



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Agroturystyka:
elastyczny i bezpieczny
model zatrudnienia.

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Białystok, 3 sierpień 2010 r.

Notatka z seminarium w ramach grantu

„Agroturystyka: elastyczny i bezpieczny model zatrudnienia”

Guzowy Piec 5-6 kwietnia 2011 r.

Było to czwarte spotkanie w ramach grantu „Agroturystyka: elastyczny i bezpieczny model zatrudnienia”, które odbyło się na terenie powiatu Olsztyńskiego w województwie Warmińsko-Mazurskim. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele Wojewódzkich Urzędów Pracy z Białegostoku, Gdańska, Torunia, Szczecina i Olsztyna, zaangażowani w realizację grantu. Notatka z seminarium, jak również pozostałe materiały dotyczące niniejszego spotkania, zostały zamieszczone na stronie internetowej Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku w zakładce „Agroturystyka”, znajdującej się na podstronie www.pokl.up.podlasie.pl

Dzień I

Guzowy Piec, 5 kwietnia 2011 r.

Seminarium rozpoczęło się od powitania uczestników seminarium przez Pana Wiesława Drożdżyńskiego, wicedyrektora Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Olsztynie oraz Panią Janinę Mironowicz – Dyrektora Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku. Pan Wiesław Drożdżyński zapoznał uczestników seminarium z uwarunkowaniami społeczno – gospodarczymi regionu, jego perspektywami rozwoju a także stanem bezrobocia, podkreślając, że turystyka w tym agroturystyka z uwagi na walory turystyczne regionu jest dziedziną szczególnie ważną, mogącą w znacznej mierze wpłynąć na poprawę ogólnej sytuacji gospodarczej regionu i zwiększenie stanu zatrudnienia. Następnie zapoznał uczestników z programem seminarium i osobami prowadzącymi zajęcia:

1. Pan Stanisław Harajda, dyrektora Departamentu Turystyki, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego, który omówił temat „Rola agroturystyki w rozwoju turystyki na Warmii i Mazurach”.

W prezentacji zostały przedstawione:

- charakterystyka regionu i jego główne atrakcje turystyczne
 - 2700 jezior
 - zamki krzyżackie i biskupie
 - Kanał Elbląski
 - Grunwald
 - Kaliningrad – turystyka przygraniczna
 - fortyfikacje Mazurskie
- dziedzictwo kulinarne Warmii, Mazur i Powiśla
na terenie województwa powstała sieć skupiająca 103 członków mająca na celu promocję produktów żywności regionalnej.

**WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
W BIAŁYMSTOKU**
ul. Pogodna 22
15-354 Białystok

sekretariat@wup.wrotapodlasia.pl
informacja.efs@wup.wrotapodlasia.pl
tel. (085) 74 97 200
faks.(085) 74 97 209
www.up.podlasie.pl



- liczba turystów przyjeżdżających
rocznie przyjeżdża 5 000 000 turystów w tym 20 % to zagraniczni
- baza noclegowa
39 000 miejsc noclegowych na lądzie i 12 000 miejsc noclegowych na łodziach
- produkty turystyczne regionu
 - wizerunkowe(Mazury i Kanał Elbląski)
 - podstawowe(turystyka wodna, rowerowa, kulturowa, wypoczynkowa i biznesowa)
 - niszowe(lotnictwo, narty wodne, krajobrazowa-turystyczna)
 - uzupełniające(wędkowanie, jazda konna, turystyka zdrowotna i religijna)

2. Pan Szymon Drej, historyk, dyrektor Muzeum Bitwy pod Grunwaldem, temat: „Turystyka historyczna jako szansa na promocję Warmii i Mazur”.

W prezentacji zostały przedstawione:

- pigułka historii regionu

Pierwsza wzmianka o mieście Olsztyn pochodzi z roku 1334.

Liczne wojny XV wieku niejednokrotnie niszczyły młode jeszcze miasto. Na mocy traktatu pokojowego zawartego w 1466 roku, Olsztyn wraz z całą Warmią przeszedł pod zwierzchnictwo Polski. Kolejna wojna, wywołana w latach 1519-1521 przez zakon krzyżacki spustoszyła południową Warmię. Kolejny wiek to rozkwit miasta, korzystnie położonego na ruchliwym szlaku Królewiec-Warszawa. Rozwój został powstrzymany przez wojny północne w XVII i XVIII wieku, a wielka zaraza lat 1709-1712 wyludniła miasteczko niemal całkowicie. W okresie rozbiorów Warmię wcielono do Królestwa Prus. Druga połowa XIX i początek XX wieku to dynamiczny rozwój miasta.

