwigni².

Lokalne Grupy Działania (LGD)

Typowym przykładem współpracy partnerskiej w Polsce i całej Unii Europejskiej jest działalność Lokalnych Grup Działania (LGD) (*Local Action Groups – LAG*) w ramach podejścia LEADER. W Polsce aktualnie działa ok. 300 LGD, w pozostałych krajach UE ponad 1500.



1 Synergia – współdziałanie różnych czynników, którego efekt jest większy niż suma poszczególnych oddzielnych działań
2 Efekt dźwigni powoduje potrzebę realizacji kolejnego zadania po zakończeniu poprzedniego.

Nazwa LEADER pochodzi od francuskich słów „Liaison Entre Actions de Développement de l’Economie Rurale”, co oznacza: powiązania między działaniami na rzecz rozwoju gospodarki wiejskiej.

Leader to innowacyjność i poszukiwania ■ Leader to podejście twórcze i z wyobraźnią ■ Leader to budowanie w oparciu o lokalne umiejętności i zasoby ■ Leader to poszukiwanie lokalnych rozwiązań miejscowych problemów ■ Leader to ochrona i dbałość o różnorodność i bogactwo obszarów wiejskich

Rozwój obszarów wiejskich oznacza zmianę:

- robienie czegoś nowego,
- robienie starych rzeczy w nowy sposób.

Rozwój obszarów wiejskich nie jest szybkim procesem. A więc, należy być przygotowanym na długi wysiłek. Programy rozwoju muszą ewoluować wraz z upływem czasu.

Leader a turystyka

- W większości lokalnych strategii turystyka jest bardzo ważnym elementem rozwoju
- Metoda Leader dobrze służy rozwojowi oferty turystycznej
- Organizuje ofertę turystyczną (lokalne zasoby)
- Uzupełnia brakujące ogniwa
- „Przenosi” inicjatywę w czasie.

Kryteria utworzenia LGD i otrzymania wsparcia finansowego

- Zawiązanie partnerstwa trójsektorowego składającego się z przedstawicieli sektora publicznego, gospodarczego i społecznego.
- Na poziomie decyzyjnym partnerstwa przynajmniej 50% stanowią partnerzy gospodarczy i społeczni, w tym przedstawiciele społeczeństwa obywatelskiego, w szczególności: rolnicy, kobiety wiejskie, młodzi ludzie oraz ich stowarzyszenia.
- LGD przygotowuje Lokalną Strategię Rozwoju (LSR). Obszar objęty strategią LGD jest spójny i obejmuje gminy wiejskie lub miejsko-wiejskie, z wyłączeniem miast powyżej 20 tys. mieszkańców
- Obszar, na którym działa LGD, liczy co najmniej 10 tys. i nie więcej niż 150 tys. mieszkańców
- Dopuszcza się możliwość działania wyłącznie jednej LGD na danym obszarze.
- LGD musi posiadać potencjał administracyjny do zarządzania środkami publicznymi i wdrożenia Lokalnej Strategii Rozwoju.

Lokalne Grupy Działania zdobywają środki finansowe z różnych źródeł, spośród których największe znaczenie mają fundusze pomocowe UE. Dzięki tym środkom samodzielnie, bądź poprzez partnerów lub podmioty zewnętrzne, realizują różne projekty związane z rozwojem danego terenu.



Studium przypadku działalności LGD „Wokół Łysej Góry”³

Grupa powstała w ramach projektu: „Na nas nie ma mocnych. Partnerstwo dla rozwoju obszarów wiejskich w sercu Gór Świętokrzyskich”, którego realizatorem był Związek Gmin Gór Świętokrzyskich. Swoim zasięgiem objęła 3 gminy: Bieliny, Bodzentyn, Masłów, w późniejszym okresie przystąpiła jeszcze gmina Zagnańsk. Wszystkie gminy położone są wokół najwyższego pasma Gór Świętokrzyskich.

I. Cele statutowe LGD „Wokół Łysej Góry”:

LGD ma na celu działanie na rzecz rozwoju obszarów wiejskich i integracji europejskiej, a w szczególności:

1. Opracowanie i realizację Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), dla obszaru gmin Bieliny, Bodzentyn, Górno, Łączna, Masłów, Suchedniów, Wąchock.
2. Promocja obszarów wiejskich położonych w gminach, o których mowa w pkt a,
3. Mobilizowanie ludności do wzięcia udziału w procesie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich położonych w gminach, o których mowa w pkt a,
4. Upowszechnianie i wymianę informacji o inicjatywach związanych z aktywizacją ludności na obszarach wiejskich położonych w gminach, o których mowa w pkt a,
5. Podejmowanie inicjatyw i działań mających na celu pobudzenie aktywności społeczności lokalnych oraz ich czynny udział w opracowywaniu i realizacji LSR,
6. Propagowanie działań na rzecz realizacji LSR w obszarze działania LGD, pozyskiwanie partnerów i źródeł finansowania LSR, w tym z programów pomocowych,
7. Udzielanie wsparcia mieszkańcom obszaru objętego LSR w zakresie przygotowania projektów i pozyskiwania środków na ich realizację, w tym z programów pomocowych,
8. Podejmowanie inicjatyw i działań mających na celu: rozwój produktów regionalnych, turystyki, przedsiębiorczości, zasobów ludzkich, społeczeństwa obywatelskiego i informacyjnego, poprawę estetyki miejscowości na obszarze działania LGD i bezpieczeństwa mieszkańców, edukację estetyczną – artystyczną mieszkańców, aktywizację gospodarczą i zawodową, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i cyfrowemu, przeciwdziałanie patologiom społecznym, propagowanie zdrowego trybu życia oraz zachowanie dziedzictwa kulturowego na obszarze działania LGD,
9. Promocję idei integracji europejskiej w kraju i za granicą,
10. Kreowanie lokalnych produktów i usług, w szczególności turystycznych, tworzenie infrastruktury turystycznej,

³ Formą prawną pod jaką działa LGD jest stowarzyszenie

11. Promocję i organizację wolontariatu.

II. Podstawowe dane projektu:

Okres realizacji: 19 marca 2007 – 14 kwietnia 2008

Wartość projektu: 645,950 zł

Obszar realizacji: gminy Bieliny, Bodzentyn i Masłów

III. Rezultaty projektu:

- Wzmocnienie potencjału instytucjonalnego LGD (Stowarzyszenia)
- Wypracowanie renomy i dobrego imienia Stowarzyszenia
- Wzrost aktywności mieszkańców
- Zainteresowanie działalnością w Stowarzyszeniu 4 nowych członkowskich Gmin: Górno, Łączna, Suchedniów i Wąchock

IV. Zdobyte organizacyjne:

- 3 biura Stowarzyszenia o łącznej pow. 150 m²
- Pełne wyposażenie w sprzęt meblowy, komputerowy, multimedialny (laptopy, rzutniki, drukarki, faksy, itp.)
- witryna internetowa www.wokollysejgory.pl

V. Zrealizowane kursy, szkolenia i doradztwo:

- 1920 osobogodz. kursu etnograficznego „Świętokrzyskie jakie cudne...”
- 1050 osobogodz. kursu agroturystycznego
- 900 osobogodz. kursu „tworzenie produktu turystycznego”
- 900 osobogodz. kursu animatorów lokalnych
- 720 osobogodz. konferencji „Dotacje z funduszy strukturalnych UE dla świętokrzyskiej wsi w latach 2007–2013”
- 30 godz. konsultacji dla członków i organów LGD z zakresu realizowanej strategii rozwoju
- 240 godz. indywidualnych porad dla MŚP, organizacji społecznych w ramach Ruchomego Punktu Konsultacyjno-Doradczego

VI. Przedsięwzięcia kulturalne:

- 6 imprez w 3 gminach
- 2 konkursy kulinarne
- 7 dni kulturalnych wydarzeń
 - X Dzień Świętokrzyskiej Truskawki
 - Biesiada Masłowska
 - XXIV Dni Bodzentyna
 - V Dzień Kultury i Tradycji Gminy Bieliny
 - Noworoczny Tort Kultury Masłów 2008
 - Przegląd Gminy Zespołów Jasełkowych i Kolędniczych w Bodzentynie

VII. Wydawnictwa promocyjno-reklamowe:

- Łącznie 32 500 szt.!
- Gadżety: koszulki firmowe, teczki aktowe, teczki ofertowe, torby ekologiczne, długopisy, kalendarze,

- Wydawnictwa informacyjne: katalog agroturystyczny Gór Świętokrzyskich, mapa turystyczna 3 gmin, plakaty, ulotki i informatory turystyczne, albumy fotograficzne
- 3 monografie historyczno-etnograficzne 3 gmin

VIII. 3 koncepcje techniczne produktów turystycznych:

BIELINY – Wioska Słowiańska (Średniowieczna) w Hucie Szklanej

BODZENTYN – Zagospodarowanie terenu między Rynkiem Górnym a ruinami Zamku w Bodzentynie oraz amfiteatr w Wilkowie

MASŁÓW – Centrum Edukacyjne „Szklany Dom” – Dworek Stefana Żeromskiego w Ciekotach

IX. Wizyta studyjna w LGD Zachodnia Zelandia w Danii – maj 2007

- 40 osób, 5 dni wizyty studyjnej,
- Niezwykle bogaty program prezentacji dokonań LGD Zachodnia Zelandia z Danii,
- Zdobycie cennych doświadczeń, pomysłów i przeniesienie ich na polski – świętokrzyski grunt:
 - Wioska Średniowieczna i Wikingów,
 - Programy edukacji ekologicznej,
 - Szkoły Natury,
 - Muzeum „Kraina Słońca”.

X. Projekt Telewizji Internetowej Gminy Bieliny

XI. Projekty zrealizowane z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki:

- „Nie utopimy Utopii (...)” – wzmocnienie potencjału LGD
- „Jak cię widzą, tak Cię piszą! Łysogórski przepis na sukces” – kurs Public Relations, etykiety i savoir vivre’u
- Partner w projektach Gminy Bieliny:
 - „Bielinianie nie gęsi i swój język mają”,
 - „Biegle mówię po: angielsku, niemiecku i włosku”,
 - „Szkółka językowa Hello-Hallo”,
 - „Turystyka wiejska u stóp Świętego Krzyża”
 - „Spod strzech bielińskich w objęcia Melpomeny”
- Partner w projekcie Federacji Rozwoju Demokracji Lokalnej.
- „Nam nie jest łyso! Łysogórska Akademia Kobiet”
- Partner w projekcie systemowym Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej w Bielinach „Zaraz wracam”

XII. Inne projekty zrealizowane

- Izba Dobrego Smaku w Kakoninie – Program Odnowa Wsi poprzez konkurs przedsięwzięć, dotacja z budżetu województwa świętokrzyskiego
- Poznajemy smaki Krainy Łysogór – Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
- „Otwarta strefa rekreacji w Lechowiu – w jedności siła – doposażenie placu zabaw i aranżacja terenu wokół boiska” – finansowanie z Świętokrzyskiego Programu Odnowy Wsi w formie konkursu przedsięwzięć
- Kilka projektów dotyczących imprez turystycznych i kulturalnych

XIII. Program Integracji Społecznej Gminy Bieliny

- Wizyta studyjna na Lubelszczyźnie połączona z warsztatami edukacyjnymi „Nauczania globalne” – integracja treści programowych w oparciu o pedagogikę zabawy, dramy i twórcze myślenie
- Rozwój produktu turystycznego „Kraina Legend Świętokrzyskich”
- Pielgrzymka osób starszych do Sanktuarium Matki Ostrobramskiej w Skarżysku-Kamiennej

XIV. LGD jako instytucja grantodawcza

Ze środków LEADER Lokalna Grupa Działania „Wokół Łysej Góry” będzie mogła przyznawać dotacje innym podmiotom na projekty zgodne z Lokalną Strategią Rozwoju w ramach następujących 4 linii grantowych:

1. Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej
2. Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw
3. Odnowa wsi i zachowanie dziedzictwa kulturowego
4. Małe granty (typy projektów określone w LSR przez LGD)

XV. Wysokość pomocy w ramach Osi IV LEADER w okresie 2007–2013

- Szacuje się, że każda gmina otrzyma w całym okresie wsparcie finansowe w wysokości 148 PLN na 1 mieszkańca co może dać ok. 10 mln zł.
- Każda gmina wiejska na obszarze działania LGD ma zagwarantowane środki finansowe
- Po 3 latach nastąpi przegląd realizacji LSR i niewykorzystane środki zostaną podzielone między aktywne LGD.

**Inne przykłady dobrych praktyk w Europie:**

- **Park Wędkarski ADER-SOUSA** – Portugalia
- **Kellerwald-Edersee e.V.** – umożliwianie działalności gospodarczej
- **Ośrodek rozwoju żywności** – LGD Bornholm, Dania
- **Marka Fuchsia** – LGD West Cork, Irlandia
- **Kulinarny Region Almo, Restauracje i regionalny marketing wólowiny w Almenland** – Austria
- **Konkurs na stworzenie przedsiębiorstwa** – LGD Parc Natural Regional de la Brenne, Francja
- **Zakład przetwarzania i standaryzacji miodu** – LGD Ando, Grecja
- **Wspaniałe wędrówki w Müllerthal, Wykaz młynów – regionalna trasa wycieczek** – LGD Müllerthal, Luksemburg
- **Rezerwat przyrody Las Loras** – LGD Pais Románico, Hiszpania
- **Kumbryjskie gotowanie** – LGD Cumbria Fells and Dales, Walia, Wielka Brytania

Planowanie i marketing w turystyce wiejskiej

10

10.1. Podstawy planowania w turystyce wiejskiej

Definicja planowania

Planowanie jest procesem polegającym na świadomym ustalaniu kierunków działania oraz podejmowaniu decyzji opartych na celach, faktach i dobrze przemyślanych ocenach.

Z jednej strony słowo „planowanie” niesie ze sobą niepewność, co do następstw zdarzeń i rezultatów naszego działania, z drugiej strony tworzenie planu jest zmniejszeniem tej niepewności i zwiększeniem pewności, co do przebiegu wydarzeń i efektów, jakie wynikają z naszego działania.

Planowanie to proces kierujący techniczną, administracyjną i finansową działalność ludzi na osiągnięcie celów.

Planowanie polega na opracowaniu wizji przedsiębiorstwa: jego wielkości, skali produkcji, sposobu organizacji działalności w określonym czasie.

Istotę planowania wyjaśnić można na następującym schemacie



PLAN – jest programem organizacyjnym dla danej jednostki sprowadzający się do podejmowania decyzji dzisiaj dla uzyskania oczekiwanych skutków w przyszłości, takich jak zwiększenie efektywności, skuteczności, jakości działania, itp.

Plan to słowny i liczbowy opis dotyczący:

- zasobów, które będą wykorzystane, tj. budynki, urządzenia, materiały, środki finansowe,
- metod i procedur, które będą zastosowane,
- zadań, które mają być wykonane,

- porządku, jaki należy zachować przy realizacji planu,
- czynności, które należy wykonać,
- osób, które mogą zadania wykonywać,
- miejsc, w których planowane działania mają się odbyć,
- bieżących terminów, rozkładów i harmonogramów prac,
- punktów, w których zostanie sprawdzony dokonany postęp,
- miar wykorzystywanych do oceny postępów i weryfikacji osiągnięcia celów.

Elementy planowania

W skład planowania wchodzi:

- gromadzenie informacji,
- programowanie, tj. ustalenie celów i środków ich realizacji,
- bilansowanie, koordynowanie i optymalizacja treści planów,
- zestawienie i uzgadnianie planów.

Planowanie to proces rozłożony w czasie, wytyczamy drogę, którą musimy pokonać, aby zmienić rzeczywistość, z którą się nie zgadzamy, a poprzez wytyczenie realnych rezultatów tworzymy już nową rzeczywistość.

Zasady sprawnego planowania

CELOWOŚĆ – każdy plan formułowany jest dla zapewnienia sprawnej realizacji postawionego celu. Plany powinny przewidywać, jakie działania prowadzą do zamierzonego celu, jakie od niego oddalają, jakie mogą ze sobą kolidować, a jakie są po prostu nieistotne.

PRYMAT PLANOWANIA – planowanie jest podstawą wszystkich innych funkcji zarządzania. Bez planowania nie ma dobrego organizowania, zarządzania zasobami ludzkimi i kontroli.

KOMPLETNOŚĆ – planowanie musi być funkcją każdego menedżera na każdym szczeblu zarządzania, wtedy dopiero staje się użytecznym narzędziem w osiąganiu celów.

SKUTECZNOŚĆ WE WDROŻENIU – plan staje się skuteczny, gdy realizując go osiąga się cel przy minimum niepożądanych konsekwencji i przy wynikach przewyższających nakłady.

Etapy procesu planowania

Główne etapy procesu planowania ustawione w logicznej kolejności to:

1. **Ocena sytuacji** – określenie szans i zagrożeń wynikających z otoczenia oraz atutów i słabości;

2. **Określenie celów** – tego, co chcemy osiągnąć;
3. **Ustalenie procedury**, czyli opisu zamiany zasobów w rezultaty, a przede wszystkim zadań do wykonania i metod ich realizacji oraz porządku wykonywania, każdy jej etap powinien zawierać: co ma być zrobione, kiedy ma być zrobione, kto odpowiada za realizację etapu;
4. **Ustalenie harmonogramu prac** – czyli terminów ich rozpoczęcia i zakończenia;
5. **Przypisywanie odpowiedzialności** – określenie osób odpowiedzialnych za realizację planowanych zadań;
6. **Sprawdzenie wykonalności planu**, czyli ostateczny przegląd planu przed przystąpieniem do jego realizacji;
7. **Określenie kosztów realizacji planu**;
8. **Wdrażanie planu**;
9. **Kontrola realizacji planu**.

