

Tomasz Barczak

Akademia Rolnicza w Szczecinie
Zakład Analizy Systemowej

Rozwój agroturystyki w Polsce w latach 2001-2004 – wybrane zagadnienia

Wstęp

W ostatnim dwudziestopięcioleciu pojawiło się wiele definicji agroturystyki. Sam termin składa się z dwóch członów: „agro” oraz „turystyka”. Przedrostek „agro” wywodzi się od greckiego *agros* i oznacza rolę, natomiast turystyka to forma czynnego wypoczynku poza miejscem zamieszkania, inspirowana przede wszystkim potrzebami poznawczymi, wypoczynkowymi i sportowymi. Agroturystyka, jako pojęcie, została stworzona przez stronę podażową, która to reprezentuje interesy gospodarzy świadczących usługi agroturystyczne.

Agroturystyka inaczej rozumiana jest przez świadczących usługi, a inaczej przez ich odbiorców. Dla turysty agroturystyka oznacza aktywność turystyczną człowieka, który zamierza zapoznać się z produkcją rolniczą oraz wypoczywać w środowisku rolniczym. Podmioty świadczące usługi pojmują agroturystykę znacznie szerzej, włączając do niej wszelkie czynności związane z hotelarstwem – agrohotele, gastronomią – agrogastronomia, rekreacją – agrorekreacja,

wypoczynkiem – agrowypoczynek, sportem – agrosport oraz lecznictwem i rehabilitacją – agroterapia.

Agroturystyka pojmowana jest jako forma turystyki alternatywnej, oferująca pobyt u rodzin wiejskich prowadzących gospodarstwa rolne oraz wszelkiego rodzaju możliwości rekreacji w oparciu o walory obszarów wiejskich.

Determinanty rozwoju agroturystyki na terenach wiejskich

Analizując definicje agroturystyki oraz wszelkie jej odmiany, można wskazać na pewne jej cechy (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006):

- agroturystyka nie powinna być utożsamiana z turystyką wiejską - stanowi ona jej część;
- istnieje bardzo silny związek agroturystyki z funkcjonującymi gospodarstwami rolnymi, który polega na wykorzystaniu zasobów tych gospodarstw w celu zaspokojenia potrzeb turystów;
- agroturystyka nie sprowadza się tylko do zakwaterowania turystów, ale oferuje cały pakiet usług, przede wszystkim różne formy aktywnego spędzania wolnego czasu.

Agroturystyka stanowi unikalny segment współczesnej turystyki. Fakt ten tworzy jest przez następujące cechy różnicujące:

- specyfika spędzania czasu w gospodarstwie rolnym, umożliwiającego kontakt bezpośredni z gospodarzami, inwentarzem żywym, poznanie działalności produkcyjnej gospodarstwa, stylu życia oraz pracy ludzi zamieszkujących wieś;
- charakter życia na wsi – zróżnicowane i niepowtarzalne rodzaje wiejskich zajęć oraz infrastruktury;
- przestrzeń, która umożliwia bezpośredni kontakt z naturalnym środowiskiem przyrodniczym jednocześnie poznawanie dziedzictwa kultury materialnej i duchowej oraz korzystanie z czynnego odpoczynku z dala od tłumów miejskich, w ciszy i spokoju;
- gościnni mieszkańcy wsi zapewniający traktowanie turystów jak członków rodziny, którzy jednocześnie odnoszą się z szacunkiem do wartości reprezentowanych przez obie strony.

Agroturystyka stanowi propozycję zindywidualizowanego wypoczynku, który adresowany jest przede wszystkim do indywidualnego turysty, całych rodzin lub grup turystycznych. Nie wymaga specjalistycznej i rozbudowanej bazy noclegowej oraz żywieniowej, może opierać się o istniejące zasoby mieszkaniowe gospodarstw rolnych, niewykorzystywane obiekty inwentarskie oraz pozostałą przestrzeń istniejącą w obrębie gospodarstwa. Niezbędne jest jednak wykonanie prac, które mają na celu dostosowanie posiadanych zasobów do potrzeb wypoczynkowych gości oraz spełnienie wymogów sanitarnych (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006).

