



## **ROLA STOWARZYSZEŃ AGROTURYSTYCZNYCH W PROMOCJI AGROTURYSTYKI W INTERNECIE ORAZ W STOSOWANIU INNYCH INSTRUMENTÓW KOMUNIKACJI Z RYNKIEM**

**Arkadiusz Niedziółka<sup>1</sup>**

Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie  
Wydział Rolniczo-Ekonomiczny

**Streszczenie:** Agroturystyka to forma turystyki wiejskiej związana z wypoczynkiem turystów w obrębie czynnych gospodarstw rolnych. Jej rozwój uwarunkowany jest przede wszystkim atrakcyjnymi walorami przyrodniczymi oraz interesującą ofertą wypoczynku. Usługi agroturystyczne wspierane są przez różne podmioty i organizacje, wśród których prym wiodą stowarzyszenia agroturystyczne. Głównym celem artykułu jest zaprezentowanie roli małopolskich stowarzyszeń agroturystycznych w promocji ofert swoich członków. Skupiono się głównie na reklamie internetowej, ale również przedstawiono inne instrumenty komunikacji z rynkiem stosowane przez stowarzyszenia. Aby zrealizować postawiony cel główny, przeprowadzono latem 2019 roku badania jakościowe z prezesami trzech stowarzyszeń agroturystycznych z województwa małopolskiego: Galicyjskich Gospodarstw Gościennych, Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego oraz Stowarzyszenia Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda. Metodę badawczą stanowił sondaż diagnostyczny, a technikę badawczą kwestionariusz wywiadu. Cele szczegółowe dotyczyły historii rozwoju stowarzyszeń agroturystycznych w Polsce oraz ich najważniejszych zadań, w tym szczególnie działalności promocyjnej.

**Słowa kluczowe:** agroturystyka, promocja, stowarzyszenie agroturystyczne

**DOI:** 10.17512/znpcz.2019.4.08

### **Wprowadzenie**

Początki rozwoju agroturystyki w Polsce można datować na początek lat 90. ubiegłego wieku. W okresie tym, dzięki wsparciu pracowników ośrodków doradztwa rolniczego, w różnych regionach kraju zaczęły powstawać gospodarstwa agroturystyczne, stanowiące wówczas nowy rodzaj wiejskiego obiektu noclegowego. Poprzez wynajmowanie pokoi gościennych turystom rolnicy mogli uzyskiwać dodatkowy dochód pochodzący ze źródeł pozarolniczych, przy najczęściej niskich dochodach wypracowanych we własnym gospodarstwie rolnym. Oprócz wspomnianych ośrodków doradztwa rolniczego, w tamtym czasie usługami agroturystycznymi zainteresowały się również władze lokalne w gminach oraz powstające organizacje w formie stowarzyszeń powoływane przez rolników zajmujących się agroturystyką.

---

<sup>1</sup> Arkadiusz Niedziółka, dr, [arkadiusz.niedziolka@urk.edu.pl](mailto:arkadiusz.niedziolka@urk.edu.pl), ORCID: 0000-0003-2546-41

Były to stowarzyszenia agroturystyczne, które od początku swojej działalności zajęły się szeroką działalnością promocyjną agroturystyki oraz współpracą w tym zakresie z innymi organizacjami.

W Polsce najwyższym aktem prawnym regulującym istnienie stowarzyszeń jest Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483). W jej artykule 12 zapisano: „Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność tworzenia i działania związków zawodowych, organizacji społeczno-zawodowych rolników, stowarzyszeń, ruchów obywatelskich, innych dobrowolnych zrzeszeń oraz fundacji”.

Stowarzyszenie jest dobrowolnym, samorządnym i trwałym zrzeszeniem o celach niezarobkowych. Działalność jego oparta jest na społecznej pracy członków, co jednak nie wyklucza możliwości zatrudnienia osób spośród swoich członków lub osób spoza stowarzyszenia. Osoby zakładające stowarzyszenie, uchwalają jego statut i wybierają komitet założycielski. W statucie w szczególności określa się (Brzozowski 2005, s. 8):

- nazwę, siedzibę stowarzyszenia oraz teren jego działania,
- cele postawione przez stowarzyszenie i sposoby ich realizacji,
- sposób nabywania członkostwa,
- prawa i obowiązki członków,
- władze stowarzyszenia i ich kompetencje,
- sposób reprezentowania stowarzyszenia,
- zaciąganie zobowiązań majątkowych.