Biznes Plan w działalności agroturystycznej

Biznesplan to inaczej koncepcja planowanej przez nas działalności gospodarczej. Są to szczegółowe wskazania, jak należy postępować, aby osiągnąć sukces.

Uruchomienie działalności gospodarczej, (a w tym przypadku kwatery agroturystyczna jest rodzajem działalności gospodarczej), wymaga zebrania wszystkich podstawowych informacji, w formie jednolitego dokumentu, będącego organizacyjnym i finansowym schematem uruchomienia przynoszącej zyski działalności. Dokumentem tym jest **biznes plan**. Przedstawia on wizję całego przedsięwzięcia, zarówno od strony merytorycznej (opisowej), uwzględniającej opis firmy na rynku z opisem jej charakterystycznych cech działania, metod zarządzania, jak i kalkulacji finansowych, wyszczególniających metody jej finansowania.

Biznesplan może być opracowany przez samego kwaterodawcę, jak też przy pomocy specjalisty. Pomoc specjalisty będzie niezbędna zwłaszcza w przypadku zagadnień finansowych, prawnych, ubezpieczeniowych. Samodzielnie przygotowany biznesplan powinien być zweryfikowany przez specjalistę, aby uniknąć założeń, które nie zawsze mogą być prawidłowe. Ważne jest jednak, aby współpracując z doradcą, kwaterodawca czynnie uczestniczył w opracowaniu dokumentu.

Proces układania biznesplanu łącznie z przygotowaniem się do jego napisania, zmusza właściciela do obiektywnego, krytycznego i chłodnego spojrzenia na cały projekt przedsięwzięcia. Raz opracowany dokument należy ciągle konfrontować ze stanem faktycznym, aby wraz ze zmianami warunków działania możliwe było dokonanie korekty pierwotnych planów.

Biznes Plan odpowie na pytania:

- Czy nasze gospodarstwo będzie atrakcyjne dla turystów?
- Czy nasza działalność będzie dla nas opłacalna?
- Jak zaplanować wydatki i co robić, aby nie zbankrutować?
- Jak pokazać osobom z zewnątrz (bank, instytucja przyznająca środki UE), że nasz interes się powiedzie?

Co zawiera Biznes Plan?

- Czy mamy umiejętności potrzebne do prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego?
- Jak będziemy prowadzić nasze gospodarstwo? (gdzie się mieści, jak wygląda...)
- Czy nam się to opłaci? (kto będzie naszym klientem, jak będziemy się promować, jakie będziemy mieli ceny, jakie będziemy mieli wydatki, jakie będą dochody)

Biznes Plan to nie zapisane kartki papieru, ale nasze uporządkowane przemyślenia dotyczące prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego

Zakres biznes planu**1. Opis produktu/usługi**

- Jaką usługę oferujemy? (noclegi, wyżywienie, atrakcje, przewodnik, prace w gospodarstwie)
- Gdzie leży nasze gospodarstwo?
- Jakie usługi oferuje konkurencja? (sąsiad, gospodarstwo z innej wsi)
- Czy jesteśmy lepsi? Czy nasza usługa różni się od usług konkurencji? (wyrób produktów regionalnych, zwierzęta)
- Kim jesteśmy
- Jakie mamy umiejętności? (obsługa gości, prowadzenie gospodarstwa, gotowanie, wiedza o regionie, naprawa sprzętu, remonty...)
- Jakie umiejętności mogą nam sprawić problemy?
- Czy warto z kimś współpracować? (przewodnicy, artyści ludowi...)

2. Rynek

- Kto przyjedzie do naszego gospodarstwa agroturystycznego? (z jakiego miasta, kraju, całe rodziny, emeryci...)
- Czego chcą nasi klienci? Co chcą od nas otrzymać?
- Czy goście będą mogli przyjeżdżać do gospodarstwa cały rok?
 - TAK – możliwość zakwaterowania cały rok, kuligi, ogniska, atrakcje zimowe
 - NIE – czy to się nam opłaci?

3. Konkurencja:

- Kim są nasi konkurenci? (sąsiad, gospodarstwa z innych wsi, pensjonaty)
- Ilu ich jest w najbliższym otoczeniu?
- Co oferują? Jakość oferty (położenie, wygląd i estetyka gospodarstwa, huśtawki, rowery, dobre jedzenie, uprzejmość)
- Co zamierzają robić w najbliższym czasie? (rozbudowa domu, zakup zwierząt, remont podwórka itp.)
- Czym będą lepsi od nas?

4. Promocja:

- Strona internetowa (opis gospodarstwa i atrakcji, zdjęcia, adres, mapa dojazdu, numer telefonu, cennik)
- Pozycjonowanie strony – zlecenie odpowiedniej firmie
- Ogłoszenia na portalach internetowych (turystyka.pl, agroturystyka.pl...)
- Czytelna tablica przy drodze
- Foldery
- Opinie klientów i współpraca z sąsiadami – poczta pantoflowa
- W gospodarstwie agroturystycznym sprzedaż odbywa się na miejscu

5. Ceny:

- Atrakcyjne dla klientów
- Konkurencyjne
- Zapewniające zysk z działalności

6. Jak określić nasze ceny?

- Ile kosztuje utrzymanie działalności? (prąd, woda wyżywienie, paliwo, podatki, praca własna, pracownicy)
- Ile kosztują wykonane inwestycje? (remont, zakup sprzętu, kredyt, konserwacja) Kiedy mają się zwrócić?
- Jakie są ceny u konkurencji? (średnio 30 zł/osobę/dobę, 20 zł za wyżywienie)
- Ilu gości przyjedzie w ciągu roku? Ile mogą zapłacić?

Ceny × liczba klientów = Przychody

Przychody – Wydatki = Dochody

Szczegółowa zawartość każdego biznes planu będzie różna. Zawsze jednak powinien on odpowiadać na fundamentalne pytania: Gdzie jesteśmy? Dokąd zmierzamy? Jak chcemy tam dotrzeć? i... Czy warto?

10.2. Marketing w turystyce wiejskiej

1. Poznawanie i sposoby analizy otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa turystycznego

Na funkcjonowanie przedsiębiorstwa (turystycznego i agroturystycznego) zorientowanego rynkowo mają wpływ czynniki niezależne od niego ale mające istotny wpływ na jego funkcjonowanie. Poznawanie obszarów otoczenia rynkowego jego analiza i dostosowanie przedsiębiorstwa do tych warunków umożliwia firmie zdobywanie pozycji konkurencyjnej.

2. Obszary otoczenia przedsiębiorstwa i ich zmienność

Na bezpośrednie otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego mają wpływ:

- Rynek (popyt i podaż na usługi turystyczne)
- Rodzaje usług turystycznych oferowanych przez dostawców na rynku, ich cena, sposoby promocji i dystrybucji
- Klienci usług turystycznych
- Konkurencja
- Instytucje rynkowe, czyli firmy, organizacje i instytucje działające pomiędzy dostawcą usług turystycznych a klientem (np. stowarzyszenia agroturystyczne, tour-operatorzy)
- Atrakcje turystyczne np. naturalne czy historyczne czynniki otoczenia mające wpływ na konkurencyjność i decyzje marketingowe przedsiębiorstwa.
 - Usługi turystyczne uzależnione są od warunków przyrodniczych – klimatycznych czy krajobrazowych kraju, regionu czy miejsca
 - Historia i zabytki mogą determinować przewagę konkurencyjną nad innymi miejscami turystycznymi

Cechą charakterystyczną danego otoczenia zewnętrznego, w którym działają (i podejmują decyzje) przedsiębiorstwa jest ich zmienność. Elementami podlegającymi najczęstszym zmianom (występującym z różną częstotliwością i intensywnością) są czynniki ekonomiczne np. wahania popytowe i popytowe. Najmniejszym zmianom podlegają czynniki naturalne i atrakcje turystyczne.

3. Badania marketingowe

Głównym etapem poznawania otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa są badania marketingowe.

Pamiętaj! Żadne przedsiębiorstwo nie działa w próżni rynkowej

Przedsiębiorstwo turystyczne musi elastycznie i szybko reagować na zmiany warunków, w których funkcjonuje aby się do nich dostosowywać. Stąd też elementami szczególnych badań i analiz powinny być czynniki otoczenia charakteryzujące się dużą zmiennością. Ogólnie mówiąc chodzi tu o posiadanie dokładnej aktualnej wiedzy na temat branży i rynku, w których funkcjonujemy.

Im więcej wiemy o na temat potrzeb i zachowań turystów, postępowania rynkowego konkurentów tym łatwiej będzie nam stworzyć, wypromować i dostarczyć klientowi usługę spełniającą jego oczekiwania.

Czemu służą badania marketingowe?

Głównym zadaniem badań marketingowych jest utrzymywanie kontaktu z rynkiem. Polegają więc na systematycznym zbieraniu informacji w celu reagowania na zmiany i kształtowania decyzji odnośnie marketingu mix (definiowanie produktu, ceny promocji i dystrybucji).

Zakres badań marketingowych

Badania marketingowe obejmują następujące problemy:

1. Badania rynku i sprzedaży. Dotyczą identyfikacji rynku: badanie cech rynku, wielkość rynku, badanie udziału rynkowego, analiza i struktury sprzedaży, ustalanie kwot i obszarów sprzedaży.
2. Badanie przedsiębiorstwa i jego działalności. Badanie trendów i możliwości rozwojowych, analiza działalności wewnętrznej firmy – technologii, procesów organizacyjnych.
3. Badania otoczenia działalności firmy.
4. Badanie produktu. Badania rozwoju nowego produktu, z jakich etapów się składa. Badanie konkurencyjności produktu – czym produkty się różnią, co powoduje, że nasze produkty są lepsze lub gorsze.
5. Badania promocji a w szczególności badania reklamy. Dotyczą analizy przekazów reklamowych, w jakiej formie przekazywać reklamy, jaka jest skuteczność mediów, analiza wydatków na reklamę, analiza efektywności reklamy. Badanie działalności reklamowej konkurencji
6. Badania poziomu cen panujących na rynku na dane usługi.
7. Badania dystrybucji, w szczególności efektywności wykorzystania kanałów dystrybucyjnych.

Zbieranie informacji

Istnieje powszechny pogląd, że badania są skomplikowane i kosztowne. Bardzo często przedsiębiorstwa turystyczne nie zauważają najcenniejszego źródła informacji jakim są goszczący u nich klienci od których można uzyskać informacje bezpośrednio.

Jak to zrobić?

Najprostszymi metodami (metody bezpośrednie) np. w zakresie oceny naszych usług czy poczynań konkurencji są:

- zadawanie pytań (ankietowanie przebywających u nas gości)
- ankietowanie za pośrednictwem poczty czy telefonu

Badania marketingowe polegają również na korzystaniu z istniejących statystyk (metody pośrednie):

- danych o sprzedaży usług turystycznych w firmie, danym regionie czy na danym rynku
- formularzy meldunkowych
- statyk w publikacjach, czasopismach branżowych, (które można znaleźć w bibliotekach, organach administracji państwowej, stowarzyszeniach branżowych, wyspecjalizowanych organach odpowiedzialnych za przemysł turystyczny)
- doskonałym tanim i szybkim miejscem gdzie możemy znaleźć informacje jest internet i strony www.

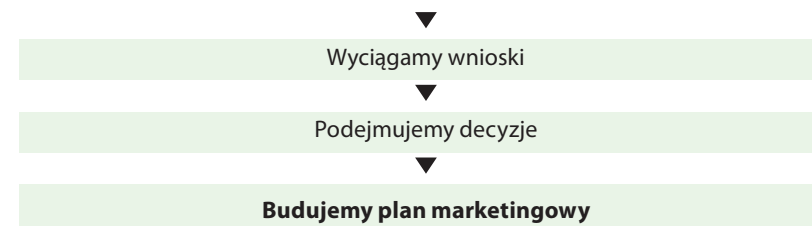
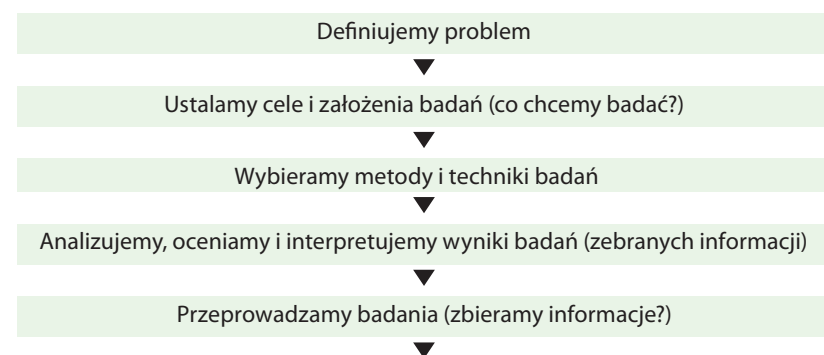
Korzyści badań marketingowych

Badania pozwalają firmie turystycznej:

- Przewidywać potrzeby i oczekiwania klientów
- Docierać do właściwych grup klientów (segmenty rynku)
- Analizować konkurencję (jej mocne i słabe strony)
- Oceniać podejmowanie i trafność decyzji marketingowych (marketingu mix.)
- Identyfikować szanse rynkowe

Procedura i cel badań marketingowych

Proces składa się z następujących elementów:

**4. Kształtowanie produktu turystycznego****Specyfika produktu turystycznego**

Gospodarstwo agroturystyczne czy przedsiębiorstwo świadczące usługi turystyczne powinno zadać sobie pytanie, „czy moja usługa dokładnie odpowiada potrzebom potencjalnych odbiorców?”.

Z punktu widzenia potencjalnego klienta planującego podróż produkt turystyczny to zestaw składników zarówno materialnych jak i niematerialnych umożliwiającą wypoczynek za określoną cenę.

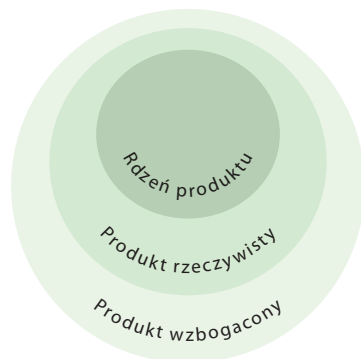
Na składniki materialne produktu składają się:

- Ludzie zaangażowani w proces świadczenia usługi np. czy znają historię miejsca, ciekawe trasy wycieczkowe, lub czy władają językami obcymi ważny jest również sposób ubierania się i zachowania cechy psychiczne takie jak małomówność czy elokwencja lub fizyczne np. wiek
- Przedmioty stanowiące środki świadczenia usług np. budynki ich wyposażenie, wyżywienie, urządzenia do rekreacji, zwierzęta itp.

Składniki niematerialne tzw. emocjonalne to np. przeżycie lub doświadczenie czegoś ważnego dla klienta, poznanie czegoś lub kogoś ciekawego, pobudzenie wyobraźni.

Oprócz standardowych usług, jakimi są oferowane noclegi i wyżywienie w celu przyciągnięcia klienta przedsiębiorstwa turystyczne powinny dążyć do przewidywania i wychodzenia naprzeciw oczekiwaniom swoich gości. Mogą to robić poprzez tworzenie i uatrakcyjnianie swoich produktów w oparciu o walory terenów wiejskich.

W celu właściwego zrozumienia specyfiki produktu turystycznego przeanalizujemy jego strukturę.



Poziomy produkt turystycznego

- **Produkt podstawowy** (rdzeń produktu), ma charakter niematerialny i wynika z korzyści postrzeganych przez klienta. Składają się na niego przeżycia, zabawa, przygoda, odpoczynek, doświadczenie, wiedza, zdrowie, regeneracja sił, poznawanie nowych miejsc i ludzi itp.
- **Produkt rzeczywisty** to konkretne usługi o odpowiedniej jakości, które klient otrzyma za swoje pieniądze: noclegi, wyżywienie, transport, wycieczki, urządzenia do rekreacji, warunki bezpieczeństwa.
- **Produkt wzbogacony** to dodatkowe korzyści, które wywołają wyższy stopień zadowolenia klienta: np. różnego rodzaju bonusy, bezpłatny transport lub ubezpieczenie, czy też pożegnalny upominek np. bochenek chleba domowego wypieku, upusty, rabaty cenowe, rezerwacja internetowa, warunki zapłaty.

Rodzaje produktów turystycznych

Produkt turystyczny możemy podzielić na:

- **Produkt terytorialny** – obejmujący jakiś obszar, będący miejscem docelowym podróży, na który składają się naturalne i sztuczne dobra turystyczne a także infrastruktura umożliwiająca nabywanie usług.
- **Produkt tworzony przez przedsiębiorstwo** – obejmuje konkretne usługi świadczone przez dane przedsiębiorstwo.

Budowa produktu terytorialnego np. regionalnego czy lokalnego jest trudna i wymaga opracowania wspólnej strategii rozwoju dla działań przedsiębiorstw i organizacji turystycznych. Jeśli istnieje strategia rozwoju turystyki na danym obszarze pojedyncze gospodarstwo agroturystyczne czy przedsiębiorstwo turystyczne może szukać swoich szans i pomysłów na nowy produkt w jej analizach i założeniach. Jeżeli taka strategia nie istnieje pozostaje kreowanie własnych pomysłów wykorzystując walory i atrakcje turystyczne miejsca okolicy czy regionu.

Produkt tworzony przez przedsiębiorstwo – trafienie z produktem w gusta klienta jest rzeczą trudną. Najczęściej usługodawcy koncentrują swoje wysiłki na zapewnieniu turyście miejsca noclegowego oraz wyżywienia. W kontekście konkurencji nie jest to już jednak pole do bitwy o klienta.

Usługodawcy aby wyróżnić się z tłumu usługodawców turystycznych powinni dążyć do rozwoju rdzenia produktu czyli zapewnienia klientowi wrażeń i atrakcji, które skłonią go ponownego skorzystania z oferty oraz zachęcenia do tego innych.