- kanon krajoznawczy Warmii i Mazur

Województwo Warmińsko-Mazurskie to czwarte co do wielkości województwo w Polsce pod względem powierzchni. Zajmuje 24 tys. km², z czego 54 to użytki rolne, 6 to wody, a 29 to obszary leśne. Turystyka jest w województwie wiodącą dziedziną gospodarki. Corocznie przybywa tu ponad 4 mln turystów, a baza noclegowa liczy ponad 38 tys. miejsc, Obszary chronione stanowią ponad 46 powierzchni województwa. W obecnym kształcie województwo jest wynikiem reformy administracyjnej z roku 1998 i obejmuje różne krainy historyczne: Warmię (dawne księstwo biskupie, o wyrazistych i dobrze rozpoznawalnych granicach), Mazury (nazwa obejmująca wschodnie i południowe tereny województwa, upowszechniana od połowy XIX w., dla określenia obszarów zamieszkiwanych przez ludność polskojęzyczną, głównie wyznania ewangelickiego), Powiśle (nazwa historycznie używana w stosunku do dorzecza Wisły i Nogatu, współcześnie używana do określenia ziem na zachód od Pasłęki, dla których do dzisiaj nie znaleziono odpowiedniego desygnatu w języku polskim), część ziemi chełmińskiej (Ziemia Lubawska i Nowe Miasto Lubawskie), jak również niewielki skrawek Żuław (okolice Elbląga) oraz historycznego Mazowsza (gm. Janowo i Janowiec Kościelny).

- turystyka historyczna

Warmia i Mazury oferują odwiedzającym o wiele więcej niż tylko piękno przyrody lasów i jezior. Burzliwa historia i przechodzenie tego terenu z rąk do rąk sprawiło, że spuścizna dawnych dziejów jest tu szczególnie bogata. I tak można znaleźć tu zarówno potężne warownie krzyżackie, zabytki techniki, architektury - zamki i sanktuaria, jak i nieco świeższe pamiątki po nie tak odległych czasach wojen światowych – na czele ze słynnym Wilczym Szańcem, kwaterą Adolfa Hitlera.

- zabytki jako produkty historyczne

3. Pan Zbigniew Waśkowicz, pracownik Warmińsko-Mazurskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego, temat: „Zmiany zachodzące w agroturystyce na przełomie lat 2000-2010”.

W prezentacji zostały przedstawione:

- definicje: agroturystyki, turystyki wiejskiej, ekoturystyki, gospodarstwa agroturystycznego i obiektu turystyki wiejskiej
- początki agroturystyki, agroturystyka w liczbach i zmiany w strukturze gospodarstw agroturystycznych
- działanie W-MODR na rzecz rozwoju agroturystyki:

-udzielanie konsultacji w zakresie przygotowania i wyposażenia obiektów agroturystycznych, estetyki domu i otoczenia, obowiązujących przepisów sanitarnych i prawnych oraz zagadnień ekonomicznych,
-opracowywanie planów przedsięwzięć gospodarczych,
-pomoc w przygotowaniu dokumentacji niezbędnej przy ubieganiu się o środki finansowe z funduszy UE, w szczególności na; różnicowanie działalności rolniczej zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów,
-organizowanie różnych formy współzawodnictwa, mających na celu poprawę jakości usług i promocję produktów lokalnych między innymi: konkursy („Zielone Lato” - na najlepsze gospodarstwo agroturystyczne, „Nasze Kulinarne Dziedzictwo”),
-organizowanie szkoleń i spotkań o zróżnicowanej tematyce związanej z prowadzeniem gospodarstw agroturystycznych,