Od wejścia w życie ustawy o stowarzyszeniach w 1989 roku, aż do maja 2016 roku warunkiem utworzenia stowarzyszenia było przystąpienie do niego minimum 15 osób. W dniu 20 maja 2016 r. zmieniły się natomiast przepisy dotyczące zakładania stowarzyszeń i od tego czasu prawnie minimum 7 osób ma prawo do założenia tej organizacji.

Stowarzyszenia działają również w branży turystycznej, a przykładem ich działalności w Polsce są wspomniane już stowarzyszenia agroturystyczne. Zrzeszają one przede wszystkim rolników posiadających gospodarstwa agroturystyczne, ale niekiedy i inne obiekty świadczące usługi noclegowe. Stowarzyszenia te powoływane są do realizacji celów wyszczególnionych w ich statutach. Często cele statutowe związane są z informowaniem potencjalnych turystów o walorach turystycznych danego regionu, tj. opracowania, publikowanie oraz rozprowadzanie map, broszur i informatorów (Sznajder, Przezbórska 2006, s. 136).

## **Rozwój stowarzyszeń agroturystycznych w Polsce i ich zadania**

Pierwsze stowarzyszenie agroturystyczne w Polsce zostało założone w 1991 roku na Suwalszczyźnie. Była to pierwsza tego typu organizacja i nosiła nazwę Suwalska Izba Rolniczo-Turystyczna. W następnych latach zaczęły powstawać kolejne stowarzyszenia w różnych regionach kraju. W połowie 1995 roku, kiedy rozpoczęto pierwsze badania nad działalnością stowarzyszeń agroturystycznych, istniało ich już 16 (Strzembicki 2003, s. 21).

W 2004 roku, czyli w roku akcesji Polski do Unii Europejskiej, działało w Polsce 31 stowarzyszeń agroturystycznych oraz dodatkowo 14 podobnych organizacji działających na rzecz rozwoju agroturystyki. Kolejność czasową oraz podmiotowość powstających organizacji w wybranych latach do czasu wejścia Polski do UE zaprezentowano w *Tabeli 1*.

**Tabela 1. Organizacje działające w Polsce na rzecz agroturystyki w wybranych latach w przedziale 1991-2004**

Rodzaje organizacji wyodrębnione z nazw	Liczba w wybranych latach						
	1991	1993	1994	1995	1999	2001	2004
Stowarzyszenia agroturystyczne	0	2	4	14	27	23	31
Izby rolniczo-turystyczne	1	1	1	1	1	1	1
Towarzystwa rolniczo-turystyczne	0	0	0	1	2	2	1
Związki turystyczne	1	2	3	3	2	2	6
Stowarzyszenia kwaterodawców	0	0	0	1	1	3	1
Stowarzyszenia turystyki wiejskiej	0	0	1	1	1	2	4
Stowarzyszenia agroekoturystyczne	0	0	0	0	1	1	2
Ogółem	2	5	9	21	35	34	46

Źródło: (Wojciechowska 2018, s. 119)

Dzięki pełnoprawnemu członkostwu Polski w Unii Europejskiej polskie organizacje non-profit uzyskały możliwość ubiegania się o środki unijne na swoją działalność. Stowarzyszenia agroturystyczne miały prawo aplikować o wsparcie ze źródeł unijnych m.in. z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 oraz w bieżącej edycji PROW na lata 2014-2020. W latach 2007-2013 także rolnicy prowadzący gospodarstwa agroturystyczne mogli ubiegać się o wsparcie finansowe z PROW w formie refundacji części poniesionych inwestycji na rozwój swojej działalności (Opioła (red.) 2010, s. 14).

W pierwszych latach członkostwa Polski w UE stowarzyszenia agroturystycznie działały we wszystkich regionach kraju. Według danych szacunkowych w 2007 roku funkcjonowało ich około 120 (Zuba, Zuba 2007, s. 152). Na podstawie natomiast obliczeń G. Forsyia, odwołujących się do danych zamieszczonych w Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich, w 2016 roku można było doliczyć się w Polsce 128 stowarzyszeń agroturystycznych (Foryś 2017, s. 100).