Na podstawie badania rynku (klienta czy działań konkurencji) można natknąć się na różne pomysły produktowe.

Jednym z pomysłów jest **pakietowanie** różnych usług świadczonych przez niego i innych usługodawców nawet tych, którzy turystyką do tej pory się nie zajmowali.

Pakietowanie może polegać na łączeniu produktu podstawowego (rdzenia) z różnymi formami aktywności ale połączonymi w jeden temat czy motyw. Motywem może być np. „życie wiejskie”, „dziedzictwo kulturowe wsi”, czy „dziedzictwo kulinarne”. W ramach przykładowego motywu usługodawca może np. zaoferować turyście wycieczkę lub zbudować szlak turystyczny. Złączenie z danym motywem może przyczynić się do stworzenia unikalnego produktu.

5. Etapy tworzenia oferty turystycznej

Przygotowanie oferty pobytowej dla turystów składa się z następujących etapów:

1. Badania rynku
2. Identyfikacji składników produktu oraz ich selekcji
3. Wyboru składników produktu
4. Pomysłu na produkt/ofertę
5. Doborze kooperantów
6. Dopracowaniu oferty

Ad. 1. **Badania rynku.** Pierwszym krokiem projektowania oferty jest wiedza na temat naszych klientów i motywacji podróży, upodobań urlopowych, chęci przeżycia czegoś, zdobycia nowych doświadczeń, poznawania nowych miejsc.

Ad. 2. **Aby dokonać identyfikacji składników produktu turystycznego** należy przeprowadzić analizę potencjału turystycznego danego obszaru.

Analiza ta obejmuje następujące elementy:

- walory i atrakcje przyrodnicze znajdujące się np. w parkach narodowych, krajobrazowych, mogą to być lasy, akweny wodne, unikalna flora czy fauna.
- walory i atrakcje dziedzictwa kulturowego
- infrastrukturę ogólną a szczególnie związaną z ochroną środowiska,
- infrastrukturę turystyczną: szlaki turystyczne, ścieżki rowerowe, przystanie kajakowe, parkingi, wypożyczalnie sprzętu sportowego,
- bazę noclegową: rodzaje, lokalizacja, standard,
- wyżywienie i rozrywkę,
- informację turystyczną,
- transport i telekomunikację,
- imprezy turystyczne i kulturalne
- inne usługi bytowe

Tereny wiejskie to bogactwo i różnorodność krajobrazów, zapachów i smaków, mnogość kultur, historii, zwyczajów, a także bogata oferta zielonych przestrzeni, miejscowości oraz zabytków. Możemy budować produkty (pakiety) w oparciu o prezentacje odmienności poszczególnych obszarów i regionów uwzględniając:

- zielone przestrzenie
- ochronę zachowanego krajobrazu
- uwypuklenie dziedzictwa kulturowego w tym również architektonicznego
- promowanie produktów lokalnych i regionalnych
- pokazanie oryginalności warsztatów i wyrobów rzemieślniczych
- zachowanie tradycji kulturowych.

Ad. 3. Wybór składników produktu

Wybór składników produktu powinien zależeć od potrzeb klientów, zidentyfikowanych w trakcie analizy wyników badań.

Ad. 4. Pomysł na produkt – koncepcja produktu

Idea produktu – pomysł na produkt jest elementem decydującym o sukcesie. Budowanie chociaż oparte na badaniach rynku ma charakter twórczy i zależy od intuicji i doświadczenia autora.

W tym celu należy:

- sporządzić listę elementów, które mogą składać się np. na motyw produktu i pakiet turystyczny,
- następnie należy podzielić je na składniki główne, charakterystyczne dla wizerunku produktu (idei, motywu) oraz na składniki wzbogacające ofertę,
- w dalszej kolejności odpowiedzieć sobie na pytanie, jaki segment rynku może korzystać z tego pomysłu.

Ad. 5. Dobór podmiotów do produktu

Jeżeli pomysł na produkt jest związany np. z wizytami w muzeach, warsztatach, powinniśmy nawiązać kontakty z osobami instytucjami czy organizacjami w celu podjęcia współpracy.

Ad. 6. Dopracowanie produktu

Dopracowanie produktu ma na celu poszerzenie zakresu i podwyższenie jakości poszczególnych składników. Które z elementów zostaną dopracowane zależy od segmentów rynku, do których będziemy kierowali ofertę oraz podmiotów, które zadeklarowały współpracę.

A może marka produktu?

Bogate i różnorodne oferty pobytowe wychodzące poza stereotypową koncepcję agroturystyki spełnią oczekiwania klientów. Gwarantują one bowiem prawdziwe emocje, doznania i przeżycia. Siłą napędzającą wielkość ruchu turystycznego są atrakcje przyrodnicze oraz atrakcje wytworzone przez człowieka. To one wpływają na decyzje klientów o wyborze miejsca na wypoczynek.

Tylko produkty turystyczne, które posiadają wyraźną tożsamość i wykreowany wizerunek mają szansę na sukces rynkowy i zaistnienie w świadomości klientów jako produkty markowe. W konsekwencji turyści nie kupują produktów, lecz marki, czyli swoje wyobrażenie o produktach. Rozwijanie produktów markowych na podstawie najważniejszych walorów środowiska i terenów wiejskich przyczynia się do poprawy wizerunku i konkurencyjności oferty turystycznej.

Produkty markowe to innymi słowy produkty najlepsze:

- o odpowiednim standardzie i jakości
- dostosowane do oczekiwań konsumentów czyli dobrze sprzedawalne na rynku
- o wyraźnym wizerunku, unikalnej tożsamości.

Przykład: założmy, że będą to walory dziedzictwa kulturowego jednej ze wsi. Lista powinna zawierać atrakcje turystyczne takie jak na przykład: lokalny skansen, dworek i jego historie, zabytkowy kościół, miejsce bitwy, osoby kultywujące dawne rzemiosło, itp.

6. Konkurencja na rynku turystycznym

Konkurencja na rynku turystycznym może być rozpatrywana w trzech aspektach:

- Rynku turystyki zagranicznej (w zakresie konkurencji między krajami np. Polska – Słowacja).
- Rynku turystyki krajowej:
 - między regionami turystycznymi (w ramach danego kraju)
 - konkurencji międzylokalnej (w ramach regionu)
 - konkurencji w ramach konkretnego miejsca (konkurencja między przedsiębiorstwami w zakresie świadczenia usług w danym miejscu turystycznym).

Oddziaływanie pojedynczego przedsiębiorstwa na trzy apierwsze rynki może odbywać się w zasadzie w sposób pośredni. Głównie poprzez tworzenie współpracy lub uczestnictwo w strukturach i organizacjach turystycznych, których zadaniem byłoby, lub jest, kształtowanie marketingu regionalnego, lokalnego czy branżowego.

Analiza konkurentów jest ważnym elementem badań marketingowych ponieważ umożliwia identyfikację ich słabości i przewag w zakresie działalności marketingowej.

Badanie konkurencji musi jednak być poprzedzone badaniami klienta i znajomością potrzeb rynku docelowego.

Analiza konkurencji powinna być rozpatrywana w obszarze najbliższych konkurentów tzn. działających w podobnych segmentach rynku.

Kim są moi konkurenci?

Turyści w związku z czasowym pobytem poza miejscem zamieszkania zakupują różne usługi. Do grupy najważniejszych usług należą użyczenie noclegu i wyżywienie. Konkurencja w tym zakresie będą:

Dla usług noclegowych np:

- hotele,
- motele,
- pensjonaty,
- kwatery
- prywatne,
- campingi

Dla usług w zakresie żywienia poza wyżej wymienionymi również placówki o charakterze substytucyjnym np:

- restauracje

- jadalnie
- bary szybkiej obsługi

Z powyższych przykładów wynika, że konkurencja naszego przedsiębiorstwa może wykraczać poza standardowe rynki oraz, że przy prowadzeniu badań marketingowych konkurencji powinniśmy również uwzględnić badania placówek substytucyjnych.

Konkurentami firmy mogą być również sami klienci

Przykładem niech będzie grupa klientów, która w kwatrze agroturystycznej nie korzysta z wyżywienia, lecz posiłki przygotowuje we własnym zakresie. Oczywiście istnieją kwatery, które oferują wyłącznie noclegi np. w mieszkaniach wakacyjnych.

Dla małego gospodarstwa rolnego prowadzącego działalność agroturystyczną, które uzyskuje dochód ze sprzedaży posiłków z produktów z gospodarstwa ten segment klientów jest mało atrakcyjny.

Co robi konkurencja i jakie są jej zamiary na przyszłość?

Badania i analiza działania oraz zamiarów konkurentów powinna odbywać się w obszarach marketingu mix. tj:

- produkt
- cena
- dystrybucja
- promocja
- jakość obsługi

Badanie konkurencji powinno być poprzedzone zbudowaniem listy rzeczy, które chcemy wiedzieć o konkurencji, w każdym z elementów marketingu mix. zarówno w aspekcie teraźniejszym jak i planów na przyszłość.

Porównanie działania konkurencji z działaniami naszej firmy odbywa się również w obszarze marketingu mix.

W analizie badań należy zwrócić również uwagę na firmy, które mogą w przyszłości stać się naszymi konkurentami.

Znajomość działania przedsiębiorstw konkurencyjnych umożliwi identyfikację obszarów, w których możemy uzyskać przewagę nad konkurentem i będzie wpływała na decyzje strategiczne naszego przedsiębiorstwa.



7. Kształtowanie ceny

W gospodarce rynkowej większość cen usług nie jest regulowana, co ułatwia usługodawcom dowolnie ustalać ceny. Decyzje cenowe, szczególnie w gospodarstwach agroturystycznych zapadają często spontanicznie i nie opierają się na obliczeniach kosztów usług oraz analizach rynku. Od poziomu ceny zależy czy uzyska zwrot nakładów i wydatków poniesionych na wytworzenie i sprzedaż usługi i czy działalność przynosi zysk.

Cena usługi turystycznej decyduje o konkurencyjności i popycie na daną usługę w określonym segmencie rynku. Cena jest jednym z kryteriów wyboru usługi przez klienta oraz określa czy nasze przedsięwzięcie jest prowadzone efektywnie (zarówno z punktu widzenia naszych zysków jak i zadowolenia klienta).

Sposoby kształtowania ceny oferty turystycznej

Kształtowanie ceny polega na dostosowaniu jej poziomu, do możliwości klientów oraz konkurentów. Ustalając cenę trzeba sobie odpowiedzieć na dwa podstawowe pytania:

- Ile klient w danym segmencie rynku jest skłonny zapłacić za oferowaną przez nas usługę?
- W jaki sposób nasi konkurenci zareagują na zastosowaną przez nas cenę?

Odpowiedzi na te pytania można uzyskać w wyniku badań i analiz oceny poziomu ceny przez klienta oraz polityk cenowych konkurentów.

Ceny mogą być kształtowane w różny sposób. Najczęściej jednak firmy przyjmują następujące metody ustalania cen:

- **Kosztową:** $\text{cena} = \text{koszt} + \text{zysk}$
- **W oparciu o ceny produktów konkurencji**

Ustalanie cen na podstawie kosztów

Podstawą do ustalenia ceny jest obliczenie kosztów, jakie ponosi gospodarstwo agroturystyczne lub firma działająca w turystyce.

W działalności agroturystycznej występują dwie grupy kosztów:

- Koszty wytwarzania produktu turystycznego
- Koszty produkcji rolniczej

W przypadku obu grup występują:

- koszty materialne np. produkty żywnościowe, płody rolne, środki czystości, itp.
- koszty pracy żywej tj. nakłady pracy kwaterodawcy związane ze świadczeniem usługi (przygotowania do przyjęcia gości, przygotowanie posiłków, itp.)

Cena usługi opiera się zwykle na stawkach roboczogodziny plus koszty materialne. Obliczając koszty kalkulujemy ile wydamy na świadczenie usługi.

Koszty wytwarzania produktu turystycznego możemy podzielić na:

- Koszty materiałów i – (bezpośrednie i pośrednie)
- Koszty naszej pracy – (bezpośrednie i pośrednie)
- Wydatki (promocja, ubezpieczenia itp.) – (bezpośrednie i pośrednie)

Koszty bezpośrednie czyli te, które możemy odnieść do usługi. Tymi kosztami obciąża się np. koszty noclegu czy koszty wyżywienia lub np. zorganizowanej atrakcji.

Koszty pośrednie te, których nie da się szczegółowo wyliczyć dla danej usługi i obciążyć danej jednostki usługowej (np. kwotę kosztu energii trudno jednoznacznie przypisać do noclegu czy wyżywienia). W gospodarstwach agroturystycznych koszty pośrednie można przyporządkowywać proporcjonalnie do działalności agroturystycznej i działalności gospodarstwa. Należy jednak przeanalizować wcześniejsze rachunki z okresu gdy nie było gości.

Dlatego koszty pośrednie dzieli się na:

- Koszty charakterystyczne dla jednego lub więcej prowadzonych działalności
- Koszty ogólne z wiązane z funkcjonowaniem całego przedsiębiorstwa

Koszty są:

- **Zmienne** – rosną lub zmniejszają się w zależności od liczby gości w naszym gospodarstwie czy firmie.
- **Stałe** – które ponosimy bez względu na to czy mamy gości czy nie. Są to koszty warunkujące naszą gotowość do świadczenia usług turystycznej (utrzymanie kwatery agroturystycznej czy pensjonatu). Np. mogą to być koszty amortyzacji budynków i wyposażenia, opłaty dzierżawy sprzętu turystycznego, koszty promocji, itp.



Przykład ustalania ceny dla gospodarstwa turystycznego
metoda koszt plus zysk

Kalkulacja kosztów całkowitych

Koszty materiałów i surowców

Sumujemy koszty wszystkich materiałów i surowców, jakie były lub będą przeznaczone do obsługi i pobytu gości (w przypadku produktów rolnych np. w oparciu o cenę sprzedaży, jaka występuje na te produktu na rynku skupu surowców).

Koszty naszej pracy

Ustalamy czas pracy w ciągu sezonu, gdy obsługujemy gości koszty pośrednie i bezpośrednie:

$(56 \text{ dni w sezonie} \times 12 \text{ godzin dziennie} \times 2 \text{ osoby}) = 1344 \text{ godziny osobogodziny}$

Czas pracy poświęcony utrzymaniu kwatery poza sezonem

$(44 \text{ dni} \times 8 \text{ godzin} \times 1 \text{ osoba}) = 352 \text{ godzin}$

Przyjmujemy, że koszt naszej pracy wynosi 8 \$/godzinę **co daje 13 568 \$**

W przypadku np. pensjonatu będzie to koszt utrzymania obsługi.

Koszty materiałów i surowców przyjmujemy, że wynoszą – 40 000 \$

Wydatki w ciągu roku przypisane do działalności agroturystycznej – 5000 \$

Łączne koszty całkowite 58 568 \$

Dalsze założenia:

Liczba pokoi – 5

Liczba noclegów z wyżywieniem sprzedanych w np. 2002 roku

$(15 \text{ miejsc} \times 56 \text{ dni}) = 840$

Koszt jednostkowy (nocleg z wyżywieniem):

$58 568 \$ / 840 \text{ gości w sezonie} = 70 \$$

Cena jednostkowa

$\text{koszt jednostkowy} (70 \$) + \text{marża} (15\%) = 80 \$$

Stąd cena wynosi: 80 \$



Kształtowanie cen na podstawie cen konkurentów – jest drugą metodą ustalania cen

Metoda polega na adaptacji ceny konkurenta oraz ustaleniu własnej a następnie różnicowaniu tej ceny poniżej lub powyżej konkurenta.

Cenę powyżej konkurentów możemy ustalać gdy:

- rynek nie jest wrażliwy na zmiany cen (gdy ruchy ceny dla obsługiwanego przez siebie segmentu rynku nie mają dużego znaczenia np. gdy idą w parze z wzrastającym poziomem świadczonych przez siebie usług)

- rynek ma tendencję rozwoju (gdy wzrasta popyt na usługi w branży a podaż usług wzrasta wolniej)
- twój produkt ma ustaloną dobrą pozycję na rynku
- twoja dobra reputacja, status, jakość i inne elementy podwyższają wartość produktu
- twoje produkty stanowią jedynie mały procent całkowitych zakupów twoich klientów.

Cenę poniżej konkurentów możemy ustalać gdy:

- rynek jest wrażliwy na cenę (gdy pierwszym pytaniem jaki zadają klienci jest: ile to kosztuje?)
- wchodzisz na nowy rynek (np. chcesz obsługiwać nowy segment rynku i stosujesz cenę promocyjną w wyznaczonym czasie czy okresie)
- twoje przedsięwzięcie jest na tyle małe, że konkurenci nie rozpoczną wojny cenowej
- masz szansę na obniżenie kosztów (gdy twój zysk pozostaje na tym samym poziomie przy obniżeniu określonej grupy kosztów).

Różnicowanie poziomu cen

Wyznaczona cena stanowi punkt wyjścia do różnicowania, czyli stosowania różnych cen na ten sam produkt.