Agroturystyka nie wiąże się wyłącznie z możliwością zakwaterowania. Większość gości oczekuje spędzania czasu w sposób aktywny. Głównym motywem wyboru agroturystyki jest chęć odnowy sił fizycznych i psychicznych, jak i zapoznanie się ze zwyczajami wsi. Spełnienie wszystkich tych oczekiwań wymaga od gospodarzy zgromadzenia podstawowych składników i stworzenia na ich podstawie wszechstronnej oferty wypoczynku, wychodzącej naprzeciw oczekiwaniom turystów, co dokonuje się m.in. przez zaangażowanie członków całej wiejskiej społeczności i sprawne zarządzanie tym procesem.

Rosnąca popularność agroturystyki wynika ze zmian motywów zachowań mieszkańców dużych aglomeracji miejskich, którzy stanowią większość nabywców usług turystycznych. Głównym motywem wyboru takiej formy wypoczynku jest chęć zastąpienia biernego wypoczynku aktywną formą spędzania czasu wraz z poznawaniem kraju i jego mieszkańców, aktywnym kontaktem z niezniszczonym środowiskiem naturalnym oraz niezmiennym wiejskim krajobrazem. Dodatkowo wypoczywający pragną ciszy, izolacji od tłumu, czystego powietrza, aktywnego korzystania z otwartej, nieograniczonej przestrzeni, ciekawych zajęć i rozrywek, a przede wszystkim serdeczności i bezpośredniego kontaktu z ludnością wiejską. Nie bez znaczenia jest sfera finansowa, przebywanie na terenach wiejskich oraz korzystanie z ofert gospodarzy stanowi znacznie tańszą formę wypoczynku.

Pomimo szybkiego rozwoju agroturystyki w Polsce przewiduje się szereg barier, jakie wystąpić mogą w przyszłości, a które wynikać będą ze specyfiki rynku turystycznego. Jedną z charakterystycznych jego cech jest duża liczba konkurujących ze sobą podmiotów gospodarczych oraz znaczne zróżnicowanie potrzeb i preferencji nabywców usług turystycznych przy jednoczesnym wzroście potrzeb jakościowych, jak i dużej zmienności warunków działania, w tym przede wszystkim okresowości popytu.

Zasadniczą determinantą dalszego rozwoju turystyki, w tym agroturystyki, będzie zwiększająca się aktywność ludności wiejskiej, utwierdzonej w przekonaniu, iż prowadzenie działalności agroturystycznej jest dla nich uzupełnieniem niskich dochodów osiąganych z prowadzonej działalności rolniczej. Ludność zamieszkująca tereny wiejskie wkracza w okres intensyfikacji oferowanych usług, jednak ich zakres oraz jakość niejednokrotnie jest zbyt niska i wymaga dalszego rozwoju i poszerzenia. Bardzo niewiele jest działań zespołowych stanowiących podstawę dalszego rozwoju. Ogranicza to tworzenie bogatszej oferty turystycznej oraz niejednokrotnie zmniejszenie kosztów działalności, np. w zakresie dystrybucji, promocji, walki o uznanie wśród władz oraz pozyskanie zwolenników idei turystyki wiejskiej (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006).

Brak współpracy pomiędzy mieszkańcami wsi doprowadzić może do tworzenia się lokalnych konfliktów pomiędzy podmiotami odnoszącymi korzyści majątkowe z turystyki, a pozostałymi niekorzystającymi z tej formy zarobkowania.

Kolejnym problemem pojawiającym się w ramach środowiskowego uwarunkowania rozwoju agroturystyki jest duża hermetyczność lokalnych społeczności wiejskich, która szczególnie widoczna jest na terenach o niskim poziomie życia

mieszkańców, przy jednoczesnych bogatych walorach krajobrazowych sprzyjających tej formie spędzania wolnego czasu. Prowadzi to do sytuacji, gdy w rejonach najbardziej potrzebujących pomocy, wszelkie inicjatywy związane z poprawą życia mieszkańców, w tym poprzez rozwój turystyki wiejskiej, spotykają się z dużą nieufnością mieszkańców, jak i brakiem przekonania, że jakiegokolwiek działania mogą przyczynić się do poprawy standardu życia. Niechęć do zmian oraz hermetyczność społeczności powoduje, iż wszelkie poczynania w zakresie rozwoju agroturystyki na tych terenach przebiegają znacznie wolniej aniżeli na terenach zamożniejszych. Należy na tych obszarach wprowadzać działania zmierzające do zmiany świadomości ludzkiej. Podmiotami odpowiedzialnymi za te procesy są władze samorządowe, które poprzez tworzone programy mają za zadanie rozwijać wszelkie formy aktywności, w tym także usługi turystyczne w każdej formie (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006).