Wiele stowarzyszeń agroturystycznych współpracuje w rozwoju agroturystyki z różnymi podmiotami. Często kooperacja taka ma miejsce z władzami lokalnymi w gminach, z ośrodkami doradztwa rolniczego, z lokalnymi grupami, działami czy lokalnymi organizacjami turystycznymi. Współpraca z wymienionymi organizacjami często opiera się na wspólnych działaniach promocyjnych oraz na współorganizowaniu kursów i szkoleń agroturystycznych.

Władze samorządowe w gminach posiadających atrakcyjne walory przyrodnicze w procesie zarządzania lokalną agroturystyką mogą wspierać powstawanie na swoim terenie stowarzyszeń agroturystycznych (Herbst 2002, s. 101). Mogą również wspierać inicjatywy dążące do powstawania na ich terenie kół lub filii tych organizacji. Należy zgodzić się z B. Lane i J. Majewskim (2001, s. 283), że władze lokalne mogą odgrywać ważną rolę w zarządzaniu rozwojem agroturystyki, przede wszystkim w działalności promocyjnej poprzez uczestnictwo członków rady gminy w organizacjach zajmujących się turystyką wiejską, zatem także i w stowarzyszeniach agroturystycznych. Z kolei współpraca stowarzyszeń z ośrodkami doradztwa rolniczego najczęściej dotyczy wspólnej organizacji szkoleń na temat prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego. Do ogólnych natomiast zadań informacyjno-doradczych świadczonych przez ODR-y na rzecz rozwoju agroturystyki można zaliczyć (Sikora 2012, s. 196):

- prowadzenie szkoleń dla rolników i innych mieszkańców wsi w zakresie rozwoju przedsiębiorczości,
- promocję produktów lokalnych i regionalnych,
- podejmowanie działań na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego,
- promocję wsi jako atrakcyjnego miejsca na wypoczynek,
- prowadzenie szkoleń nt. możliwości uzyskania wsparcia finansowego na rozwój agroturystyki ze środków unijnych.

Do najważniejszych zadań stowarzyszeń agroturystycznych, realizowanych przez nie samodzielnie, można zaliczyć (Jalinik 2005, s. 43):

- pomoc doradczą,
- ochronę interesów turystów,
- udział w krajowych oraz zagranicznych giełdach i targach turystycznych,
- rozwój współpracy z lokalnymi władzami samorządowymi i zespołami doradztwa rolniczego,
- prowadzenie szkoleń,
- przeglądy obiektów agroturystycznych,
- przyznawanie znaku graficznego – logo – dla gospodarstw agroturystycznych,
- organizowanie własnego systemu sprzedaży,
- przygotowywanie ofert agroturystycznych,
- wspieranie i popularyzowanie działalności agroturystycznej mieszkańców wsi.

Wśród zadań stowarzyszeń najczęściej podkreśla się ich rolę w promocji agroturystyki. Organizacje promują usługi turystyczno-wypoczynkowe swoich członków głównie przez własne strony internetowe, a także poprzez wydawnictwa i wyjazdy na giełdy agroturystyczne. Bardzo skuteczna w agroturystyce jest reklama internetowa, ponieważ Internet ma wiele zalet (Marcinkiewicz 2003, s. 76):

- Stanowi możliwość taniego i szybkiego przekazania dużej ilości informacji.
- Jest tanim i szybkim sposobem kontaktu ze współpracownikami i potencjalnymi turystami.
- Ma możliwości natychmiastowej reakcji klientów.
- Jest dostępny 24 godziny na dobę.

Internet współcześnie staje się narzędziem, które wspomaga i ułatwia pracę wielu firmom turystycznym i organizacjom (Oleksiuk 2007, s. 240). Stosują go oczywiście także stowarzyszenia agroturystyczne, ponieważ dzięki reklamie on-line istnieje możliwość szybkiego dotarcia do wielu osób zainteresowanych wypoczynkiem na wsi w gospodarstwach agroturystycznych.