-
- rola i działalność stowarzyszeń agroturystycznych

4. Wizyta studyjna w gospodarstwie agroturystycznym, którego właścicielem jest Pani Mariola Platte, właścicielka gospodarstwa agroturystycznego, prezes Zachodnio-Mazurskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej, połączona z wykładem nt. „ Agroturystyka - ciekawa praca dla ciebie, rodziny i sąsiadów”. Po powitaniu gości została historia powstania gospodarstwa agroturystycznego i jego stopniowego rozwoju. Pierwotna myśl o agroturystyce powstała w wyniku upadku gospodarstwa nastawionego na produkcję owczarską. Gospodarstwo jest atrakcyjnie usytuowane w sąsiedztwie stawu wodnego i w znacznej odległości od drogi co tworzy klimat ciszy i spokoju. Pierwotna oferta wynajmu pokoi została poszerzona o wynajem samodzielnego domku, który został sfinansowany w ramach programu Sapard Domek na parterze wyposażono w salon z kominkiem a na poddaszu dwa pokoje do spania. Domek wybudowano nieco na uboczu co zapewnia pełną prywatność gościom. W budynku mieszkalnym oprócz pokoi do spania urządzono bardzo gustownie wyposażony salon (meble antyczne) oraz pokój stołowy w którym również można przeprowadzić wykład. Do całości przygotowano odrębne wejście z którego nie korzystają domownicy. Goście mogą skorzystać z całodziennego wyżywienia, mogą zakupić produkty wytwarzane w gospodarstwie a także złować rybę na pobliskim stawie. Woda w łazience podgrzewana jest przez panele słoneczne.

W prezentacji zostały przedstawione:

- agroturystyka – ciekawa praca dla ciebie, rodziny i sąsiadów
- ekologia w domu i zagrodzie
- jak dyskretne uczyć gości zachowań
- promocja żywności ekologicznej i produktów lokalnych
- przykłady smaków na szlaku kulinarnym
- organizacja czasu wolnego w plenerze i pod dachem
- usługi dodatkowe związane z aktywnym wypoczynkiem
- jak skutecznie wypromować nowe gospodarstwo agroturystyczne

Na zakończenie wystąpienia prelegentka przytoczyła kilka przykładów w celu potwierdzenia tezy, że Agroturystyka stwarza zatrudnienie i generuje nowe miejsca pracy poprzez:

- aktywizację otoczenia niezbędną do prowadzenia tej działalności tj. miejscowy handel, pomoc gospodarzom w przygotowywaniu posiłków, sprzątaniu, koszeniu trawy, porządkowanie obejścia itp.
- proces przekształcania się oferty agroturystycznej na pensjonat, gdzie związku ze zwiększeniem liczby przyjmowanych gości zatrudnia się na stałe pracowników – prelegentka podała kilka przykładów takich zmian.

Dzień II **6 kwietnia 2011r.**

1. Część warsztatowa drugiego dnia seminarium rozpoczęła się od prezentacji pt. „Promocja bez cudów na przykładzie kampanii Mazury cud natury”.

Pan Grzegorz Pawlak, wykładowca na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, właściciel Agencji Usług Medialnych zreferował temat działań promocyjnych, ich skuteczności i efektywności

Tezy do wystąpienia

1. Reklama i promocja - zamiast wstępu
2. Praktyczny przewodnik po współczesnych mediach
3. Zabronione – dozwolone: nowe formy reklamy i promocji
4. Wyróżnij się albo giń – kilka zasad głównych
5. Standard i fajerwerki, czyli przymiarka do budżetu
6. Cud natury - jak to robią na Mazurach
7. Wnioski, pytania i odpowiedzi

Wyjaśnienie podstawowych pojęć (tezy 1-4):

Czym się różni reklama od marketingu?

Podstawowe 4P marketingu to:

Product – [Produkt](#)

Price – [Cena](#)

Place – Dystrybucja

Promotion – Promocja

Reklama jest jedną ze składowych czwartego elementu marketingu mix -Promocji.

Marketing nie równa się Reklamie. Reklama jest jedynie jedną ze składowych Marketingu.

Reklama jest: pojedynczym elementem procesu marketingowego, tworzy historie produktów lub usług w

taki sposób, aby zwrócić na nie uwagę konsumentów. Reklama jest płatną formą publicznego komunikatu wykorzystującego różnorodne środki przekazu (telewizja, gazety, billboardy, radio, internet) do rozpowszechniania informacji o towarach, usługach. Komunikat jest kierowany do obecnych i potencjalnych klientów – w tym przypadku odbiorców kampanii Mazury Cud Natury. Natomiast marketing to: systematyczne planowanie, wdrażanie oraz kontrola wszystkich działań biznesowych. Marketing jest procesem, który jest realizowany od momentu powstania firmy poprzez cały okres jej obecności na rynku.