Głównymi kryteriami różnicowania cen na usługi turystyczne są:

- Okres pobytu gości (w trakcie śpiętrzenia sezonu cena znacznie wzrasta, poza sezonem cena maleje pokrywając nawet tylko wydatki stałe)
- Długość pobytu gości (ceny są różnicowane w zależności od faktu czy klient przebywa np. dwa tygodnie czy dwa dni)
- Wielkość grupy turystów (chodzi o jednorazową ilość gości im więcej osób tym cena niższa)
- Forma płatności (niższe ceny dla grup zorganizowanych, wyższe dla osób indywidualnych, ceny niższe dla osób wpłacających przedpłaty ze znacznym wyprzedzeniem, ceny wyższe dla osób płacących po zrealizowaniu usługi)
- Poziom dodatkowych usług towarzyszących sprzedaży produktu (np. gospodarstwa agroturystyczne, które oferują pakiety wycieczkowe dla swoich gości stosują wyższe ceny na podstawowe produkty)

Cena stanowi często narzędzie walki konkurencyjnej. Jednak nie możemy zapominać, że nieuzasadnione zaniżanie poziomu cen będzie miało wpływ na:

- nasze przychody i zysk
- postrzeganie jakości świadczonych przez nas usług przez klienta

Niska cena może kojarzyć się klientom z niskim standardem i jakością obsługi.

Aspekty psychologiczne ceny

Szczególną formą różnicowania cen jest jej połączenie z działaniami promocyjnymi. Chodzi tu o:

- rabaty np. dla stałych klientów (gości, którzy korzystają po raz wtóry z naszych usług)
- ceny promocyjne związane np. ze sprzedażą nowych produktów, jako oferowania klientom nowych doświadczeń.

Cena akceptowana przez nabywcę jest często dla niego pewnym przedziałem, który akceptuje. Jeżeli przedsiębiorstwo turystyczne będzie stosowało ceny powyżej tego przedziału klient uzna je za zbyt wysokie. Jeżeli będą ustalane poniżej cen konkurentów mogą kojarzyć się z niską jakością.

Szerokość przedziału między cenowego zależy od wielu elementów np. od segmentu rynku jaki wybraliśmy czy stopnia zaufania klientów do naszej firmy.

8. Kształtowanie dystrybucji

Co to jest dystrybucja?

Poza czynnościami składającymi się ma kształtowanie produktu oraz ceny punktem konkurencyjności oferty turystycznej jest również: dystrybucja, czyli miejsce – sposób gdzie klient może dokonać zakupu twojej usługi.

Celem dystrybucji jest udostępnienie klientowi produktu w miejscu i czasie, które oczekuje po możliwie najniższych kosztach. Działalność dystrybucyjna prowadzona jest za pomocą kanałów dystrybucji.

Kanały dystrybucji – to ogniwa, za pośrednictwem, których dokonywany jest przepływ informacji i możliwość dokonania rezerwacji i zakupu usług turystycznych.

Ogniwiem początkowym są wytwórcy usług, natomiast końcowym – klienci. Jeżeli pomiędzy klientem a usługodawcą nie występują pośrednicy, to kanał określa się, jako – **kanał bezpośredni**. Jeżeli występują pośrednicy określa się, jako **pośredni**.

Rodzaje strumieni przepływających przez ogniwa

Poprzez kanały dystrybucji przepływają:

- Informacje o sytuacji na rynkach oraz uczestnikach rynku, czyli o konkurentach i klientach.
- Działania promocyjne (w celu poinformowania klientów o produktach i nakłonienia ich do zakupu).

- Zamówienia (rezerwacje).
- Prawa własności.
- Pieniądze.

Podmioty pośredniczące w sprzedaży usług turystycznych

Na rynku turystycznym ogniwami kanałów dystrybucji są:

- **Organizatorzy podróży (tour-operatorzy)** są to przedsiębiorstwa kupujące usługi turystyczne, które następnie składają w pakiet (np. nocleg, wyżywienie, transport, przewodnik, rozrywki, zwiedzanie, itp.)
- **Biura podróży – agencje** w których turysta może zakupić produkt turystyczny tzn. prawo do korzystania z danego produktu. Pozostałe zadania Biura podróży to:
 - dla klienta:
 - sprzedawanie produktów turystycznych, dokumentów podróży i biletów
 - udostępnianie klientom informacji o produktach turystycznych (reklamy, ulotki, katalogi, broszury),
 - doradztwo i pomoc przy zakupie produktów turystycznych
 - dla usługodawcy:
 - uzupełnienie działalności promocyjnej dla usługodawcy
 - pomoc w załatwianiu skarg klientów.
- **Agenci – przedstawiciele handlowi producentów usług turystycznych.** Są to firmy, sprzedające i promujące usługi dostawców, których reprezentują. Często również pośredniczą w sprzedaży usług innych zleceniodawców niekonkurujących ze sobą.
- **Organizacje turystyczne** – zajmują się sprzedażą terytorialnego produktu turystycznego na danym obszarze. W ujęciu geograficznym może to być teren kraju, regionu czy miejsca. Organizacje turystyczne kształtują i zarządzają atrakcjami turystycznymi oraz promują obsługiwany obszar na innych rynkach.
 - Przykładem może być Polska Organizacja Turystyczna (POT) promująca Polskę za granicą oraz PTTK (Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze) mające sieć placówek sprzedażowych na terenie kraju.
- **Centra informacji turystycznej.** Cechą charakterystyczną CIT jest ich lokalny zasięg i fakt, że nie są włączone do dużych systemów dystrybucji. CIT-y są dystrybutorami o ograniczonym zasięgu. Świadczą następujące usługi:
 - Prowadzą promocje sprzedaży za pomocą katalogów, ulotek i ofert.
 - Doradzają klientom w zakresie wyboru produktów.
 - Pośredniczą w zakupie usług.

- Zapewniają przestrzeń do ekspozycji materiałów promocyjnych.
- Są źródłem informacji rynkowej dla usługodawców.

System rezerwacji i sprzedaży kwater przez internet

Zwiększająca się w szybkim tempie liczba komputerów w domach klientów i nabywanie przez nich umiejętności posługiwania się Internetem, tworzy możliwość i potrzebę budowania systemów rezerwacji i sprzedaży kwater przez internet.

Dzięki temu kanałowi dystrybucji i przepływu informacji, usługodawca może dostarczyć ofertę klientowi szybko i wprost do domu (tak jak firmy produkcyjne dostarczają do domów klientów różne dobra przemysłowe np. pralki, lodówki itp.)

Klient, siedząc w kapciach przed monitorem komputera, czy w biurze popijając kawę, może obejrzyć ofertę, zapoznać się z atrakcjami i walorami danej okolicy czy regionu, i dokonać rezerwacji i zakupu kwatery.

9. Kształtowanie polityki promocyjnej

Cele działalności promocyjnej?

Promocja usług stanowi ważny aspekt działalności rynkowej o czym świadczy tak duże zaangażowanie wielu instytucji i organizacji rynku turystycznego.

Promocja jest elementem wieńczącym wysiłki planowania i wdrażania działalności turystycznej.

W momencie, gdy przedsiębiorca ustali, jakie usługi będzie oferował, jaką zastosuje politykę cen i poprzez jakie kanały dystrybucji będzie sprzedawał swoją ofertę, powinien zadać sobie pytanie:

- Co chcę zaprezentować swoim klientom? – wyznaczyć cel promocji
- W jaki sposób to zrobić? – dobrać instrumenty promocji

Wszystkie działania promocyjne powinny zmierzać do ukształtowania wizerunku usług przedsiębiorstwa zgodnego z oczekiwaniami klientów.

Przykładowe cele promocji

- uświadomienie istnienia nowego produktu
- pozyskanie nowych odbiorców
- utrzymanie dotychczasowego poziomu sprzedaży
- zwiększenie wysokości sprzedaży
- uzyskanie przewagi konkurencyjnej
- wyjaśnienie posunięć przedsiębiorstwa
- utrzymanie lojalności nabywców

Instrumenty promocji

Reklama	Propaganda	Sprzedaż osobista	Promocja uzupełniająca
<ul style="list-style-type: none"> - Prasa - Radio - Telewizja - Przesyłki pocztowe - Plakaty - Katalogi - Foldery - Reklamowe - Wydawnictwa - Filmy reklamowe (CD) - Firmowe upominki - Gadżety - Wizytówki, papier firmowy, szyldy - Promocja przez internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Konferencje prasowe - Relacje prasowe - Wywiady w środkach masowego przekazu - Propagandowe wydawnictwa - Wycieczki - Pokazy filmowe - Seminaria - Sponsorowanie imprez - Udział w targach i giełdach 	<ul style="list-style-type: none"> - Sprzedaż w siedzibie firmy - Sprzedaż przez przedstawicieli firmy odwiedzających nabywców - Sprzedaż za pośrednictwem telefonów 	<ul style="list-style-type: none"> - Konkursy - Upominki - Opusty cen - Bezpłatne ubezpieczenie podróżnych - Premiowanie stałych klientów - Dodatkowe programy świąteczne - Atrakcyjne lokale usługowe

Propaganda gospodarcza spełnia rolę podobną jak reklama, ale bezpośrednimi adresatami propagandy są nie tyle potencjalni nabywcy produktu turystycznego, ile osoby będące liderami opinii społecznej, m.in. dziennikarze, wydawcy, autorzy turystycznych reportaży oraz pracownicy radia i telewizji.

W turystyce wyróżnia się dwa obszary propagandy gospodarczej:

- propagowanie obszaru w cel promowania walorów miejscowości, regionów i krajów
- oraz propagowanie przedsiębiorstwa i jego produktów.

Sprzedaż osobista stanowi kluczową rolę w promocji sprzedaży usług turystycznych. Zapotrzebowanie klienta na informacje częściowo zaspokojone przez reklamę i propagandę a także relacje osób postronnych, musi znaleźć swój finał w bezpośrednim kontakcie ze sprzedawcą usługi. Jeżeli na tym etapie występują problemy, to nasze wszystkie działania i wysiłki finansowe nie będą miały znaczenia i nie przyniosą efektów ekonomicznych.

Znaczenie sprzedaży bezpośredniej jest tym większe, im bogatsza jest oferta sprzedawcy. Sprzedawca w kontakcie z potencjalnym klientem musi zdefiniować jego oczekiwania i dobrać najkorzystniejszą dla niego ofertę oraz warunki jej zakupu.

Do narzędzi sprzedaży osobistej zalicza się też często środowisko fizyczne np. lokal, w którym potencjalny klient nawiązuje kontakt z firmą lub uzyskuje

informacje o przedsiębiorstwie. Stąd konieczny jest właściwy dobór ewentualnych pośredników sprzedaży.

Pamiętajmy! Jedna forma promocji nie wystarczy. Wykorzystywanie różnych narzędzi i różnych kanałów przepływu informacji i usług zwiększa szansę na to, że klient dostrzeże Twoją ofertę wśród konkurencji.

Zasady przygotowania promocji

Podjęcie przez klienta decyzji o zakupie jest związane z odczuwanym przez niego ryzykiem (obawą turysty czy produkt, który kupi będzie zgodny z jego oczekiwaniami i czy wyłożone na wyjazd pieniądze nie okażą się stratą).

Postawmy się w roli turysty: przez kilka miesięcy oszczędzamy pieniądze, długo wybieramy nasz cel podróży, kalkulujemy, ile możemy wydać, kilka tygodni wcześniej rozpoczynamy przygotowania, jedziemy cały dzień do wybranego miejsca... Dobrze byłoby gdyby to, co prezentował usługodawca w informacji o sobie było zgodne rzeczywistością i wywoływało podobne odczucia.

Jednym z zadań promocji jest minimalizowanie odczuwania przez klientów ryzyka.

Przedsiębiorcy turystyczni przygotowując działania promocyjne powinni określić:

- Jakie są cele promocji?
- Kto jest adresatem promocji?
- Jaka powinna być treść informacji najbardziej odpowiadająca rynkom docelowym?
- W jakim czasie powinna być przekazywana informacja? Np. pora roku (w jakiej porze roku moi klienci zaczynają interesować się moimi produktami), czas nasilania przekazów informacyjnych.
- Poprzez jakie kanały informacyjne moja informacja dotrze w najefektywniejszy sposób do klienta.

Formułowanie przekazu promocyjnego

Przekaz promocyjny powinien:

1. ZWRÓCIĆ UWAGĘ KLIENTÓW (Należy stosować skojarzenia przyciągające uwagę klientów, do których reklama jest skierowana.)
2. PODTRZYMAĆ ZAINTERESOWANIE KLIENTÓW, podkreślając korzyści płynące z oferty.

3. WYWOŁAĆ PRAGNIENIA I SKOJARZENIA (rozwijać korzyści, z którymi mógłby utożsamiać się klient).
4. WYKAZAĆ ZALETY (niekoniecznie tylko niska cena, ale również pokazanie np. wysokiej jakości obsługi, która będzie elementem najlepiej oddziaływującym na klienta).
5. UŁATWIĆ ZAKUP (wskazać dokładne informacji gdzie i jak można dokonać zakupu).
6. DAĆ SYGNAŁ DO AKCJI (zastosować formułę skorzystania z oferty np. „Okazja!”, „Nie trać czasu”...)

Często indywidualni kwaterodawcy nie są w stanie prowadzić skutecznej działalności promocyjnej. Głównie ze względu na ograniczone środki finansowe oraz specjalistyczne kwalifikacje. Sytuację komplikuje fakt, że oprócz informacji o gospodarstwie czy przedsiębiorstwie klient oczekuje informacji o walorach miejsca, na którym działa usługodawca.

W celu przygotowania i zorganizowania dobrej promocji potrzebne są badania klientów (identyfikacja wartości, jakich poszukują), konkurencji (w celu identyfikacji obszarów, w których możemy być lepsi od innych), działania związane z dystrybucją materiałów promocyjnych.

Aby spełnić te wymagania konieczna jest koncentracja środków finansowych i działań organizacyjnych. Przedsiębiorstwa mogą spełnić te wymagania poprzez nawiązywanie wzajemnej współpracy oraz współpracę z organizacjami, samorządami i in.

Przykład struktury organizowania promocji dla agroturystyki i turystyki wiejskiej:

Poziomy	Cele	Struktury realizujące i wspierające
I poziom gospodarstwa indywidualnego i poziom lokalny	Prezentacja poszczególnych gospodarstw i atrakcji lokalnych	Kwaterodawcy Samorządy lokalne Stowarzyszenia Agroturystyczne
II poziom regionalny	Prezentacja walorów i atrakcji turystycznych regionu	Stowarzyszenia Agroturystyczne i ich Związki Samorządy powiatowe i regionalne Regionalna Administracja Państwowa
III poziom ogólnokrajowy	Promocja polskiej turystyki wiejskiej w kraju i zagranicą	Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „GG” Polska Organizacja Turystyki Wiejskiej Ministerstwo Gospodarki Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Realizacja tych celów spoczywa na zaangażowaniu kwaterodawców, ponieważ to oni są członkami lokalnych organizacji, tworzących struktury regionalne i ogólnokrajowe dla turystyki wiejskiej.

Działania promocyjne i sprzedażowe są dosyć kosztowne na każdym ze wskazanych poziomów. Istnieje więc konieczność poszukiwania tanich i efektywnych form docierania do klienta z ofertą turystyki wiejskiej. Taką możliwością stwarzają aktualnie nowoczesne środki medialne, które w sposób niemal rewolucyjny zdobywają rynek konsumenta w wielu branżach. Głównie z nich, telewizja czy radio są niezwykle skuteczne, lecz ich koszty często przekraczają możliwości finansowe nawet organizacji ogólnokrajowych. Ale już reklama internetowa nie jest taka droga.

10. Jakość obsługi czyli troska o klienta

Dlaczego jakość obsługi jest tak ważna?

W dużej ilości przypadków firmy tracą klientów z powodu okazywanej im obojętności lub z powodu niezadowolającego poziomu obsługi.

W celu utrzymania lojalności klienta nie wystarczy już tylko oferowanie wysokiego standardu noclegu czy wyżywienia. Jeśli klient nie będzie czuł właściwej atmosfery i profesjonalnej obsługi więcej możemy go nie zobaczyć.

Pamiętajmy, że pozyskanie nowego klienta kosztuje kilkakrotnie więcej niż utrzymanie klienta dotychczasowego.

Korzyści z zadowolonego turysty

Zadowolony turysta:

- Polecą naszą usługę innym turystom.
- Może pozostać dłużej w naszym obiekcie, miejscowości czy regionie.
- Zadowolony będzie bardziej skłonny do wydania większej ilości pieniędzy.
- Może przyjechać do nas po raz drugi lub pozostać naszym lojalnym, stałym gościem.

Tylko dzięki zadowolonym klientom nasze przedsiębiorstwo turystyczne ma szansę na przyszłość i może odnieść sukces na rynku.

Co trzeba umieć i wiedzieć obsługując klienta?

- Uprzejmie witać turystę zaraz po wejściu do naszego obiektu oraz zaopiekować się nim i jego rodziną.
- W każdej chwili kontaktu z klientem stosować uśmiech.
- Należy dbać o ubiór i prezencję.

- Utrzymywać porządek w obiekcie.
- W spokoju rozwiązywać wszystkie problemy turysty.
- Utrzymywać właściwe stosunki interpersonalne z pracownikami czy domownikami.
- Zachowywać się spokojnie i przyjaźnie.

Ważnymi elementami w komunikacji z klientem jest również:

- umiejętność słuchania turysty,
- umiejętność nawiązywania rozmowy.

ale także

Znajomość miejscowych walorów i atrakcji turystycznych, infrastruktury turystycznej produktów turystycznych lub związanych z turystyką. Usługodawca powinien znać np.:

- Ciekawe miejsca w swojej okolicy czy regionie.
- Interesujące fakty i wydarzenia o terenie: z zakresu historii, legend czy kultury.
- Kalendarz imprez lokalnych.
- Infrastrukturę turystyczną: np. szlaki, wypożyczalnie, „it”, parkingi ale również sklepy, restauracje, punkty usługowe, dyskoteki itp.

Usługodawcy powinni umieć przewidywać, rozpoznawać i wychodzić naprzeciw indywidualnym potrzebom konkretnym grup klientów.