## Wyniki badań

Z prezesami trzech stowarzyszeń agroturystycznych w Małopolsce przeprowadzono badania na temat działalności tych organizacji, głównie w zakresie promocji agroturystyki. Dwa stowarzyszenia, mianowicie Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne oraz Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne, zrzeszone są w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej – Gospodarstwa Gościnne. Pierwsza organizacja, założona w 1993 roku, była nawet współzałożycielem Federacji w 1996 roku. Z kolei Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne powstało w 2009 roku, kiedy opuściło Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne, wówczas jako ich Pienińsko-Podhalański Oddział. Trzecia poddana badaniom organizacja – Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda nie należy do ogólnokrajowej Federacji.

Obecna liczba członków trzech badanych stowarzyszeń agroturystycznych, w tym liczba zrzeszonych w nich gospodarstw agroturystycznych, przedstawiona jest w Tabeli 2.

**Tabela 2. Liczba członków badanych stowarzyszeń agroturystycznych w 2019 roku, w tym liczba gospodarstw agroturystycznych**

Stowarzyszenie agroturystyczne	Liczba członków	Liczba gospodarstw agroturystycznych
Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne	56	54
Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	70	28
Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda	26	9
Ogółem	152	91

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród innych członków stowarzyszeń prezesi najczęściej wymieniali kwatery prywatne, które również, tak jak gospodarstwa agroturystyczne, udostępniały pokoje gościnne turystom.

Do najważniejszych zadań stowarzyszeń agroturystycznych zalicza się działalność promocyjną (Lechwar, Filip 1998, s. 108; Karczewska, Sikora 2005, s. 199; Niedziółka 2008, s. 77; Zawadka 2010, s. 112). W związku z tym następane pytanie ankietowe dotyczyło rodzajów narzędzi promocyjnych stosowanych w działalności stowarzyszeń.

Jedną z najpopularniejszych i ogólnie dostępnych form promocji stosowanych przez badane stowarzyszenia agroturystyczne jest reklama internetowa. Rozmówcy

stwierdzili, że promują usługi turystyczne swoich członków zarówno na własnym portalu stowarzyszenia, jak i na oficjalnych stronach gmin, na terenie których działają zrzeszone u nich gospodarstwa agroturystyczne i inne podmioty, np. pensjonaty czy kwatery prywatne. Uważają oni reklamę agroturystyki w Internecie za najskuteczniejszą.

Prezesi badanych stowarzyszeń wskazali ponadto na inne wykorzystywane instrumenty marketingowe w promocji. Każda organizacja promuje się na targach i giełdach agroturystycznych. To jedna z podstawowych form *public relations*,

często skuteczna, ale jednak kosztowna. Wymaga bowiem przygotowania materiałów informacyjnych, upominków dla odwiedzających stoisko, opłat za usytuowanie stoiska, przygotowania transportu oraz poniesienia innych kosztów związanych z uczestnictwem w targach (Mikuta, Żelazna 2004, s. 150). Stowarzyszenia prowadzą również działalność wydawniczą i promują oferty wypoczynkowe swoich członków np. w katalogach agroturystycznych. Zdarza się ponadto, że przedstawiciele stowarzyszenia, głównie zarządu, uczestniczą w konferencjach naukowych, które tak jak i giełdy stanowią wzorcowe przykłady działań *public relations*.

Prezesi dwóch stowarzyszeń: Galicyjskich Gospodarstw Gościennych oraz Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego z racji członkostwa w Federacji Gospodarstwa Gościennne mają możliwość promowania się ponadto w wydawnictwach Federacji oraz na jej oficjalnej stronie internetowej.

W zarządzaniu promocją usług agroturystycznych badane organizacje współpracują z różnymi podmiotami. Wszystkie trzy stowarzyszenia kooperują w tym zakresie z gminami, na terenie których działają ich członkowie. Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda współpracuje ponadto z Lokalną Grupą Działania Piękna Ziemia Gorczańska oraz z Gorczańskim Parkiem Narodowym, a Góralskie Stowarzyszenia Agroturystyczne z trzema lokalnymi grupami działania:

- Stowarzyszeniem LGD Gorce-Pieniny,
- Stowarzyszeniem Rozwoju Spisza i Orawy,
- Podhalańską Lokalną Grupą Działania.

Stowarzyszenia agroturystyczne mogły w przeszłości, co już wcześniej zaznaczono, korzystać ze wsparcia różnych działań i programów unijnych. W związku z tym kolejne pytanie ankietowe odnosiło się do korzystania przez stowarzyszenia z tych źródeł.