Autor prelekcji przedstawił różnorodne formy prowadzenia kampanii: w prasie, Internecie, mediach elektronicznych.

Wybrane przykłady nowoczesnych form promocji były prezentowane słuchaczom.

Omówienie kampanii Mazury Cud Natury (tezy 5-7)

Koordynator kampanii: Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego

Kampania została prowadzona pod hasłem „Mazury Cud Natury”, które stało się „live motivem” wszelkich działań promocyjnych.

W prace te włączyły się lokalne samorządy, zwłaszcza leżące w obrębie Wielkich Jezior Mazurskich, które po raz pierwszy zaczęły działać razem, w jednym celu: promocji Mazur i regionu jako kandydata do miana światowego cudu

KALENDARIUM DZIAŁAŃ

2008 r. – 400 kandydatur z 224 państw

01.2009 r. – 261 nominacji z 222 państw

07.2009 r. – Mazury na miejscu 1. w swojej kategorii (krajobrazy i formacje polodowcowe)

07.07.2009 r. – Koniec głosowania w II etapie konkursu

09.07.2009 r. – Mazurskie Jeziora i Puszcza Białowieska w gronie 71 półfinalistów konkursu

21.07.2009 r. – Panel Ekspertów wybiera 28 finalistów konkursu MAZURY W FINALE !!! Rozpoczyna się ostatni etap konkursu

11.11.2011 r. – Ogłoszenie 7 Nowych Cudów Natury

Autor prelekcji przedstawił film „Mazury – siódmy cud powszedni” prezentujący szanse rozwoju turystycznego (w tym agroturystyki) na Mazurach.

Forma interaktywna

Słuchacze ocenili skuteczność działań promocyjnych na przykładzie haseł promujących miasta (w tym te, skąd przyjechali na szkolenie).

2. Pani Małgorzata Ofierska, Prezes LGD „Warmiński Zakątek”, temat: „Współpraca gospodarstw agroturystycznych w ramach inicjatyw klastrowych”.

W prezentacji zostały przedstawione:

- porównanie walorów województwa Podlaskiego i Warmińsko – Mazurskiego
- klaster; definicja, cel inicjatywy klastra, cele działania klastra, procesy w klastrach
- etapy tworzenia i elementy produktu turystycznego i markowego
- warunki wyboru oferty turystycznej i potrzeby turystów
- cech i składniki produktu turystycznego na wsi

- elementy projektowe inicjatyw klajstrowych
 - opracowanie dokumentów operacyjnych rozwoju klastra
 - doradztwo prawne i marketingowe
 - nowe inicjatywy klajstrowe
 - organizacja warsztatów i spotkań promujących rozwój klastra
 - przeprowadzenie badań analitycznych
 - projektowanie, tworzenie i obsługa baz danych portali stron internetowych

3. Pan Piotr Romanowski, prezes Stowarzyszenia Ekologiczno-Artystycznego „Ręką Dzieło”, temat: „Działalność stowarzyszenia „Ręką Dzieło” na rzecz promocji regionu i wykorzystania potencjału lokalnej społeczności”,

Stowarzyszenie Ekologiczno-Artystyczne „Ręką Dzieło” tworzy grupa osiadłych na Warmii artystów, mająca swój duchowy rodowód w rewolucji kulturalnej końca lat 60-tych.

stowarzyszenie bierze udział w budowaniu tożsamości kulturowej na Warmii, gdzie została przerwana naturalna ciągłość tradycji, rejestruje przejawy sztuki i artystycznej kreatywności jako motoru życia; wspiera wiejskich artystów poprzez:

- promowanie i wzmacnianie regionalnej twórczości.
- ochronę środowiska
- edukację i szkolenia.
- działania na rzecz integracji społecznej.
- przeciwdziałanie bezrobociu i patologii powodowanej ubóstwem.

W prezentacji zostały przedstawione przeprowadzone działania:

- III Letni Jarmark Sztuki i Ręką Dzieła Jonkowo 2006
- warsztaty artystyczne i rzemieślnicze
- tworzenie lokalnego Szlaku Rękodzieła i produktów regionalnych
- inspirowanie i angażowanie mieszkańców wsi
- stałe kontakty z galeriami kraju
- 12 slajdów prezentujących dzieła twórców współpracujących ze stowarzyszeniem