Rozwijający się system doradztwa rolniczego w Polsce stał się siłą napędową wzrostu aktywności rolników w zakresie przedsięwzięć turystycznych oraz innych form działalności gospodarczej, co stanowi istotny czynnik rozwoju przedsiębiorczości mieszkańców wsi. W ramach systemu doradztwa została przeprowadzona kampania informacyjna oraz liczne szkolenia w zakresie przygotowania do prowadzenia działalności turystycznej z wykorzystaniem walorów wsi. Prowadzono pomoc w zakresie promocji, prezentacji i sprzedaży oferty turystycznej. Podjęto współpracę z mediami w celu reklamy i promocji oraz opracowywano i realizowano programy pomocowe w ramach funduszy zagranicznych. Dodatkowo tworzone stowarzyszenia regionalne w celu usprawnienia wyżej wymienionych działań.

Niektóre działania związane z rozwojem turystyki na terenach wiejskich powinny stać się głównym punktem zainteresowania władz samorządowych. Bardzo ważna jest promocja produktu lokalnego oraz jego dystrybucja. Istotnym elementem jest sterowanie programem rozwoju rolniczego w taki sposób, by nie tworzyły się wśród mieszkańców postawy roszczeniowe oraz ograniczenia ich własnej inicjatywy.

Kolejnym elementem determinującym rozwój agroturystyki na terenach wiejskich jest zmiana systemu szkoleń, z ogólnego na bardziej specjalistyczny, dotyczący wybranych zagadnień. Niemniej ważnym czynnikiem rozwoju turystyki jest tworzenie wszelkiego rodzaju stowarzyszeń. Organizacje te mają za zadanie tworzenie i koordynowanie działań marketingowych w zakresie promocji, dystrybucji, ceny i produktu. Kolejnym zadaniem powstających organizacji jest kontynuacja szkoleń, współpraca z władzami oraz wszelkie działania na rzecz ochrony interesów swoich członków.

Zauważyć należy, iż skala i zakres działań poszczególnych organizacji są silnie zróżnicowane, co wynikać może z różnego stopnia zaangażowania się członków (których liczba wzrasta stosunkowo wolno) oraz zarządów poszczególnych organizacji. Wskazuje to na niską współpracę pomiędzy obecnymi członkami zarządu ze społecznościami wiejskimi. Ma to ścisły związek z występowaniem niedostatecznie silnej tendencji do tworzenia przez organizacje kół działań, które tworzyłyby wspo-

mniane wyżej więzi wewnątrz społeczności wiejskiej oraz dodatkowo wpływałyby na rozwój agroturystyki.

Po powstaniu Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, która stanowi ogólnopolską reprezentację podmiotów działających w ramach turystyki wiejskiej, zaistniała możliwość koordynacji wielu działań oraz tworzenie programów dalszego działania na rzecz rozwoju, jak i partnerskiego współdziałania w celu rozwiązywania pojawiających się problemów. Wraz z powstaniem Federacji pojawiła się możliwość uczestnictwa Polski w europejskich działaniach zmierzających do rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki.

Federacja Turystyki Wiejskiej prowadzi działania zmierzające do poprawy zakwaterowania w obiektach agroturystycznych poprzez zarządzanie systemem kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej. Mimo jej działania, stale widoczna jest duża rozpiętość jakościowa i stylowa wydawnictw promocyjnych. Ponadto regionalne organizacje prowadzą nieskoordynowane, konkurencyjne działania. W celu stworzenia sprawnie funkcjonującego systemu turystyki wiejskiej, niezbędne jest wyodrębnienie z całego wachlarza ofert turystyki wiejskiej tych produktów markowych, które poprzez odpowiednie przygotowanie i rozpropagowanie przyciągać będą na tereny wiejskie rzesze zarówno krajowych, jak i zagranicznych turystów.

Jednym z podstawowych czynników warunkujących rozwój agroturystyki oraz wszelkich usług towarzyszących jest odpowiedni stosunek samorządów lokalnych do przedsiębiorczości. Samorządy terytorialne dysponują wieloma instrumentami umożliwiającymi rozwój turystyki wiejskiej. Mogą one wspierać lub odmawiać wsparcia inicjatywom gospodarczym mieszkańców, mogą utrzymywać lub zmieniać strukturę gospodarczą gminy. Samorządy uprawnione są do tworzenia strategii rozwoju gminy oraz mają uprawnienia do sterowania kampaniami promocyjnymi regionu. Samorządy gminne mogą pozyskiwać środki finansowe dla wsparcia lokalnych projektów. Źródłem tych funduszy mogą być np.: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Fundacja Zaopatrzenia Wsi w Wodę itp. Działalność samorządów terytorialnych wyznaczana jest poprzez istniejące warunki z jednej strony oraz skalę niezaspokojonych potrzeb mieszkańców z drugiej strony. Działalność gminy zależna jest ponadto od samych członków rady gminy, ich poglądów, stopnia aktywności, systemu wartości oraz kryteriów, jakimi kierują się przy podejmowaniu decyzji.