Prezes Galicyjskich Gospodarstw Gościennych zakomunikował, że do tej pory jego stowarzyszenie dwa razy otrzymało wsparcie z Unii Europejskiej. W 2000 roku zdobyto środki z Lien Partnership na projekt „Rozwój turystyki i agroturystyki na Orawie”, a w 2011 roku z programu dla małych przedsiębiorstw na projekt: „Promocja i rozwój turystyki i agroturystyki w Dolinie Raby”. Ankietowany dodał, że nie podjęto jeszcze decyzji o ponownym aplikowaniu o środki unijne w przyszłości.

Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne zrealizowało dwa projekty turystyczne z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 z Programu LEADER. Pierwszy projekt pt. „Góralskie okno na świat przez Internet – promocja regionu poprzez utworzenie strony internetowej Stowarzyszenia” zrealizowano w okresie lat 2010-2011 wspólnie z Lokalną Grupą Działania Gorce-Pieniny. Drugi

projekt pt. „Opracowanie i wydanie katalogu agroturystycznego promującego walory turystyczne regionu objętego działaniem LGD Spisz i Okolice oraz najbliższych okolic” został zrealizowany w latach 2011-2012 także z LEADERA. Zrealizowano go wspólnie ze Stowarzyszeniem Rozwoju Spisza i Orawy. Finalizacją projektu było wydanie 5 tys. egzemplarzy katalogu z ofertą agroturystyczną członków Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego. Podobnie jak w przypadku prezesa Galicyjskich Gospodarstw Gościennych prezesa Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego nie podjął jeszcze decyzji odnośnie aplikowania o wsparcie unijne w przyszłości.

Z kolei prezes Stowarzyszenia Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda stwierdził, że w 2012 roku uzyskano wsparcie finansowe z Programu LEADER na realizację projektu pt. „W Górcach spotkaj się z niedźwiedziem”, wspólnie z Lokalną Grupą Działania Stowarzyszenie Piękna Ziemia Gorczańska. Dodał, że w przyszłości Stowarzyszenie zamierza starać się o ponowne wsparcie finansowe z działań unijnych.

W zarządzaniu stowarzyszeniem agroturystycznym ważną jest organizacja kursów i szkoleń agroturystycznych dla jego członków, a nawet dla mieszkańców obszarów wiejskich, planujących w przyszłości udostępnianie pokoi gościennych turystom w swoich domach. Dlatego następnymi pytaniami dotyczyły organizacji takich przedsięwzięć w przeszłości, ewentualnej współpracy z innymi podmiotami przy prowadzeniu szkoleń oraz planów związanych z organizacją kursów agroturystycznych w przyszłości.

Galicyjskie Gospodarstwa Gościenne organizowały do tej pory kursy agroturystyczne tylko dla swoich członków. W ich organizacji współpracowały z Centrum Doradztwa Rolniczego w Krakowie oraz z Małopolskim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego w Karniowicach. Na pytanie o zamiar organizacji szkoleń w przyszłości prezes odpowiedział, że „na razie nie podjęto decyzji”.

W przypadku Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego – jego prezes wskazał na organizację kursów agroturystycznych jedynie dla swoich członków. Kursy te były organizowane wspólnie ze Stowarzyszeniem Lokalna Grupa Działania Gorce-Pieniny.

Prezes Stowarzyszenia Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda stwierdził natomiast, że organizowano w przeszłości szkolenia zarówno dla członków Stowarzyszenia, jak i dla osób spoza organizacji. Były one organizowane wspólnie z ośrodkiem doradztwa rolniczego, Agencją Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Lokalną Grupą Działania Piękna Ziemia Gorczańska oraz z Gorczańskim Parkiem Narodowym. Rozmówca dodał, że również w przyszłości planuje się zorganizować kursy agroturystyczne dla osób zrzeszonych, jak i będących poza Stowarzyszeniem.

Zapytano także w ankiecie o źródła finansowania działalności stowarzyszeń. Wszystkie organizacje utrzymują się ze składek członkowskich oraz ze środków unijnych. Prezes Galicyjskich Gospodarstw Gościennych wskazał ponadto na fundusze pozyskiwane od nielicznych sponsorów.