W tym celu należy opracować:

- listę kontrolną składającą się z elementów i ich kolejności w procedurze postępowania osób obsługujących klientów, np.:

Lista kontrolna dla osób odbierających telefony

Szybko reaguj na telefon.
 Powiedz dzień dobry i podaj nazwę obiektu.
 Zapytaj „w czym mogę Panu/Pani pomóc”?
 Mów powoli i wyraźnie.
 Sprawiaj wrażenie, że jesteś w dobrym nastroju.

lub

- kartę obsługi klienta, w której będą sprecyzowane zasady postępowania po to by osoba obsługująca kontrolowała swoje postępowanie.

Karta obsługi klienta

Witaj gościa mówiąc „dzień dobry” (jeśli jesteś zajęta/ty powiedz: zaraz do Pana/Pani podejść).

Podjmij rozmowę by klient czuł się zauważony.

Dokładnie słuchaj pytań, które klient zadaje by dokładnie zrozumieć, czego potrzebuje.

Dbaj by wyszedł zadowolony.

Drogi czytelniku!

Szczęśliwie „przebrnąłeś” przez lekturę niniejszego poradnika.

Mamy nadzieję, że znasz odpowiedź na pytanie: „Czy agroturystyka jest tym, czego oczekujesz?” Jeśli tak dopełnij formalności określonych prawem.

Czeka Cię pasjonujące zajęcie – organizacja gospodarstwa agroturystycznego.

Niech ten przewodnik prowadzi Cię do sukcesu!

Literatura

1. *Agroturyzm z Polsce, jego misja, rola i cele* – Biuletyn nr 1; Polska Izba Agroturystyki; Warszawa 2007.
2. J. Majewski, *Agroturystyka to też biznes*, Fundacja Wspomagania Wsi; Warszawa 2004
3. J. Majewski, B. Lane, *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*, Fundacja Fundusz Współpracy, Poznań 2001.
4. L. Powichrowski (red.), *Gospodarstwo agroturystyczne. Poradnik*, MPiPS
5. D. Zaręba, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, PWN, Warszawa 2000.
6. M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*, PWN, Warszawa 2006
7. *Każde miejsce opowiada swoją historię, czyli rzecz o dziedzictwie wiejskim*, Fundacja Fundusz Współpracy, Program AGROLINIA 2000; Poznań 2001
8. W. Krzewiński, *Marketing usług turystycznych*, materiał szkoleniowy w ramach szkolenia pn. „Działania na rzecz pozyskiwania alternatywnych lub dodatkowych źródeł dochodu w zakresie rozwoju agroturystyki i turystyki” zrealizowanego na podstawie decyzji Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Nr RW-076-do-dot-64/2003 z 12.05.2003 r.
9. I. Wilk, *Produkt agroturystyczny jako narzędzie konkurencji w zmieniającym się otoczeniu*, Katedra Ekonomii i Marketingu Politechnika Łódzka
10. *Od A do Z prowadzenia działalności agroturystycznej*, www.agroturystyka.pl
11. L. Strzembicki, *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki i usług towarzyszących na obszarach wiejskich*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie
12. D. Borecka, E. Wiśniewski, *Wprowadzenie do agroturystyki*, materiały dla uczestników projektu „Zielona agroturystyka”.

11.1. Wykaz niektórych Ukazów Prezydenta Ukrainy i decyzji Gabinetu Ministrów Ukrainy, poszczególne prawa, w których omawiane są kwestie rozwoju ekologicznej turystyki wiejskiej

1. Ukaz nr 937, 10.08.1999 r. „O podstawowych kierunkach rozwoju turystyki na Ukrainie do 2010 r.”
Rozdział 3: Strategia rozwoju w branży turystyki. Podstawę polityki państwa w sferze turystyki powinny stanowić takie czynniki:
 - przyłączenie sektora prywatnego, zwłaszcza w miejscowościach wiejskich, do przedsiębiorczości turystyczno-rekreacyjnej i otaczającej (towarzyszącej) w sferze turystyki (turystyki wiejskiej)
2. Ukaz nr 1356, 20.12.2000 r. „O podstawowych zasadach rozwoju sfery społecznej wsi”
Rozdział 2 Cel, zadanie i środki zapewnienia rozwoju społecznego wsi.
Celem polityki społecznej na wsi jest zapewnienie właściwego poziomu życia ludności wiejskiej, co będzie podstawą dla poprawy sytuacji demograficznej i rozwoju wsi. Żeby osiągnąć ten cel, trzeba realizować takie podstawowe zadania:
 - przyłączenie sektora prywatnego zwłaszcza w miejscowościach wiejskich, do przedsiębiorczości turystyczno-rekreacyjnej i otaczającej (towarzyszącej) w sferze turystyki (turystyki wiejskiej)
3. Rozporządzenie Gabinetu Ministrów Ukrainy nr 306-r, 2.08.2000 „O zatwierdzeniu działań dotyczących zrealizowania polityki efektywnego wspierania ludności samozatrudnionej, przedsiębiorczości rodzinnej, małego rodzinnego biznesu, udoskonalenia systemu udzielania pomocy bezrobotnym i ich aktywizacji zawodowo-psychologicznej, zwiększenia zasięgu robót publicznych”
p. 8 Zapewnienie normatywno-prawnych regulacji procesu rozpoczęcia i rozwoju turystyki wiejskiej (ekologicznej) na Ukrainie w celu zorganizowania zatrudnienia ludności wiejskiej.
4. Rozporządzenie Gabinetu Ministrów Ukrainy nr 408-r, 12.09.2001 r. „O działaniach dotyczących polepszenia sytuacji w sferze zatrudnienia ludności na lata 2001–2002”

- p. 12 Zapewnienie normatywno-prawnych regulacji procesu rozpoczęcia i rozwoju turystyki wiejskiej (ekologicznej) na Ukrainie w celu zorganizowania zatrudnienia ludności wiejskiej.
5. Decyzja Gabinetu Ministrów Ukrainy z 15.03.2006 r. Nr 297, „O zatwierdzeniu porządku świadczenia usług z tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania)”.
 6. Rozporządzenie Gabinetu Ministrów Ukrainy nr 373-r z 3.07.2006 r. „O zatwierdzeniu planu działań co do państwowego wsparcia rozwoju turystyki wiejskiej na lata 2006–2010”.
 7. Postanowienie Gabinetu Ministrów Ukrainy z 19.09.2007 r. „Państwowy celowy program rozwoju wsi ukraińskiej na okres do 2015 r.”
Rozdział III, p.15 Sprzyjanie dywersyfikacji działalności gospodarczej w miejscowościach typu wiejskiego, rozwojowi turystyki wiejskiej, odrodzeniu pomocniczego rzemiosł i przemysłu.
 8. Nakaz Państwowego Standardu konsumenckiego nr 207 z 03.09.2007 r. „o Zatwierdzeniu Zasad obowiązkowej certyfikacji usług tymczasowego zakwaterowania (zamieszkania) i zasad obowiązkowej certyfikacji usług wyżywienia”.
 9. Rozporządzenie Gabinetu Ministrów Ukrainy nr185-r z 18 lutego 2009 r. „Plan orientacyjny prac ustawodawczych na 2009 r.”
p. 4 O przekazaniu projektu ustawy Ukrainy „O turystyce wiejskiej”.
 10. Rozporządzenie Gabinetu Ministrów Ukrainy z 10 czerwca 2009 roku „O uchwaleniu Koncepcji organizacji zakwaterowania gości i uczestników finału Mistrzostw Europy 2012 w Piłce Nożnej”.
„Żeby zapewnić zorganizowanie zakwaterowania kibiców w miastach gospodarzach, a także we wsiach, położonych na szlakach przemieszczania uczestników, trzeba przygotować od 30 do 40 tysięcy miejsc we wszystkich kategoriach hoteli i alternatywnych miejscach zakwaterowania (akademikach studenckich, apartamentach, obiektach turystyki wiejskich itd.).
W sumie na Ukrainie od 1999 roku przyjęto i działa prawie pięćdziesiąt aktów normatywno-prawnych, których normy są ukierunkowane na regulację świadczenia usług w sferze turystyki wiejskiej. Podstawową grupę stanowią akty normatywno-prawne, w których mówi się o konieczności przyłączenia ludności wiejskiej do przedsiębiorczości i prowadzenia osobistego gospodarstwa wiejskiego w sferze turystyki wiejskiej, kształtowania państwowego wsparcia.

11.2. Opracowania warsztatowe

WARSZTAT 1

„Jakość i profesjonalizm w prowadzeniu działalności agroturystycznej determinantem sukcesu”

Prowadzący: Leszek Trębacz – ekspert polski

W warsztacie udział wzięli:

- Gospodarze prowadzący w niewielkim stopniu agroturystykę
- Przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie turystyki wiejskiej.

Podczas pierwszego dnia zajęć na pytanie: „Czy agroturystyka jest odpowiednim biznesem dla Ciebie?” większość uczestników stwierdziła, żeby agroturystykę nie nazywać biznesem.

Wiązało się to przede wszystkim z brakiem lub nieznaną przepisów organizacyjno – prawnych dotyczących agroturystyki i turystyki wiejskiej na Ukrainie.

Z przeprowadzonej ankiety o predyspozycje osobiste do prowadzenia działalności agroturystycznej wynikało, że wszyscy uczestnicy nadają się do prowadzenia tego typu działalności.

W punkcie „Przygotowanie gospodarstwa agroturystycznego do przyjęcia gości” ożywioną dyskusję wywołały tematy bezpieczeństwa gości. Chodziło głównie o możliwości ubezpieczenia swojej działalności od odpowiedzialności cywilnej, wyeliminowaniu potencjalnych zagrożeń.

W punkcie „Zasady urządzania bazy noclegowej” wywiązała się gorąca dyskusja odnośnie mieszkań wczasowych i domków letniskowych (aneksy kuchenne lub samodzielne wyposażenie kuchni na chwilę obecną nie są praktykowane na Ukrainie).

Podsumowując pierwszy dzień zajęć, największą aktywnością wykazali się przedstawiciele przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie turystyki wiejskiej.

Drugi dzień warsztatów zdominowały problemy związane z kosztami prowadzenia agroturystyki.

Podstawowym problemem rozwoju agroturystyki na Ukrainie okazał się brak środków finansowych, środków pomocowych, kredytów na rozpoczęcie działalności agroturystycznej dla przeciętnego rolnika jest to problem nr 1.

Uczestnicy warsztatów z niedowierzaniem słuchali o możliwościach rozwoju w Polsce, jakie daje nam wstąpienie do UE.

Temat „Kultura bogactwem turystyki wiejskiej” ze względu na bliskość kulturową Polski i Ukrainy był tematem bardzo przyjemnym, łatwym w referowaniu.

Wyjazd na występy Ludowego Zespołu Śpiewaczego i możliwość obejrzenia rękodzieła ludowego polegającego na wyplataniu z rogożyny koszyków, kapeluszy i innych, przez niektórych uczestników warsztatu był komentowany, jako niepotrzebny, zbędny, pokazujący zacofanie wsi ukraińskiej. Dopiero przywołanie wielu przykładów z Polski, że kultura ludowa jest wielkim kapitałem agroturystyki przekonało niektórych, że to nie zacofanie a wartość sama w sobie (!)

W trzecim dniu poza realizacją programu warsztatu odwiedził naszą grupę ekspert ze strony ukraińskiej, który opowiedział o prawnych aspektach prowadzenia działalności agroturystycznej na Ukrainie. Udzielił również odpowiedzi na bardzo wiele indywidualnych pytań uczestników.

Przykłady z praktyki agroturystycznej cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem.

Grupa wypracowała sposoby rozwiązywania problemów na drodze do rozwoju agroturystyki w Obwodzie Winnickim.

- Problem słabej jakości dróg i dojazdu gości, uczestnicy proponowali rozwiązać następującymi sposobami:
 - pisząc dobry projekt aby otrzymać dotację w wysokości 50 tys. hrywien
 - samemu zorganizować transport zastępczy (np. przy pomocy wozu konnego)
 - na drodze zorganizować ścieżkę opisującą rośliny, drzewa, minerały.
- Niedostępność kredytów uczestnicy proponują rozwiązać:
 - w oparciu o pomoc rodziny,
 - sprzedać część ziemi
- Niedoinformowanie społeczeństwa o możliwości wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych
 - prowadzić promocję w TV
 - zaprosić redaktorów w gościnę w celu napisania artykułów, reportaży w prasie
- Brak zainteresowania władz administracyjnych rozwojem agroturystyki
 - zaprosić przedstawicieli władz przez grupę gospodarzy na różnego rodzaju imprezy okolicznościowe w celu przedstawienia swojego stanowiska.
- Brak infrastruktury społecznej, handlowo – usługowej np. sklep
 - rozmowa z dzierżawcą
 - otworzenie własnego sklepu

Grupa uznała, że dużym jej osiągnięciem było wspólne poznanie się, wymiana doświadczeniami, adresami i deklaracja przyszłej współpracy.

WARSZTAT 2

„Uwarunkowania administracyjno-prawne prowadzenia działalności agroturystycznej”

Prowadzący: Ewa Borycka – ekspert polski

Zadanie I: Jakie cechy (walory, atrakcje) są charakterystyczne

a) tylko dla agroturystyki

b) dla turystyki wiejskiej (nie uwzględniamy agroturystyki)

Turystyka wiejska	Agroturystyka
– Walory przyrodnicze	– Dobre potrawy – tradycyjna kuchnia, ekologiczne produkty
– Las, rzeka	– Bezpieczne miejsce dla dzieci
– Cisza	– Wędkarstwo (stawy rybne w gospodarstwie)
– Spokój	– Bliskie obcowanie ze zwierzętami
– Uroczne widoki	– Poznanie tradycji wsi (obyczaje, zwyczaje, Święta)
– Zabytki	– Kontakt z gospodarstwem rolnym – pracami, życiem rodziny rolniczej
– Czyste środowisko	– Możliwość nauki rękodzieła – wyszywanie, garncarstwo – ceramika, zakup pamiątek
– Obcowanie z naturą	– Przetwory
– Horyzont	– Zdobywanie nowych umiejętności
– Grzyby – grzybobranie	– Obserwacje przyrody i pracy rolników
	– Aura i harmonia – odzyskiwanie sił witalnych

Zadanie II: Jakie walory turystyczne – atrakcje (kulturowe, historyczne, przyrodnicze, inne wg wiadomości uzyskanych na szkoleniu) są charakterystyczne dla mojego miejsca zamieszkania i jego okolic?

REJON ŻMERIŃSKI

1. Brajlowski Zakon Żeński – Klasztor zabytkowy
2. Muzeum P. I. Czajkowskiego
3. Park Narodowy S. Orłowskiego XVIIIw., Dionisij Makler
4. Piękne krajobrazy – las, rzeka – katamarany
5. Muzeum Zabasztanskiego, Karmaljuka

6. Źródło wody mineralnej
7. Agroturystyka: wypiek chleba, ciast, tradycyjna kuchnia ukraińska, wyszywanki, plecionka, wyroby z drewna, ceramika, florystyka, pi-sankarstwo, egzotyczne drzewa, pasieka – naturalny miód, nocleg na sianie, przejazd bryczkami.

REJON BARU

1. Forteca Barska z XVII w.
2. Kościół Sw. Anny
3. Cerkiew
4. Funkcjonujący Klasztor żeński
5. Cudowne krajobrazy podolskie
6. Możliwość urządzenia warsztatów rzemiosła
7. Rezerwat przyrody – wieś Gormasza
8. Muzeum ukraińskiej pisanki i ludowej koszuli (soročki)
9. Wystawa kolekcji monet (skarbów)
10. Dom M. Kociubińskiego.

Zadanie III: W oparciu o wiedzę uzyskaną na zajęciach oraz dotychczasowe doświadczenia proszę wskazać bariery (problemy) jakie widzę (znajduję) na drodze do przedsiębiorczości (w szczególności do zainicjowania agroturystyki)

Problemy	Sposoby ich rozwiązania
Słaba infrastruktura	Wybory – wybór właściwych przedstawicieli oraz zwiększenie świadomości społeczności lokalnych (zachęcenie do udziału świadomego w wyborach)
Brak wiary w powodzenie, niepewność,	Aktywne podejście, dobre wzorce, udział w szkoleniach,
Brak finansów	System kredytowania, granty
Brak dobrego prawa	Lobbowanie u deputowanych i osób, które mają wpływ na stanowienie prawa,
Brak wsparcia państwa	Przyjęcie konkretnych ustaw, stworzenie dobrego systemu dofinansowania
Brak informacji, wiedzy jak to zrobić, Nieznajomość ustaw	Stworzenie organizacji społecznych, stworzenie doradztwa dotowanego przez państwo, Internet, mass media, udział w seminariach
Korupcja	(Brak pomysłu na rozwiązanie) – nie popieram, nie biorę w tym udziału
Kryzys	Problem globalny

Zadanie IV: Proszę wyobrazić sobie, że jesteś turystą. Jakie cechy w obiekcie turystyki wiejskiej mają dla Ciebie największe znaczenie?

Wymienione zostały następujące cechy (kolejność wg liczby otrzymanych punktów w rankingu oceny dokonanej przez każdego uczestnika):

1. cena – jakość
2. czystość
3. przyroda, atrakcje przyrodnicze – atrakcyjne położenie
4. gościnność gospodarzy
5. urządzenie kwatery, wystrój (design)
6. komfort
7. warunki sanitarne
8. kuchnia – dobre wyżywienie, tradycyjna kuchnia
9. wzajemne kontakty
10. wycieczki, festyny
11. ekologia
12. komunikatywność gospodarza
13. udział w warsztatach rzemiosła itp.
14. obiad w altanie (na dworze)
15. informacja – dobra reklama
16. zniżki dla dzieci

Zadanie V: W oparciu o walory turystyczne w twoim otoczeniu stwórz produkt turystyczny uwzględniający walory środowiska wiejskiego

W wyniku pracy grupy powstały ramy produktu o roboczej nazwie „PODOLSKIE WIZERUNKI”.