Rozwój turystyki wiejskiej będzie uzasadniony, jeśli zostaną spełnione poniższe kryteria:

1. Formy przedsiębiorczości ujęte zostaną w planach strategicznych, a następnie operacyjnych rozwoju gminy.

2. Rozwój turystyki poprzedzony zostanie odpowiednią diagnozą walorów turystycznych oraz infrastruktury gminy.

3. Wyznaczony zostanie poziom pojemności oraz chłonności rynku turystycznego wyznaczonego regionu.

Konieczne jest ponadto, by samorządy terytorialne stały się koordynatorem szkoleń, promocji oraz dystrybucji ofert wypoczynku na terenach wiejskich.

Sukces przedsięwzięć turystycznych zależy będzie od aktywności gospodarczej mieszkańców wsi oraz od urzeczywistniania wszelkich czynności reklamowych i promocyjnych zgodnie z zasadami marketingu.

Aby marketingowa koncepcja funkcjonowała w sposób sprawny, powinny zostać spełnione następujące elementy:

- odpowiednio dobrany zespół;
- odpowiednio dobrane instrumenty;
- odpowiednio ustalone działania;
- wszystkie powyższe elementy muszą być skoordynowane w stosowaniu.

Celem działań marketingowych jest wypromowanie produktu, którym w przypadku agroturystyki jest stworzenie oferty zachęcającej potencjalnych klientów. Tworzenie odpowiedniego produktu musi się opierać o posiadane materiały, zasoby finansowe oraz członków wspólnot wiejskich jako dostarczycieli wymienionych elementów. Stworzona oferta powinna zawierać w swoim pakiecie elementy specyficzne dla działalności gospodarstwa rolnego, życia wiejskiego, kultury materialnej, zwyczajów oraz tradycji związanej z danym regionem. Oferta powinna być skierowana do grupy odbiorców, których upodobania oraz oczekiwania znane są gospodarzom (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006).

Zmieniające się upodobania i oczekiwania klienta wymuszają na oferujących usługi turystyki wiejskiej ciągłe zmiany oraz udoskonalenia ofert istniejących. Umiejętność dostosowania się do tych potrzeb staje się wyznacznikiem rozwoju agroturystyki w Polsce oraz na całym świecie.

W tworzeniu oferty agroturystycznej uwzględnić należy produkty lokalne, które świadczą o unikalności i specyfice danego regionu. Pozwala to na tworzenie wielu lokalnych ofert, które dzięki różnorodności znaleźć mogą nabywców oraz spowodować przemieszczenie się turystów z jednych regionów do drugich.

Istnienie takiego stanu rzeczy będzie miało powodzenie jedynie w przypadku działania zespołowego. Indywidualne próby zdobycia rynku będą miały bardzo małe szanse powodzenia. Poparcie władz samorządowych potęgować będzie szanse odniesienia sukcesu.

Podstawowym zagadnieniem przy projektowaniu produktu turystyki wiejskiej jest określenie motywów wyjazdów turystów w określone rejony kraju. Do podstawowych motywów wyboru turystyki wiejskiej należą (Mirończuk 2003; Sznajder, Przebórska 2006):

- możliwości spokojnego odpoczynku w naturalnym, wiejskim środowisku;
- chęć spędzania wolnego czasu w otoczeniu ulubionego krajobrazu;
- koszty pobytu;
- możliwość kontaktu z mieszkańcami wsi;
- możliwość poznawania obyczajów oraz tradycji ludowych;
- chęć zmiany dotychczasowego sposobu spędzania wolnego czasu.

Tworzenie nowych ofert turystycznych lub unowocześnianie i dostosowywanie do potrzeb i wymagań klientów już istniejących ofert musi być zgodne z wszelkimi zasadami korzystania ze środowiska naturalnego. Wszelkie czynności związane

z rozwojem ruchu turystycznego na wsi muszą przyczyniać się do rozwoju potencjału regionu oraz krzewić dorobek kulturowy i społeczny terenów wiejskich.