Zadano również pytanie o największe bariery w działalności stowarzyszenia. Rozmówcy wymieniali następujące:

- brak zaangażowania członków stowarzyszenia w jego działalność,
  - starzenie się osób prowadzących działalność agroturystyczną,
  - brak zainteresowania tą działalnością przez osoby młode,
  - niską dochodowość z prowadzonej działalności,
  - konieczność systematycznego inwestowania w obiekty celem sprostanania aktualnym wymagom klientów,
  - zmniejszające się zainteresowanie ofertą agroturystyczną wśród społeczeństwa na korzyść wyjazdów zagranicznych,
  - brak programów krajowych i unijnych zachęcających do rozwoju tej działalności.
- Ostatnie pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło planów Stowarzyszenia na najbliższą przyszłość. Wszyscy trzej rozmówcy wymienili różne plany, jednak w większości dotyczyły one marketingu i działalności promocyjnej. Są one uwzględnione w Tabeli 3.

**Tabela 3. Plany działalności Stowarzyszenia Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne**

Stowarzyszenie agroturystyczne	Plany
GGG	<ul style="list-style-type: none"> <li>–promowanie istniejących gospodarstw i prowadzonej przez nich działalności, także poprzez udział w targach i imprezach targowych i wystawienniczych;</li> <li>–promocja produktów regionalnych oraz tradycyjnej działalności kulinarnej i potraw regionalnych;</li> <li>–dalsza współpraca z gminami i samorządami w celu promocji atrakcji turystycznych gmin i regionów, gdzie prowadzona jest działalność agroturystyczna;</li> <li>–udział w szkoleniach i kongresach turystycznych w celu zapoznania się z aktualnymi przepisami prawnymi, tendencjami i kierunkami rozwijania działalności w tej branży;</li> <li>–pomoc i doradztwo gospodarstwom w planowanych działaniach inwestycyjnych, np. w wymogach przy wyposażeniu i remontach pokoi oraz otoczenia domów;</li> <li>–przekazywanie informacji o zmianach w przepisach i wymogach prowadzonej działalności.</li> </ul>
GSA	<ul style="list-style-type: none"> <li>–dalsza działalność promocyjna;</li> <li>–współpraca z lokalnymi grupami działania w zakresie promocji oraz w realizacji projektów turystycznych;</li> <li>–organizowanie kursów agroturystycznych.</li> </ul>
SGEiAG	<ul style="list-style-type: none"> <li>–stworzenie na obszarze działalności stowarzyszenia zagród edukacyjnych i punktów z pamiątkami, m.in. wyrobów rękodzielnictwa;</li> <li>–założenie ekomuzeum.</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



## Podsumowanie

Stowarzyszenia agroturystyczne są ważnymi podmiotami uczestniczącymi w procesie zarządzania agroturystyką w Polsce. W działalności marketingowej stowarzyszeń na czoło wysuwa się prowadzona przez nie polityka promocyjna. Promują usługi swoich członków głównie na swoich oficjalnych portalach internetowych. Promują je także we własnych wydawnictwach oraz podczas wyjazdów na targi i giełdy agroturystyczne.

Na podstawie przeprowadzonych badań z prezesami trzech małopolskich stowarzyszeń agroturystycznych można stwierdzić, że:

- Reklama internetowa jest najbardziej skuteczną formą komunikacji z rynkiem, następnie wydawnictwa, głównie katalogi agroturystyczne oraz giełdy agroturystyczne.
- W działalności promocyjnej stowarzyszenia współpracują z gminami, na obszarach których działają ich członkowie, oraz w przypadku Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego i Galicyjskich Gospodarstw Agroturystycznych z Polską Federacją Turystyki Wiejskiej Gospodarstwa Gościnne.
- Stowarzyszenia korzystały w przeszłości ze wsparcia unijnego w swojej działalności na realizację różnych projektów, przede wszystkim z Programu LEADER.
- Wszystkie badane organizacje zamierzają w dalszym ciągu prowadzić działalność promocyjną i współpracować w tym zakresie z różnymi podmiotami.
- Do największych barier w działalności stowarzyszeń można zaliczyć m.in. brak zaangażowania się ich członków w działalność stowarzyszeń, niską dochodowość z prowadzonej działalności oraz zmniejszające się zainteresowanie agroturystyką wśród społeczeństwa na korzyść wyjazdów zagranicznych.