Rdzeniem tego produktu jest historia Podola i związki historyczne mieszkańców z Polską a więc sięganie w samym pomysle po turystów nie tylko krajowych, ale również zagranicznych na bazie ich związków historycznych z tym regionem.

Centrum regionu stanowi Tulczyn, który jest miejscem wypadowym w różnych kierunkach Obwodu Winnickiego:

- W stronę Winnicy ze słynnym Muzeum Pirogowa a dalej do Kamieńca Podolskiego. Po drodze do Winnicy atrakcje: Piestiel, Puszkina, majątek Szczerbatowych, pałac Potockich – rezydencja króla (XVIII w.), jeden z największych pałaców, przejścia podziemne, Park „Dorosza”, uczelnia kultury, Stowarzyszenie Ukraina – Polska – Niemcy, kościoły i świątynie
- W stronę Umania

- W stronę Jampila z atrakcjami w postaci ukraińskiej wyszywanki, Klembiwka i Jazycznycka Świątynia
- W stronę Bratliwa i Baru.

Wokół Tulczyna są i powstaną nowe gospodarstwa agroturystyczne (obiekty zielonej turystyki) z możliwością uczestniczenia w warsztatach rzeźby, wypieku chleba, wyplatania (z rogożyny i wikliny), ceramiki, wyszywania. Ponadto istniejące i nowopowstałe gospodarstwa agroturystyczne zapewnią usługi w postaci: wyżywienia i noclegu oraz wyszywanie, połów ryb – wędkarstwo, wycieczki, warsztaty różnego rodzaju – nauka rzemiosła tradycyjnego, sauna – łaźnia, potrawy ukraińskiej kuchni, obserwacja i udział w zwyczajach i obrzędach ludowych. Wypoczynek w tym terenie to także możliwość kontaktu z naturą, obserwacja niezapomnianych pejzaży z rzekami i lasem w tle, sielski krajobraz, a dla potrzebujących wyciszenia i refleksji duchowej bogactwo świątyni religijnych.

Podsumowując pracę warsztatową grupy należy stwierdzić, że dobrze dobrano uczestników szkolenia. Są to osoby kreatywne, widzące mankamenty występujące po drodze do osiągnięcia zamierzonego celu, ale jednocześnie proponujące rozwiązania, patrzący z nadzieją w przyszłość.

WARSZTAT 3

„Znaczenie agroturystyki w rozwoju ekonomicznym gminy, powiatu, regionu”

Prowadzący: Paweł Walczyszyn – ekspert polski

Wnioski i podsumowanie eksperta
(kolejność przypadkowa – wszystkie punkty należy wdrożyć łącznie)

1. Każdy Region ma szansę na rozwój turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki – Obwód Winnicki posiada potencjał i atrakcje... reszta zależy od ludzi.
2. Bliskość Kijowa – ogromna przewaga obwodu, szybkość dojazdu turystów z Kijowa.
3. Turystyka nie zna granic administracyjnych – przy prowadzeniu działań na rzecz rozwoju turystyki należy pamiętać o tym, co turysta może

- zobaczyć w okolicy, a nie o tym gdzie jest granica administracyjna gminy, rejonu czy obwodu.
4. Potrzebne regiony turystyczne obwodu – obszar obwodu i jego zróżnicowanie wymusza wyznaczenie 3–5 priorytetowych i unikatowych obszarów rozwoju turystyki wiejskiej.
 5. Marka lokalna – stworzenie własnej unikatowej marki turystycznych produktów Obwodu.
 6. Turystyka wiejska wymaga bardzo małych nakładów finansowych na start – wielokrotnie turystów przyjmuje się w miejscach, w których na co dzień mieszkają gospodarze lub w domach w których są wolne pokoje.
 7. Przede wszystkim współpraca – Partnerstwo: administracja – organizacje pozarządowe – firmy; bez współdziałania osiągnięcie efektów będzie bardzo trudne.
 8. Korzyści dla regionu i mieszkańców – potrzebna jest duża akcja informacyjna, uświadamiająca konkretne korzyści dla mieszkańców i administracji.
 9. Produkty turystyczne – komercjalizacja atrakcji: są atrakcje, ale się na nich nie zarabia... uzyskiwanie korzyści przez producentów/właścicieli atrakcji będzie bardzo dobrą motywacją do ich rozwoju i zachęta dla innych.
 10. Promocja – są trzy warunki, od których zależy rozwój turystyki: 1. Promocja, 2. Promocja, 3. Promocja. Obwód musi zrobić ogromny krok wyprzedzający innych – tym krokiem jest promocja w internecie unikatowych produktów obwodu.
 11. Grupa docelowa klientów – Rodziny z dziećmi oraz wycieczki szkolne z największych miast Ukrainy: ludzie którzy zarabiają średnio dużo więcej niż w Obwodzie Winnickim i którzy na co dzień korzystają z internetu.
 12. Hak na turystę – każdy z wyznaczonych regionów turystycznych musi znaleźć swojego haka na turystę – wykreować unikatowy produkt, dzięki któremu będzie się wyróżniał spośród pozostałych.
 13. Edukacja – administracją, organizacją pozarządową, firmą i mieszkańcom obwodu potrzebna jest bardzo duża dawka wiedzy praktycznej na temat rozwoju turystyki wiejskiej.
 14. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich – cele: Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego; Poprawa stanu środowiska i terenów wiejskich; Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich oraz wspieranie dywersyfikacji gospodarki wiejskiej; Rozwój Zasobów Ludzki.
 15. Miejsca pracy – zwiększenie ilości pieniądza wewnętrznego: 1 miejsce pracy w turystyce = od 3 do 5 miejsc pracy w branżach około turystycznych.

Atrakcje w oparciu o które można budować rozwój turystyki – uniikatowe nawet w skali Ukrainy
(wskazane przez uczestników warsztatów, kolejność przypadkowa)

1. Muzeum im. Pirogowa
2. Pałac Potockich (m. Tulczyn)
3. Klasztor skalny (wieś Ljadowa): Busza, Galicja, Ljadowa, Galajkivci
4. Buzkie progi (Sokilec, Vorobijvka, Nemiriv)
5. Szlak literacko – kulturowy (Brajliv), autentyczna Winniczyzna
6. Kielbasa Gorodkivska
7. Iliniecka Actroblema (Krater Iliniecki)
8. Ruiny Bunkra Hitlera

Atrakcje turystyczne obwodu – wskazane przez uczestników warsztatów

1. Winnica – ruiny bunkru Hitlera – Stryżawka, park im. Gorkiego, sadyba M. Pirogowa, krypta Pirogowych, kościół/klasztor/mury, źmerynka – dworzec kolejowy, Dębowy Gaj
2. Kalynivka – kaskada malowniczych źródeł, Zamek Koloniewskiego, Klasztor Bernardynów, Lemeszivskij klasztor męski, muzeum S. Rudańskiego
3. Kozjatyń – Starówka, historyczne kopie, Muzeum Historyczne Rozwoju, dworzec
4. Voronovicya – Muzeum Kosmosu (kosmonautyki)
5. Nemiriv – Park Grafini Szczerbatovej, park rekreacyjny, sanatorium, Valy Skivskie „Sokielec”/progi, cerkiew, pałac
6. Tulczyn – Pałac Potockiego, Muzeum – szkoła, Pałac Potockich – spuścizna historyczna (dekabryści)
7. Rejon Tomaszpilski – Park Oleksandrivski
8. Stina – Park krajobrazowy
9. Rejon Jampilskij (w. Busza) – zabytek architektury przyrodniczej, Hajdamacki wąwóz
10. Murowani Kurylivci – Źródło Regina, Dom i park Grafa Pyh (!), Galajkowiecki klasztor (uzdrowiające źródło), klasztor skalny, r. Dnister
11. Mogiler Podolski – Ljadovskij klasztor, Galickij klasztor
12. Szargorod – Centrum trzech kultur

13. Brajliv – Muzeum Czajkowskiego, klasztor żeński
14. Bar – forteca turecka, centrum trzech kultur religijnych, kościół katolicki

Działania lokalne – niezbędne dla efektywnego rozwoju turystyki
(wskazane przez uczestników warsztatów, kolejność przypadkowa)

1. Działania informacyjne wśród społeczeństwa dotyczące perspektyw rozwoju turystyki wiejskiej
2. Stworzenie organizacji społecznych na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej
3. Współpraca pomiędzy mieszkańcami i administracją w określonym kierunku turystycznym; wyznaczenie potencjału miejscowości, w których funkcjonują gospodarstwa agroturystyczne
4. Zebranie i uporządkowanie informacji na temat turystyki wiejskiej i osób chcących rozpocząć działalność agroturystyczną
5. Inwentaryzacja zasobów turystycznych poszczególnych gmin – tradycje społeczności lokalnych, produkty lokalne, atrakcje turystyczne, baza lokalowa i gastronomiczna
6. Sprzyjanie rozwojowi producentów produktów lokalnych
7. Korzystanie z doświadczeń innych – praktyczna edukacja
8. Szkolenie chcących zainicjować biznes turystyczny
9. Współpraca między społecznościami lokalnymi i gminami na rzecz rozwoju turystyki
10. Reklama – przygotowanie broszur, info w mediach, info na stronach internetowych
11. Opracowanie, przyjęcie i wdrożenie na poziomie lokalnym programów rozwoju turystyki wiejskiej

DZIAŁANIA NA POZIOMIE OBWODU –
10 KROKÓW ROZWOJU TURYSTYKI – niezbędne dla efektywnego rozwoju turystyki
(wskazane przez uczestników warsztatów, kolejność przypadkowa)

1. Stworzenie grupy roboczej ds. rozwoju turystyki wiejskiej, składającej się z przedstawicieli administracji obwodu, administracji lokalnej, organizacji pozarządowych i firmy turystycznych i około turystycznych.

2. Wypracowanie, przyjęcie i wdrożenie obwodowego programu rozwoju turystyki wiejskiej.
3. Wsparcie przyjęcia przez parlament ustawy regulującej sprawę turystyki wiejskiej i agroturystyki.
4. Inwentaryzacja i wybór unikatowych produktów turystycznych obwodu
5. Wsparcie i prowadzenie działań w obszarze informacji turystycznej, reklamy i doradztwa.
6. Wymiana doświadczeń – wyjazdy studyjne do regionów turystycznych.
7. Inicjowanie inwestycji – wsparcie 2–4 dużych inwestycji państwowych w obszarze turystyki: produktów turystycznych – inwestycji przyciągających duże grupy turystów
8. Współpraca: społeczność – biznes – administracja.
9. Znak/marka lokalna – wykreowanie dla obwodu i regionów turystycznych.
10. Regiony turystyczne – wyznaczenie na podstawie posiadanych zasobów i charakterystyki obszaru kilku regionów turystycznych w ramach obwodu.

WARSZTAT 4

„Rola lokalnych grup działania i innych organizacji pozarządowych w kształtowaniu życia społeczności wiejskich i rozwoju turystyki na obszarach wiejskich”

Prowadzący: Dariusz Dąbek – ekspert polski

Wśród ponad 20 uczestników grupy przeważali przedstawiciele powiatowych struktur z obwodu winnickiego Międzynarodowej Organizacji Społecznej „Ukraina – Polska – Niemcy”.

Nie było w tej grupie niestety przedstawicieli stowarzyszeń, których głównym celem jest wspieranie rozwoju turystyki, czy agroturystyki. Byli za to obecni przedstawiciele organizacji charytatywnych, młodzieżowych oraz zajmujących się kozackim dziedzictwem kulturowym, kozackimi tradycjami. Już taki skład grupy pozwala na stwierdzenie, że turystyka w obwodzie winnickim nie jest przedmiotem współpracy partnerów społecznych.

Przeprowadzono analizę mocnych i słabych stron, oczekiwań co do współpracy potencjalnych partnerów na rzecz rozwoju turystyki w obwodzie winnickim, co obrazuje poniższa tabela:

LP	Potencjalni partnerzy	Mocne strony	Słabe strony	Oczekiwania
1.	Przedsiębiorcy	Pieniądze, zasoby, aktywni	Szukają zysku, ryzyko, koszt	Otrzymanie zysku, rozwój
2.	Społeczność lokalna	Masowość, wpływ, posiadają tereny, ziemia	Pasywni, instynkt stadny	Rozwój społeczny i terytorialny, zabezpieczenie socjalne
3.	Mass media	Odbiorcy/publika, wpływ na społeczeństwo, reklama	Kontrolowane, możliwość „podkupienia”, brak obiektywizmu, populizm	Przejrzystość, dochód, honorarium, nakład (zwiększyć) zachęta: reklama
4.	Administracja publiczna	Pieniądze, akty prawne, możliwość nacisku	Pasywni, nieelastyczni, korupcja	Praca na posadzie popularna, kariera i miejsca pracy
5.	NGO	Inicjatywni, kreatywni, przebojowi, strategiczni, otwarci na współpracę	Nie mają pieniędzy	Rozwój społeczeństwa, pieniądze na realizację pomysłów
6.	Kultura	Profesjonalizm, konieczność wydatków, autorytet	Zmiany (wpływ czasu), wydatki, poziom kultury	Rozwój, popularność, pieniądze, gwiazdy

Z wypowiedzi uczestników warsztatu wynika, że brak jest na Winniczyźnie kompleksowego i pakietowego podejścia do turystyki. Można mówić jedynie o atrakcjach czy potencjale turystycznym.

Z dyskusji z uczestnikami warsztatu wynika ponadto, że Winniczyzna posiada duży i niewykorzystany potencjał turystyczny. Nie jest to zasób porównywalny z Karpatami czy Krymem, ale jednak może stanowić solidną podstawę do rozwoju turystyki, w tym agroturystyki i turystyki wiejskiej.

Uczestniczy zajęć wskazali na następujące atrakcje turystyczne obwodu winnickiego:

1. Muzeum i Mauzoleum Pirogowa w Winnicy
2. Busza (Rejon Jampilski)
3. Peczora
4. Muzeum Haftu we wsi Klembiwka
5. Murafa (Rejon Szargorodzki)

6. Bar (historia, kultura, architektura)
7. Rezerwat krajobrazowy „Kniasznia”
8. Szlak „Ścieżkami Piotra Illicza Czajkowskiego” (Rejon Żmeryński)
9. Park Aleksandrowski (Rejon Tomaszpilski)
10. Teren krajobrazowy wsi Worobjiwka (Rejon Niemirowski)
11. Brajlowski Klasztor Żeński Św. Trójcy
12. Wieś hafciarek („wyszywarek”) (Rejon Jampilski).

Bardzo dużo uwagi poświęcono, aby pokazać istotne różnice między atrakcjami turystycznymi a produktem turystycznym, to przejście do profesjonalizmu, do komercjalizacji atrakcji i walorów turystycznych.

W czasie zajęć warsztatowych wypracowano koncepcje trzech produktów turystycznych:

- „Tajemnice Buszy Kozackiej”,
- „Wyszywam los własnymi rękami”,
- „Wioska Chleba – Darochlyb”.

Produkt „Tajemnice Buszy Kozackiej” może skupiać następujących partnerów:

- Związek na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie;
- Związek Obwodowy;
- Rada Gminy;
- Organizacja społeczna „Kozactwo Ukraińskie”,
- społeczność lokalna.

Byłby zlokalizowany we wsi Busza, w obwodzie winnickim, w rejon jampilskim, nad rzekami Dniestr Mała Buszanka (miejsce historyczne dla Podola, słynne z obrony Buszy).

Bazowałby na dziedzictwie narodowej kultury kozactwa: fortece, wieża, mury, skalny klasztor z V w., skalne napisy ludzi pierwotnych, kozackie kurhany, współczesne rzeźby kamienne, krypta Marysi, cmentarz kozacki.

Planuje się organizowanie festiwalu kultury kozackiej, specjalnych pokazów i interaktywnych warsztatów np. sztuki walki, wyrób specjalnych pamiątek.

Produkt „Wyszywam los własnymi rękami” skupiałby natomiast:

- lokalne organizacje społeczne,
- lokalną społeczność,
- radę gminy,
- muzeum wyszywarki przy Wiejskim Domu Kultury w Kelmbiwece,
- związek hafciarek wiejskich.

Bazowałby na atrakcji turystycznej jaką jest wieś Klembiwka w rejonie jampilskim. Warto pamiętać, że na początku XX wieku na międzynarodowej wystawie w Paryżu klembiwskie wyszywarki otrzymały złote medale za wyszywarki z dodatkiem złotych nitok.

Planuje się stworzenie: sklepu, w tym internetowego, kawiarni, festiwalu wyszywania, obchody tradycyjnych świąt oraz realizację teatralizowanych świąt z pieśniami i obrzędami, w których turyści będą mogli wziąć udział. Istotna ma być także organizacja warsztatów wyszywania dla amatorów, podczas których turyści będą mogli wyszyć, choć kilka rzędów własnymi rękami i wziąć gotowy wyrób do domu.

Kolejny produkt turystyczny dotyczy koncepcji utworzenia „Wioski Chleba – Darochlyb” w jednej z winnickich wsi słynących z tradycji wypiekania chleba. Pokazuje on, jak cała społeczność danej wsi może zarabiać na turystyce, na konkretnym produkcie. Każdy w specyficzny dla siebie sposób może podporządkować źródło dochodu tematowi wsi. W tym konkretnym przypadku część osób może zajmować się organizacją muzeum piekarnictwa (chleb), część produkować zboże na użytek wioski, część organizować warsztaty wypieku chleba, a inni po prostu prowadzić działalność noclegowo-gastronomiczną czy pamiątkarską.