Propozycje obcowania z wysokiej jakości środowiskiem naturalnym, zróżnicowanej aktywności fizycznej oraz poznawania dziedzictwa kulturowego wspierać będą rozwój bazy noclegowej, ponieważ:

- atrakcyjne oferty motywują turystę do wyboru danego regionu, a następnie obiektu noclegowego;
- atrakcyjna oferta, zaspakajająca potrzeby klientów motywuje ich do uczenia się nowych rzeczy w trakcie urlopu;
- stworzenie zaplecza rekreacyjnego wpływa na pełne wykorzystanie obiektów noclegowych (tworzenie nowej oferty przedłuża sezon wykorzystania obiektów).

Wszystkie wymienione wyżej czynniki stanowią determinanty rozwoju agroturystyki w Polsce oraz przyczyniają się do zmian zachodzących w istniejącej strukturze turystyki wiejskiej.

Gospodarstwa agroturystyczne w Polsce

Zjawiska społeczno-ekonomiczne stanowią przedmiot obserwacji naukowych od wielu lat, a nasilenie analiz, badań oraz interpretacji nastąpiło w ostatnim dwudziestolecu. Głównymi przyczynami badań są zmiany zachodzące w gospodarstwach poszczególnych krajów oraz zmiany standardów życia obywateli.

Jedną ze stosowanych metod statystycznych, która daje jasny obraz kierunków zmian jest badanie i analiza dynamiki, która precyzyjnie i jednoznacznie obrazuje badane zjawiska i tendencje w nich zachodzące.

Badanie dynamiki zjawisk może być wykonywane w różny sposób. Najczęściej porównuje się otrzymane na podstawie badania wartości z wybraną wartością z okresu minionego, traktując ten okres jako bazowy. Można ponadto odnosić uzyskane w pewnym okresie wartości do wartości z okresu poprzedzającego. W zależności od otrzymanych wyników stwierdza się wzrost badanego zjawiska, jego spadek lub brak zmian. Otrzymywane wyniki wyraża się w procentach.

Trzy możliwe do osiągnięcia przypadki w badaniu dynamiki zmian:

- a) $N > 100$ – wzrost badanego zjawiska;
- b) $N < 100$ – spadek badanego zjawiska;
- c) $N = 100$ – brak zmian w badanym zjawisku,

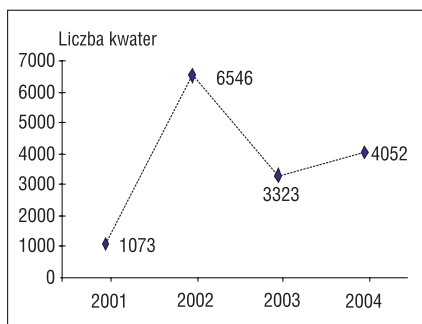
gdzie:

N – otrzymany na podstawie badania wynik.

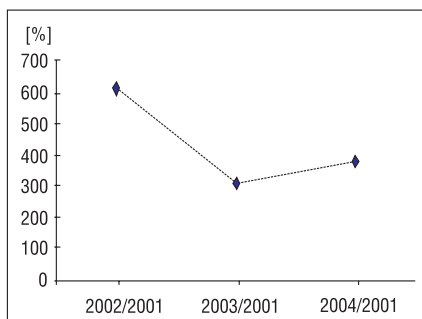
Otrzymane wyniki badania przedstawia się w formie graficznej, która w sposób czytelny i jednoznaczny obrazuje jeden z trzech powyższych wariantów (Barczak 2006).

Istotnym elementem ilustrującym tendencje zachodzące na polskim rynku usług agroturystycznych jest dynamika zmian liczby kwaterodawców. W celu odzwier-

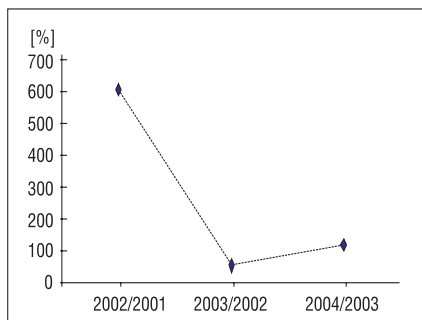
ciędnienia kierunku przekształceń w ramach turystyki wiejskiej przeprowadzono badanie dotyczące zmian liczby kwater agroturystycznych w latach 2001-2004. Pomimo rosnącego zainteresowania spędzaniem czasu wolnego na wsi z wykorzystaniem oferowanych atrakcji, zmiany te nie są jednostronne – obserwuje się wzrosty oraz spadki liczby kwater agroturystycznych. Ogólną liczbę podmiotów oferujących wypoczynek w ramach agroturystyki przedstawia rycina 1.