## Literatura

1. Brzozowski B. (2005), *Tworzenie lokalnych organizacji rozwoju turystyki typu „non-profit”*, [w:] Musiał W., Kania J., Leśniak L. (red.), *Agroturystyka i usługi towarzyszące*, Małopolskie Stowarzyszenie Doradztwa Rolniczego z siedzibą w Akademii Rolniczej w Krakowie, Kraków.
2. Foryś G. (2017), *Stowarzyszenia agroturystyczne w Polsce jako składnik nowego ruchu społecznego*, [w:] Wojciechowska J. (red.), *Sieci współpracy w turystyce wiejskiej. Stan obecny i nowe wyzwania*, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie, Kraków-Łódź.
3. Herbst K. (2002), *Agroturystyka. Materiały szkoleniowe*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki, Warszawa.
4. Jalinik M. (2005), *Typologia gospodarstw agroturystycznych jako determinanta rozwoju usług*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok.
5. Karczewska M., Sikora J. (2005), *Działalność lokalnych stowarzyszeń agroturystycznych w opinii kwaterodawców*, [w:] Kryński Z., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie, Krosno.
6. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. uchwalona przez Zgromadzenie Narodowe w dniu 2 kwietnia 1997 r., przyjęta przez Naród w referendum konstytucyjnym w dniu 25 maja 1997 r., podpisana przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w dniu 16 lipca 1997 r. (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483).

7. Lane B., Majewski J. (2001), *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*, Fundacja Fundusz Współpracy, Poznań.
8. Lechwar M., Filip P. (1998), *Rola lokalnych stowarzyszeń agroturystycznych w promocji turystyki wiejskiej*, [w:] Wiatrak A.P. (red.), *Marketing i produkty markowe w turystyce wiejskiej*, Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie w Poznaniu, Poznań.
9. Mikuta B., Żelazna K. (2004), *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa.
10. Niedziółka A. (2008), *Działalność stowarzyszeń agroturystycznych jako ważna determinanta rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim*, „Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica”, t. 51.
11. Oleksiuk A. (2007), *Marketing usług turystycznych*, Difin, Warszawa.
12. Opióła A. (red.) (2010), „Agroturystyka” nr 1(3) – luty/marzec 2010, Wydawnictwo Metafora, Opole.
13. Sikora J. (2012), *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, C.H. Beck, Warszawa.
14. Strzembicki L. (2003), *Instytucjonalne aspekty zarządzania turystyką wiejską w Polsce. Podstawowe problemy i tendencje*, „Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie”, z. 90.
15. Sznajder M., Przezbórska L. (2006), *Agroturystyka*, PWE, Warszawa.
16. Wojciechowska J. (2018), *Agroturystyka. Signum turystyki i obszarów wiejskich*, PWE, Warszawa.
17. Zawadka J. (2010), *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
18. Zuba J., Zuba M. (2007), *Analiza stopnia integracji wybranych stowarzyszeń agroturystycznych w krajowej federacji agroturystycznej*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, nr 62(1).

## THE ROLE OF AGRITOURISM ASSOCIATIONS IN THE PROMOTION OF AGRITOURISM ON THE INTERNET AND IN THE USE OF OTHER INSTRUMENTS OF COMMUNICATION WITH THE MARKET

**Abstract:** Agritourism is a form of tourism in which tourists spend their leisure time on active farms. Its development is most of all determined by an attractive environment and an interesting holiday offer. Agritourism services are supported by various entities and organizations, among which agritourism associations are the leading ones. The main purpose of the article is to present the role of Malopolska agritourism associations in promoting its members' offers. The focus was mainly on online advertising but also other market communication instruments used by these associations were presented. To achieve the main purpose, the Author conducted qualitative research with the presidents of three agritourism associations from Malopolskie voivodeship: “Galician Hospitable Farms”, “Highlander Agritourism Association” and “Gazda Eco- and Agritourism Association”. The research method was a diagnostic survey and the research technique was an interview questionnaire. The specific purposes concerned the history of the development of agritourism associations in Poland and its most important tasks, including in particular promotional activities.

**Keywords:** agritourism, promotion, agritourism association