W ramach warsztatów wyraźny akcent położono na tezę, wg której: **kultura, obyczaje i tradycje innych regionów są najczęstszym celem wyjazdów turystycznych.**

Turystyka kulturowa jest istotnym czynnikiem rozwoju nie tylko całej społeczności ludzkiej, ale również pojedynczego człowieka. Pomaga podtrzymać pamięć o przodkach, zachować tradycje i obyczaje danych miejsc, które sprawiają, że regiony stają się niepowtarzalne, a co za tym idzie turystycznie atrakcyjne. Istotną rolę w kulturze odgrywają regionalne, tradycyjne potrawy, które są uzależnione od danego regionu geograficznego, wyznawanej religii, tradycji i obyczajów panujących na danym terenie. Ważną dziedziną turystyki kulturowej jest turystyka kulinarna. Dobrze nakarmiony turysta do zadowolony turysta.

W czasie ćwiczeń zidentyfikowano następujące produkty, które można uznać za tradycyjne bądź regionalne w obwodzie winnickim:

1. Mamałyga – bevka (*kasza kukurydziana ze skwarkami, bryndzą*)
2. Ziemniaki po Ulaniwsku (*duże kawałki umytych ziemniaków smażymy na oleju, dodajemy czosnek*)
3. Wertuta – Mazuryky (*placki smażone na patelni. Ciasto: mąka, zsiadłe mleko, soda; Nadzienie: twaróg, sól, koper*)
4. Kuljastra (*Wygotowane w piecu mleko krowy, która dopiero się ociełiła (siara). Wygląda jak domowy ser. Smak – słodkawy*)
5. Kasza z dyni (*dynia ugotowana z mlekiem, mąką lub ryżem*)
6. Barszcz ugotowany na serwatce.

7. Hyszky (Dragli) – galaretka (gotowana *świńska noga bez kości rozłożona na talerze. Do bulionu dodajemy sól, pieprz, cebulę, liść laurowy, czosnek. Zalewamy mięso i zostawiamy do zastygnięcia w chłodnym miejscu*)
8. Knedliki (oddzielnie dusimy kapustę, haluszkę, mięso)
9. Zacierka. (do gotującego się mleka wsypujemy roztartą rękami mąkę z odrobiną wody)
10. Klouki (szczypańce)
11. Babka serowa (ser zmielony piecze się w piecu, dodaje się kaszę mannę itp.)
12. Maczanka grzybowa (bulion grzybowy, mąka smażona, zielenina, czosnek, pieprz, sól)
13. Korże z makiem (pszeniczna maca, którą połamaną zalewa się zmielonym z cukrem makiem z dodatkiem wody)
14. Ciastka (korży) z makiem (przaśne ciasto (maca) (kwaśne mleko, soda, oddzielnie parowany mielony mak, miód). Korże łamie się i wrzuca do masy makowej)
15. Syryj salat (pieczone bakłażany, pieprz, pomidory, cebula świeżo pokrojona, olej, sól, czosnek)
16. Susz wędzony (śliwki, gruszki) wędzone w dymie
17. Czornosliw (suszone śliwki faszerowane orzechami podawać polane śmietaną ubitą z cukrem)
18. Deruny – placki ziemniaczane (ziemniaki starte na tarce z dodatkiem cebuli, przypraw i jaj. Smażyć na oleju. Podawać ze śmietaną lub z mięsem, sosem)
19. Zasypana kapusta. (ugotowana kapusta z dodatkiem roztartego pszona, ryżu, śmietany, masła, soli, zsiadłego mleka. Podaje się ze skwarkami. Wg uznania można dodać ziemniaki a pszona nie ucierać/rozcierać)
20. Kołotucha (prażone mleko ze śmietaną)

11.3. Deklaracja współpracy partnerskiej na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej w Obwodzie Winnickim

Deklaracja współpracy partnerskiej na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej w Obwodzie Winnickim

My niżej podpisani⁴:

- szanując różnorodność podmiotów, które działają na rzecz rozwoju Obwodu Winnickiego,
- dbając o poszanowanie tradycji i bogactwa dziedzictwa kulturowego Podola,

pragniemy wspólnie podjąć wszelkie działania, które zmierzać będą do stworzenia atrakcyjnej, unikatowej oraz nowoczesnej oferty turystycznej, która sprosta europejskiej konkurencji,

Kierując się zasadami:

- wzajemnego zaufania oraz godzenia różnych interesów,
- lojalności względem wszystkich partnerów
- partnerskiej pomocy i wymiany informacji oraz doświadczeń

deklarujemy, że:

- powołamy do końca roku 2009 zespół roboczy ds. stworzenia strategii rozwoju turystyki wiejskiej w Obwodzie Winnickim, skupiający przedstawicieli wszystkich stron deklaracji,
- przeprowadzimy inwentaryzację istniejących zasobów, jak również analizę możliwych kierunków rozwoju agroturystycznego Obwodu Winnickiego oraz potencjalnych winnickich produktów turystyki wiejskiej,
- określimy w roku 2010 zasady wspólnej promocji turystycznej Winniczyzny.
































Jednocześnie, administracja rządowa i przedstawiciele Rady Obwodowej regionu winnickiego deklarują wolę stworzenia odpowiednich warunków do budowy partnerstwa na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej oraz stworzenia efektywnej strategii rozwoju turystycznego Obwodu Winnickiego.

Wyrażamy nadzieję, że przedstawione powyżej, wspólne działania, przyczynią się do osiągnięcia społeczno-ekonomicznego sukcesu regionu winnickiego.

⁴ Podpisy znajdują się w wersji ukraińskiej „Przewodnika” na stronach 176–183.

11.4. Katalog gospodarstw agroturystycznych na terenie Obwodu Winnickiego⁵

Legenda:

 pokoje jednoosobowe	 sad
 pokoje dwuosobowe	 ogród
 pokoje trzyosobowe	 pasieka
 studnia	 kwietnik
 kuchnia elektryczna	 winnica
 kuchnia gazowa	 ptactwo domowe
 toaleta w budynku	 kozy
 toaleta na zewnątrz	 krowy
 prysznic	 świnie
 wanna	 pralka
 woda stacjonarna w domu	 lodówka
 pompa wodna	 telewizor
 piec	 kuchenka mikrofalowa
 kominek	 radio
 bania	 telefon
 sauna	

⁵ Forma katalogu i informacje w nim zawarte wykorzystane zostały ze strony Winnickiego Oddziału Związku na Rzecz Rozwoju Turystyki Wiejskiej na Ukrainie: www.greentour.vn.ua

Gospodarstwo „Podolska rodzina” Bas Oksany Ivanivny

🏠 Rejon Barski, wieś Hajowe, ul. Lenina 26

📞 +38 067 684 84 14

✉️ podolyanka@ukr.net

🗣️ ukraiński, rosyjski, angielski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 2005

Cegła

Liczba pięter – parterowy.



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf w odległości – 0,2 km
- pomoc medyczna w odległości – 7 km
- jazda konna – 3 km
- możliwość wędkowania – 0,3 km
- możliwość kąpieli – 0,5 km
- możliwość pływania łódką – 0,3 km
- las i ścieżki spacerowe

Opis: Nasze gospodarstwo zawsze gościnne. Budynek mieszkalny jest nowy, ale pokoje urządzone są w starodawnym ukraińskim stylu. Kwiaty, sad, huśtawki, śpiew ptaków tworzą romantykę wypoczynku.

Pobliskie zielone wzgórza, stawy, źródła, las – można rozkoszować się pieszymi i rowerowymi wycieczkami, kąpać się w wiejskim stawie, wędkować. A przy zachodzie słońca delektować się herbatą ziołową i słuchać słowików. Możemy nauczyć Państwa przygotowywać tradycyjne ukraińskie potrawy, które zasmakują Państwu najbardziej.

Zapraszamy na nasze tradycyjne święta. Zaproponujemy wycieczki w promieniu 80 km i opowiemy Państwu historię naszego kraju. Zaprosimy Państwa do udziału w naszych świętach ludowych, zapoznamy Was z folklorem i miejscowymi twórcami ludowymi.

Gospodarstwo Kaczuryniec Valentyny Ivanivny

🏠 Rejon Barski, wieś Komarivci, ul. Gagarina 15
 📞 +38 043 413 34 43, kom. +8 097 590 26 58
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 1992

Cegła

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,7 km
- pomoc medyczna – 0,2 km
- jazda konna – 6 km
- polowania – 12 km
- możliwość wędkowania – 1 km
- możliwość kąpieli – 1 km
- jazda rowerowa, grzybobranie i zbieranie jagód – 1,5 km

Opis: Komarivci znajdują się w odległości 8 km od miasta Bar. Wieś otaczają lasy i jeziora, które zachwycają swoim pięknem a zapierające dech w piersi krajobrazy zachęcają do kąpieli i leśnych wędrówek. Walentyna pokaże miejsca w których

znaleźć można grzyby, podpowie zakątki obfitujące w owoce leśne i zioła. Dla wędkarzy zorganizuje wędkowanie na dostępnym stawie albo na wynajętym. A dla chętnych zorganizuje pływanie łodzią czy przejazd bryczką lub wozem.

Zapozna Państwa z miejscowymi artystami Panem Stepanem i Panem Leonidem, babcią Ganną Makariwną, która jak z rękawa sypie ciekawymi opowieściami. Wieczorem można zaśpiewać do gry na bajanie Pana Mykoly i pobiesiadować. Sama gospodyni pięknie śpiewa i zna wiele ukraińskich pieśni ludowych i współczesnych. A dodatkowo bardzo, bardzo smacznie gotuje i zna tradycyjne przepisy na potrawy ukraińskie przygotowywane w piecu i sama wypieka chleb i ciasta. Możecie się temu przyglądać i jeśli wola, nauczyć się.

Gospodarstwo Vovki Anotolija Mykolayovicha

🏠 Rejon Barski, wieś Huli, ul. Gagarina 20
 📞 +38 096 299 19 78
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 1958

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 1 km
- pomoc medyczna – 0,5 km
- możliwość wędkowania – 0,2 km
- możliwość kąpieli – 0,5 km
- możliwość pływania łódką – 0,2 km
- jazda rowerowa, grzybobranie i zbieranie jagód – 0,6 km

Opis: Przyjdźcie do gospodarstwa z tradycjami i ze starodawną ukraińska propozycją odpoczynku. Jedzenie można przygotować w wyposażonej kuchni letniej z lokalnych produktów ekologicznych lub zamówić u gospodarzy specjały kuchni lokalnej: barszcz z pokrzywą i pszeniczką, pampuchy z ziemniaków, przysmaki wędzone i wiele innych pyszności.

Naokoło wsi występują lasy bogate w owoce leśne i grzyby. Jest mapa miejscowych ekoszlaków. Mnogość stawów rybnych i źródeł wody pitnej. Organizujemy grille z szaszłykami i zupą rybną (uchą).

Gospodarstwo Kohanjuk Natalii Dmitriwvny

🏠 Rejon Barski, miasto Bar, ul. Iwana Sirka 65

☎ +38 043 212 51 69

🗣 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 1996

Cegła

Liczba pięter – 1



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

telefon, poczta, telegraf – 1 km

pomoc medyczna – 1 km

jazda konna – 6 km

polowania – 10–15 km

możliwość wędkowania – 2 km

możliwość kąpieli – 2 km

możliwość pływania łódką – 2 km

Opis: Gościnne gospodarstwo zaprasza do odpoczynku w zaciszu wsi, do posiedzenia w sadzie owocowym, delectowania się warzywami bezpośrednio z grządki, wędrowki po lesie, kąpieli w rzece Riv.

Zachęcamy do skosztowania smaczných potraw kuchni ukraińskiej i nauczenia się przyrządzać weki na zimę.

Gospodarstwo Skubskiej Niny Vasylivny

🏠 Rejon Barski, wieś Luka Barska, ul. Zelena 29

☎ +38 043 413 93 57

🗣 ukraiński, rosyjski, angielski, niemiecki, polski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 1972

Cegła

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

▪ telefon, poczta, telegraf – 1 km

▪ pomoc medyczna – 0,8 km

▪ możliwość polowania – 2 km

▪ możliwość wędkowania – 0,5 km

▪ możliwość kąpieli – 0,5 km

▪ pływania łódką

▪ grzybobranie

▪ zapoznanie się z pszczelarstwem.

Opis: Babusia Ganna pięknie śpiewa tradycyjne ukraińskie pieśni i równie pięknie haftuje. Przygotowuje potrawy w piecu. Dziadziuś Wasyl powozi wozem i saniami zaprzężonymi w konie. Walenty zna miejsca najlepsze do upolowania zwierzyny i złowienia najlepszej ryby. Nina zna wiele ciekawych historii i lokalne szlaki turystyczne.

Gospodarstwo Voznjuka Vasyla Ivanovycha

🏠 Rejon Barski, wieś Komarivci, ul. 9 maja 11
 📞 +38 043 413 34 47
 🗣️ ukraiński, rosyjski, angielski, francuski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok wybudowania – 1991
 Cegła i gazobeton
 Liczba pięter – 1

Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 1 km
- pomoc medyczna – 1 km
- jazda konna – 5 km
- możliwość polowania – 3 km
- możliwość wędkowania – 2–3 km
- możliwość kąpieli – 2–3 km
- możliwość pływania łódką – 8 km
- 300-letnia lipa – 3 km

Opis: Gospodarze dobrze znają okolicę: ciekawe pod względem historycznym i przyrodniczym miejsca. Mogą zorganizować wycieczkę z namiotem do lasu, wędkowanie z gotowaniem zupy rybnej.

Dla chętnych czeka przejażdżka traktorem, wozem, motocyklem trójkołowym.

Gospodarstwo u Gnatovicha

🏠 Rejon Barski, miasto Bar, ul. Lomonosova 2A
 📞 +38 043 412 28 65
 @ podolyanka@ukr.net
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego



Na terenie gospodarstwa



W pobliżu gospodarstwa

- Niedaleko znajduje się centralny rynek, park miejski, kościół, klasztor, pozostałości fortecy, rzeka Riv.

Opis: W budynku znajdują się dwa pokoje jednoosobowe, jeden pokój dwuosobowy i jeden trzyosobowy. Urządzone są one w narodowym stylu ukraińskim.

Oddzielnie zorganizowane zostało domowe muzeum ze starodawnymi przedmiotami codziennego użytku, odzieżą i warsztatem tkackim.

Pasją gospodarza jest hodowla roślin domowych i dekoracyjnych, ma sad cytrusowy a ogółem ponad 170 rodzajów roślin.

Gospodarstwo Manity Oleny Mykolayvny

🏠 Rejon Barski, miasto Bar, ul. Engelsa 45

☎ +38 043 412 36 39

🗣 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1966

Wybudowany z żużlu (szlaku)

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,7 km
- pomoc medyczna – 0,5 km
- możliwość polowania – 10–15 km
- możliwość wędkowania – 1,5–7 km
- możliwość kąpieli – 1,5–7 km
- możliwość pływania łódką – 1,5 km

Opis: Gospodyni zna wielu ciekawych ludzi i wiele historii, pisze ukraińskie wiersze. Gospodarz zna się na pszczelarstwie. Obydwoje dobrze znają swoją miejscowość: ciekawostki historyczne i interesujące zakątki przyrody.

Gospodarstwo „Beregina-Piec” Ola Harnyk

🏠 Rejon Barski, wieś Hajove, ul. Lenina 53D

☎ +38 097 105 23 24

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Opis: Gospodarstwo gościnne „Beregina-Piec” zaprasza do zapoznania się z tradycjami ukraińskiego odpoczynku wiejskiego. Zapraszamy do udziału w warsztatach z wypiekania chleba według tradycyjnej receptury, bochenków, Ptaszków Szczęścia w prawdziwym piecu. Gospodyni zna wiele ciekawych starych historii i pieśni o Bereginia-Piec. Można przygotować barszcz w glinianym naczyniu, kołotuchę, kartofle w makutrze czy pojeść jak za dawnych czasów z glinianych naczyń.

Możecie Państwo nauczyć się wytwarzania obrazów, ozdób z wykorzystaniem elementów florystycznych (suchych kwiatów, gałązek, kamieni, piasku, nasion).

Gospodarstwo Orczynskiej Larysy Oleksijvny

🏠 Rejon Winnicki, wieś Ścitty, ul. Lesi Ukrainki 116

☎ +38 043 259 27 62, +38 067 431 65 90

🗣 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 2003

Zbudowany z cegły i wapienia

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 2 km
- pomoc medyczna – 2 km
- możliwość wędkowania – 1 km
- możliwość kąpieli – 1 km
- możliwość pływania łódką – 2 km

Opis: Istnieje możliwość organizacji odpoczynku dla dzieci bez opieki rodziców. Zapraszamy również rodziny z dziećmi. Nauczymy Państwa jak przygotowywać tradycyjne potrawy ukraińskie, jak wypiekać ciasta i inne rodzaje słodkich wypieków. Pomożemy w przygotowaniu zapasów na zimę.

Zorganizujemy dla Państwa wycieczki w promieniu 100 km Istnieje możliwość organizacji warsztatów z techniki wyplatania, wyszywania, malarstwa.

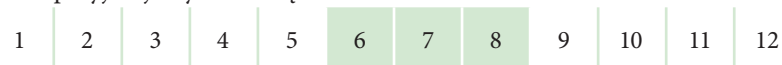
Gospodarstwo Melnyk Ljudmyły Pavlivny

🏠 Rejon Winnicki, wieś Ścitky, ul. Lesi Ukrainki 120

☎ +38 043 259 27 62 (prosić Ljudę)

🗣 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1964

Zbudowany z cegły i drewna

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 2 km
- pomoc medyczna – 2 km
- możliwość wędkowania – 1 km
- możliwość kąpieli – 1 km
- możliwość pływania łódką – 2 km

Opis: Zapraszamy na odpoczynek całą rodzinę. Nauczę Państwa jak przygotowywać tradycyjne potrawy ukraińskie, pomogę w przygotowaniu zapasów na zimę. Zapoznam Państwa z tajnikami wyplatania i wyszywania.