Ryc. 1. Liczba kwater agroturystycznych w Polsce w latach 2001-2004



Ryc. 2. Dynamika zmian liczby kwater w stosunku do roku bazowego (2001)



Ryc. 3. Dynamika zmian liczby kwater w porównaniu do roku poprzedzającego

Zauważyć można zmiany w liczbie kwater agroturystycznych w poszczególnych latach. W latach 2001-2002 zauważalny jest bardzo duży wzrost liczby obiektów agroturystycznych, jednak w roku kolejnym (2003) nastąpił nagły ich spadek do liczby 3323, by ponownie wzrosnąć do liczby 4052 w roku 2004. Powodem takich wahań są zmiany w preferencjach turystów odnoszące się do sposobu spędzania wolnego czasu lub też nieopłacalność utrzymywania takiej formy działalności na pewnych obszarach kraju, uważanych za mało atrakcyjne z punktu widzenia turystyki.

W celu pełnego zobrazowania zmian w liczbie obiektów agroturystycznych w Polsce dokonano badania dynamiki, wykorzystując do tego dwa porównania:

- do roku bazowego – 2001,
- do roku poprzedzającego.

Dynamika zmian w porównaniu z rokiem bazowym charakteryzuje się stałym wzrostem liczby kwater agroturystycznych. Jednocześnie należy podkreślić, iż największy przyrost (ponad sześciokrotny) został odnotowany w 2002 r. (w stosunku do roku 2001). Przyrosty w kolejnych latach były mniejsze i kształtowały się między trzy- i czterokrotnym wzrostem (ryc. 2).

Analizując zmiany procentowe w porównaniu z rokiem poprzedzającym, to największy przyrost (podobnie jak w porównaniu do roku bazowego) miał miejsce w latach 2001-2002 i wynosił on 610%. Porównanie lat 2003 i 2002 wskazuje na zmniejszenie się liczby kwater agroturystycznych prawie o 50%. Zestawienie lat 2004 i 2003 wskazuje na kolejny wzrost wynoszący 122% (ryc. 3).

Wnioski

Agroturystyka stanowi w wielu krajach podstawę rozwoju wsi. Stała się ona alternatywą funkcjonowania gospodarstw, w ramach których następują przekształcenia związane z prowadzoną działalnością. W regionach biednych, gdzie brak jest wsparcia, koniecznego do przeprowadzenia zmian, agroturystyka stanowi ukryty potencjał, który może stać się siłą napędową dla rozwoju wsi i rolnictwa.

Agroturystyka odbiega od kierunków zmian w różnych dziedzinach funkcjonowania państwa. Brak jest specjalizacji w ramach rozwoju turystyki wiejskiej. Agroturystyka rozwija się na wielu płaszczyznach, obserwuje się zróżnicowanie procesów zachodzących w jej ramach. Dywersyfikacja ta związana jest z dostosowaniem oferty do potrzeb i wymagań turystów, jak i korzystających z oferty tworzonej przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych. Przy jednoczesnym wzroście liczby ofert następuje poprawa ich jakości i uniwersalności. Agroturystyka staje się głównym kanałem sprzedaży produktów lokalnych, które wytwarzane są w niewielkich ilościach, stając się reklamą regionów.

Ważnym efektem rozwoju agroturystyki jest poprawa standardu życia mieszkańców wsi, którzy znajdują zatrudnienie bezpośrednio w gospodarstwach oraz w podmiotach współpracujących z jednostkami oferującymi turystykę wiejską.

Literatura

- Barczak T., 2006, *Zmiany w przemyśle rolno-spożywczym po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej*, Fol. Univ. Agric. Stetin., *Oeconomica*, 249 (45), 231-238.
- Mirowniczuk A., 2003, *Turystyka wiejska i agroturystyka. Stan i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Sznajder M., Przebórska L., 2006, *Agroturystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Turystyka w Polsce w 2001-2004 roku. Układ regionalny*, 2005, Instytut Turystyki, Warszawa (<http://www.intur.com.pl>).