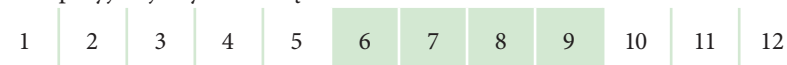
Gospodarstwo Neheli Natalii Pavlivny

🏠 Rejon Winnicki, wieś Ścitky, ul. Lesi Ukrainki 130

☎ +38 043 259 27 78

🗣 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1959

Wybudowany z cegły i drewna

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

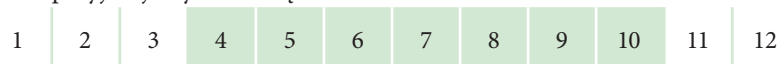
- telefon, poczta, telegraf – 2 km
- pomoc medyczna – 2 km
- możliwość wędkowania – 1 km
- możliwość kąpieli – 1 km
- możliwość pływania łódką – 2 km

Opis: Zapraszamy na odpoczynek całą rodzinę. Nauczę Państwa jak przygotowywać tradycyjne potrawy ukraińskie, pomogę w przygotowaniu zapasów na zimę. Zapoznam Państwa z tajnikami wyplatania i wyszywania. Zorganizuję dla Państwa wycieczkę w promieniu 100 km.

Gospodarstwo Gościnne «Rodzinne Gniazdo»

🏠 Rejon Hajsynskij, wieś Hybnyk, ul. Naberezhna 70
 📞 +38 067 432 27 77 | 043 262 05 61 | 62 05 63
 🌐 www.med-plast.com.ua
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1969, 1971
 Zbudowany z gliny (saman)
 Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 1,0 km
- pomoc medyczna – 1,0 km
- możliwość wędkowania – 0,1 km
- możliwość kąpieli – 0,1 km
- możliwość pływania łódką – 0,1 km
- piłka nożna, piłka ręczna, dart, rower, plac zabaw dla dzieci, strzelanie pneumatyczne, sztuczne jezioro, rzeka

Opis: Spokojny odpoczynek na brzegu rzeki Południowy Bug, zapierające dech w piersi krajobrazy brzegów rzecznych, odpoczynek na sianie,

przygotowanie potraw domowych, pływanie łódką, basen letni, altanka, grill, transport na miejsce.

Gospodarstwo Gościnne «Gaj Lipowy» Vira Synlynyk

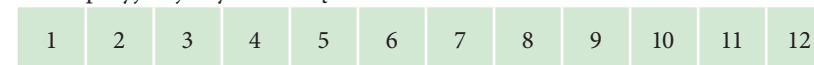
🏠 Rejon Illineckij, wieś Zhrlnyshche, ul. Bojka
 📞 tel. +38 043 452 71 55, +38 097 694 26 79

Zapraszamy serdecznie do naszego gospodarstwa. Do gospodarstwa prowadzi trzykilometrowa aleja lipowa, której ponad dwieście lat. Zapewnimy Państwu przyjemny odpoczynek w wiejskiej chacie, smaczne jedzenie wiejskie, ugościmy herbatą ziołową. Posiadamy banię-saunę, w której można poddać się kuracji pachnącą parą ziołową. Zachwyci Państwa bezkresna przestrzeń: las pełen grzybów i jagód, śpiew ptaków, poranna rosa, czyste powietrze. Serdecznie zapraszamy!

Gospodarstwo Kamianeckie «Mamina kołyska»

🏠 Rejon Litynskiy, wieś Kamianka
 📞 +38 043 226 09 29, 69 01 56 | +38 050 376 74 42
 🌐 vmovchan@list.ru
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1956
 Dom drewniano-gliniany
 Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 5,0 km
- pomoc medyczna – 0,1 km
- jazda konna – 0,6 km
- możliwość polowania – 1,0 km
- możliwość wędkowania – 0,1 km
- możliwość kąpieli – 0,1 km
- możliwość pływania łódką – 0,1 km
- grzybobranie i zbieranie owoców leśnych

Opis: Poczuc na sobie oddech historii scytyjskich kurhanów, pałacu i parku (z czasów Potockiego do Trepova) końca XIX wieku; rozkoszować się kaskadą stawów z białymi liliami na rzece Zharok, zachłusnąć się czystym powietrzem potężnego lasu i boru sosnowego, zachwycić nadzwyczajnej piękności krajobrazami; pożyć życiem wiejskim według starych zwyczajów; zatracić się w wędkarstwie, myślistwie, grzybobraniu i zbieraniu owoców leśnych, wyprawach wodnych, kąpieli – wszystko to sprawia, że Państwa odpoczynek jest różnorodny i niezapomniany.

Lokalne warunki klimatyczne pozytywnie wpływają na drogi oddechowe, serce i system naczyniowy oraz nerwy. Zdrowe posiłki i czysta woda źródłana dodadzą Państwu dodatkowych sił na cały rok.

Państwa aspiracje sportowe zadowoli boisko sportowe koło szkoły, zbudowanej przez architekta Artynova w 1902 r. i pomalowanej przez Vasniecova.

Zimą – jazda na sankach, łyżwach, nartach; wędkarstwo spod lodu, myślistwo itp.; zabawa podczas świąt – to wszystko sprawi, że Państwa życie będzie bardziej aktywne, a organizm nabierze młodości i zdrowia.

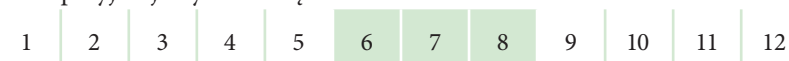
Udział w akcji ochrony przyrody «Zasadź swoje drzewo!» sprawi, że Państwa życie będzie nieskończenie długie a dla przyszłych pokoleń zostawicie po sobie pamiątkę.

Movchan Valeriy Borysovich

Gospodarstwo Mokovij Valentyny Andrijivny

- 📍 Rejon Mogilev-Podolskij, miasto Mogilev-Podolskij ul. Radgospna 79
- ☎ +38 043 372 74 29, +38 096 121 39 39
- 🗣 ukraiński, rosyjski, francuski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1997

Wybudowany z wapienia

Liczba pięter – 1



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

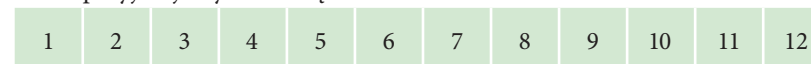
- telefon, poczta, telegraf – 5 km
- pomoc medyczna – 3 km
- możliwość wędkowania – 0,3 km
- możliwość kąpieli – 0,3 km
- przez Dniestr Mołdowa – 1 km

Opis: Gospodyni smacznie gotuje i zna nie tylko kuchnię ukraińską, ale też i mołdawską. Zna wiele ciekawych lokalnych tras turystycznych, które niejednokrotnie sama pokonywała ze swoimi uczniami. Zna wielu ciekawych ludzi, z którymi może Państwa zapoznać: twórcy ludowi, artyści, znachorzy, filozofowie.

Gospodarstwo «Zacisze»

- 📍 Rejon Mogilev-Podolskij, wieś Bernashivka, ul. Levadivska 42
- ☎ +38 096 442 31 75
- 🗣 ukraiński, rosyjski, niemiecki

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1960

Wybudowany z wapienia

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 7 km
- pomoc medyczna – 7 km
- możliwość polowania – 1–2 km
- możliwość wędkowania – 0,2 km
- możliwość kąpieli – 0,2 km
- możliwość pływania łódką – 1–2 km
- przez Dniestr Mołdowa – 1 km

Opis: Wieś położona koło rzeki Dniestr, niedaleko od miasta Novodnistrovsk w którym znajduje się elektrownia wodna. Wieś malownicza, cicha, czysta, oddalona od sadów i pól. Przez wieś płynie rzeka Zhvan, która rozdziela wieś na dwie części. U nas Państwo mogą zażyć kąpieli, powędkować, wybrać się na polowanie. Latem czynna jest plaża Novo-Dnistrovska z katamaranami, nartami wodnymi, łódkami. Wzgórza wsi stanowią strefę ochronną dla rzadkich ziół i zarośli. Wieś słynie ze swoich złóż piaskowych i wykopalisk archeologicznych w dolinie rzeki Dniestr. Wieś zamieszkuje jedynie 130 osób. Jest sklep, biblioteka, klub. We wsi jest cerkiew „Pokrova”, która jest pomnikiem architektonicznym Ukrainy zbudowanym w XVII wieku.

Nasze gospodarstwo jest czyste, ciche, a gospodarze zawsze chętni Was przyjąć.

Antonjuk Galyna Dmytrivna

Gospodarstwo Kamenshchuka Bogdana Dmytrovycha

🏠 Rejon Murovanokuryloviieckiy, miasto Murovani Kyrylivci, ul. Shorsa 109

☎ +38 067 366 93 65

✉ murkur@ukr.net

🗣 ukraiński, rosyjski, angielski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1987 r.

Wybudowany z cegły

Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telefon – 0,5 km
- pomoc medyczna – 2 km
- jazda konna – 8 km
- możliwość polowania – 4 km
- możliwość wędkowania – 1 km
- możliwość kąpieli – 2 km
- możliwość pływania łódką – 1 km

Opis: Gwarantujemy niezapomniane szlaki turystyczne po okolicach Murovanokurylovicczyny, części Podola. Pałac i majątek szlachecki, zamaskowane stanowiska ogniowe, skalne kościoły, atrakcje przyrody. Również smaczną kuchnię ukraińską z tradycyjnymi recepturami.

Gospodarstwo Ponomarenko Lidii Petrivny

- 🏠 Rejon Murovanokuryloviieckiy, wieś Naddnistrjanskie, ul. Komarova 3
- ☎ +38 043 563 75 48, kom. +38 097 272 36 16
- 🇺🇦 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego:

- Rok budowy – 1968
- Zbudowany z wapienia
- Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,15 km
- pomoc medyczna – 0,25 km
- możliwość polowania – 2 km
- możliwość wędkowania – 2–3 km
- możliwość kąpiele – 2–3 km
- możliwość pływania łódką – 2–3 km
- grzybobranie i zbieranie owoców leśnych – 1,5 km
- dla grup od 10 osób organizujemy wycieczki łodzią po Novodnistrzańskim zbiorniku wodnym

Opis: Naddnistrjanskie znajduje się na wysokim brzegu zbiornika na Dniestrze. Rośnie tu miłek, sasanka i ostnica. Łowienie ryb, kąpiele, zbieranie grzybów, jagód, ziół, gotowanie zupy rybnej, pieśni przy akompaniamencie gitary – wszystko to dla Państwa przygotowali gospodarze.

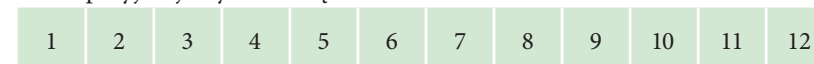
Lida jest dyplomowanym ludowym twórcą pisanek, dlatego nauczy chętnych gości tej trudnej sztuki. Jest możliwość posłuchania pieśni w wykonaniu trio siostr Kobyljanskih czy też popatrzenia na pracę Ganny Bilokon na

starym warsztacie tkackim. Gospodyni wypieka chleb i ciasta w piecu, gotuje barszcz z pokrzywami, leniwe, mamałygę, placki ziemniaczane, pierogi z różnym nadzieniem, potrawy z ryb i grzybów, shulyky, miód i potrawy z miodu. I wszystko to podawane jest w jadalni urządzonej w tradycyjnym ukraińskim stylu. Gospodyni ma wykształcenie pedagogiczne i może przyjąć na wypoczynek grupy dzieci.

«Miodowy zakątek»

- 🏠 Rejon Niemirowskij, wieś Perepelyccia, ul. Lenina 3
- ☎ +38 097 443 36 08
- 🇺🇦 ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:



Charakterystyka budynku mieszkalnego



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,15 km
- pomoc medyczna – 0,25 km
- możliwość polowania – 2 km
- możliwość wędkowania – 0,1 km
- możliwość kąpiele – 0,1 km
- możliwość pływania łódką – 0,1 km
- grzybobranie i zbieranie owoców leśnych

Opis: Nasze gospodarstwo znajduje się na brzegu Rzeki Bug Południowy. Można u nas powędkować – jest 8 przygotowanych stanowisk do wędkowania. Jest również przygotowane miejsce do kąpiele. Potrójną uchą od gospodarza można najeść się na cały rok! A potem odpocząć w szałasie. Smaczna

tradycyjna kuchnia przywoła smak dzieciństwa i atmosferę domu rodzinnego. W sadzie rosną wyjątkowe drzewa owocowe: grusze, jabłonie, czereśnie, brzoskwinie. Niewielka pasieka służy pszczołom, ludziom, służy celom leczniczym i edukacyjnym. W promieniu 30 km znajdują się ciekawe trasy turystyczne (Niemirivskie Gorodishche, park szlachecki, czynne źródła, młyny wodne, ślad stopy Matki Bożej, polany sasaneek).

Gospodarstwo Gościnne «Rodzinne Gniazdo»

🏠 Rejon Tywriwskij, wieś Kanava, ul. Kocjubinskiego 10,
 📞 +38 067 432 27 77 | 8 043 262 05 61 | 62 05 63
 🌐 www.med-plast.com.ua
 🗣️ ukraiński, rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1968
 Wybudowany z wapienia i gliny
 Liczba pięter – parterowy



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- pomoc medyczna – 0,7 km
- jazda konna – 0,1 km
- możliwość wędkowania – 0,1 km
- możliwość kąpieli – 0,1 km
- możliwość pływania łódką – 0,1 km
- miejsce do gry w piłkę nożną, ręczną, koszykówkę, przejazd wozem lub bryczką, plac zabaw dla dzieci, plaża nad rz. Południowy Bug

Opis: Spokojny odpoczynek w oddzielnym budynku na brzegu rzeki Bug Południowy, piękne krajobrazy, spacer po lesie, odpoczynek na sianie, przygotowanie potraw domowych, pływanie łódką, basen letni, altanka, grill, transport na miejsce.

Gospodarstwo Ishchuka Volodymira Ivanovycha

🏠 Rejon Trostjaneckij, miasto Ladyzhyn, ul. Nakonechnego 111
 📞 +38 043 436 97 97
 🗣️ rosyjski

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1992
 Cegła
 Liczba pięter – 1



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 1 km
- pomoc medyczna – 2 km
- możliwość polowania – 5 km
- możliwość wędkowania – 0,5 km
- możliwość kąpieli – 0,5 km
- możliwość pływania łódką – 0,5 km
- w promieniu 20–40 km ciekawe historyczne miejsca
- nurkowanie z instruktorem 0,5 km

Opis: Na terenie gospodarstwa znajduje się oddzielany budynek, w którym umieszczona została wystawa eksponatów dekoracyjnych „Domowa galeria

Ishchuków”. Możemy zorganizować plener artystyczny. Posiadamy własny transport, możemy zorganizować wycieczki w promieniu 40 km Opodal jest dendropark „Zofiówka” w Umaniu.

Gospodarstwo Filmanovich Ally Mykolajvny

🏠 Rejon Trostjaneckij, miasto Ladyzhyn, ul. Nakonechnego 49
 🌐 ukraiński, rosyjski, angielski, niemiecki

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 2001

Cegła

Liczba pięter – 1

Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,5–1 km
- pomoc medyczna – 1 km
- możliwość polowania – 10–15 km
- możliwość wędkowania – 0,3 km
- możliwość kąpieli – 0,3 km
- możliwość pływania łódką – 0,3 km

Opis: Gospodarze dobrze znają okolicę: ciekawe pod względem historycznym i przyrodniczym miejsca. Nieopodal znajduje się Park Zofiówka (Umań), i wyrobisko z pozostałościami meteorytu. Gospodyni bardzo smacznie gotuje, układa piękne kompozycje kwiatowe i pisze wiersza. Zna i ciekawie różnorodnie historie. Gospodarz przygotowuje wino domowe z własnej winnicy.

Gospoda Pirnyak Nadii Borysivny

🏠 Rejon Jampilski, wieś Busza, ul. Ivana Bohuna 5
 📞 (d) +38 043 362 61 96, (p) +38 043 362 61 90, +38 067 899 70 85
 🌐 ukraiński, rosyjski, niemiecki

Gości przyjmujemy w miesiącach:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Charakterystyka budynku mieszkalnego:

Rok budowy – 1988

Zbudowany z białego kamienia kredowego

Liczba pięter – 1



Na terenie gospodarstwa



Wyposażenie w sprzęt gospodarstwa domowego



W pobliżu gospodarstwa

- telefon, poczta, telegraf – 0,2 km
- pomoc medyczna – 0,2 km
- możliwość polowania – 2–10 km
- możliwość wędkowania – 0,15 km
- możliwość kąpieli – 0,15 km
- możliwość pływania łódką – 0,15 km
- na terenie wsi znajduje się państwowy rezerwat historyczno-kulturowy, skalny kościół z III–IV w., rezerwat geologiczny «Gajdamackij Jar»,
- gospodarz dysponuje samochodem i może zaproponować wycieczki do ciekawych miejsc w promieniu 50 km

Opis: Gospodarze doskonale znają historię swojej i okolicznych miejscowości, są profesjonalnymi przewodnikami. Miejscowość bogata w obiekty historyczne i przyrodnicze, które warto odwiedzić i poznać. Tu jest wszystko: muzea, rezerваты, wykopaliska, góry, lasy, rzeki, miejsca wypoczynkowe, artyści ludowi i gościnni ludzie. Rok rocznie w sierpniu odbywają się Ogólnokrajowe Plenery Kamieniarstwa, w październiku – święto kozactwa.

