

**EWA BARAN
IWONA KINIORSKA
MONIKA NOGA**

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

INNOWACYJNOŚĆ GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH W REGIONIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

Abstract: Innovation of Agritourist Enterprises in the Świętokrzyskie Region. The aim of the work is to assess of the level an innovation of agritourist enterprises co-operating with Local Action Group „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” and „Ziemia Sandomierska”. The grading procedure was used to measure the level of innovation of agrotourist farms. In total, 52 agritourist farms were analyzed. The analysis has presented a low level of innovation agritourist enterprises.

Key words: Agritourist enterprises, innovation, Local Action Group „Ziemia Jędrzejowska – Gryf”, Świętokrzyskie Region, „Ziemia Sandomierska”.

Wstęp

Transformacja systemowa zapoczątkowana na przełomie lat 80. i 90. ubiegłego stulecia zmieniła funkcjonowanie zarówno wszystkich dziedzin gospodarki narodowej, jak i struktur przestrzennych. Szczególnie widoczne zmiany wystąpiły na obszarach wiejskich. Dotychczasowy model rozwoju przestrzennego, zakładający produkcję rolniczą na wsi, a wszelką działalność pozarolniczą w miastach, nie mógł poprawnie działać w gospodarce rynkowej [Lewandowski 2002]. Dlatego nowe strategie rozwoju dla obszarów wiejskich ukierunkowane są na ich wielofunkcyjność, która pojmowana jest jako umiejętne wkomponowanie funkcji pozarolniczych w struktury wiejskie [Kłodziński 2001].

Według Matlegiewicz [2009] jedyną szansą na rozwój obszarów wiejskich i podniesienie dobrobytu wszystkich mieszkańców wsi jest wprowadzenie w wiejską przestrzeń nowych funkcji pozarolniczych. Według Kłodzińskiego [2001] agroturyst-

ka stanowi istotną formę dywersyfikacji działalności gospodarstw rolnych. Przedsiębiorstwa agroturystyczne stały się ważną gałęzią aktywności gospodarczej, zarówno w skali lokalnej, jak i krajowej. Jednak w realiach dynamicznych zmian rynkowych oraz rosnących wymagań społeczeństwa, przedsiębiorstwa, w tym także agroturystyczne zmuszone są poszukiwać atutów, którymi mogłyby zwrócić na siebie uwagę potencjalnych klientów. We współczesnych uwarunkowaniach nawet bogata oferta przedstawiana przez stronę podażową okazuje się niewystarczająca dla zapewnienia trwałego sukcesu rynkowego. W związku z tym w dobie globalizacji gospodarki jedyną drogą rozwoju jest innowacyjność [Krupa, Dec 2013].

W świetle powyższych uwag, celem prezentowanego opracowania jest ocena poziomu innowacyjności gospodarstw agroturystycznych współpracujących z Lokalną Grupą Działania „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i „Ziemia Sandomierska”.

Lokalne Grupy Działania są z założenia narzędziem wspierania rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Tworzone są przez środowiska lokalne (władze samorządowe, mieszkańców, organizacje samorządowe i przedsiębiorstwa), które wspólnie dokonują analizy możliwości rozwojowych terenów wiejskich. Idea tworzenia Lokalnych Grup Działania została przeniesiona na grunt polski wraz ze środkami pomocowymi w ramach programu LEADER. Jest on źródłem finansowania funkcjonowania LGD oraz realizacji planów rozwoju, które powstają z ich inicjatywy [Godlewska-Majkowska 2010].

Badaniem objęto 26 gospodarstw agroturystycznych skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i 26 gospodarstw współpracujących z LGD „Ziemia Sandomierska”. W sumie analizie poddano 52 gospodarstwa agroturystyczne.

W pracy przyjęto definicję *innowacyjności* Druckera [1993], według którego innowacje ingerują we wszystkie sfery działalności firmy. Mogą to być zarówno zmiany wzoru produktu, metody marketingu, jak i zmiany organizacji i metod zarządzania.

1. Metody badań i źródła informacji

Do zbadania poziomu innowacyjności gospodarstw agroturystycznych wykorzystano procedurę bonitacyjną, która polega na nadawaniu poszczególnym kategoriom, opisującym dany problem badawczy, odpowiednie wielkości punktowe z przyjętej skali ocen. Mogą się one odnosić do występowania konkretnego zjawiska w przestrzeni szczegółowej lokalizacji, w obszarze badań lub stopnia natężenia. W badaniu analizowano innowacyjność poszczególnych gospodarstw agroturystycznych w dwóch aspektach: innowacyjności w zarządzaniu oraz innowacyjności w marketingu. Dla oceny innowacyjności zarządzania zwracano uwagę na:

- własną stronę internetową,
- pocztę e-mail,
- możliwość złożenia rezerwacji *on-line*,

- *funpage*,
- znajomość języków obcych.

Natomiast w przypadku innowacyjności w marketingu wzięto pod uwagę:

- promocję gospodarstw w ostatnich pięciu latach (2010-2014) z własnym stoiskiem na wystawach/targach.

Przyjęto skalę 0/1, w sumie każde gospodarstwo mogło uzyskać maksymalnie 6 punktów. W celu uzupełnienia informacji przeprowadzono także wywiady telefoniczne z właścicielami gospodarstw. Na podstawie uzyskanych informacji sporządzono analizę statystyczną dotyczącą poziomu innowacyjności gospodarstw agroturystycznych skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i „Ziemia Sandomierska”.

2. Innowacyjność w agroturystyce – dotychczasowy stan badań w Polsce

Rozwój badań nad procesami innowacyjności datuje się od lat 60. XX w. Za prekursora teorii innowacji uznaje się austriackiego ekonomistę Schumpetera [1960], który prowadząc badania nad rozwojem gospodarczym zbadał ścieżki wprowadzania istotnych zmian w zakresie produkcji. Wówczas innowacja miała charakter zdecydowanie techniczno-ekonomiczny i początkowo uwaga badaczy skupiała się na innowacjach w aspekcie przemysłowym lub technologicznym.

Lata 70. XX w. przyniosły zmianę postrzegania problematyki innowacyjności. Ileczo [1979] zwróciła uwagę na konieczność rozpatrywania innowacji w szerszym kontekście. Postrzegano je jako zjawisko dotyczące: różnych przejawów życia jednostek (podejście antropocentryczne), organizacji relacji międzyludzkich (podejście społeczne), jako nowości w zakresie przyrody (podejście biotyczne) oraz jako zmiany w technice i technologii (podejście techniczne). W związku z tym nastąpiło przesunięcie postrzegania innowacji z obszarów technologicznych do obszarów związanych bardziej z kompetencjami miękkimi, jak marketing czy zarządzanie.

W związku ze zmianami, jakie zaszły w gospodarce w latach 90. XX w. i dynamicznym rozwojem sektora usług badania nad innowacyjnością usług zaczęły ewoluować. Sektor ten początkowo uważany był za niepodatny na generowanie innowacji i postępu. Obecnie najbardziej rozwinięte i konkurencyjne gospodarki na świecie charakteryzują się doskonale rozwiniętymi usługami. Według Fletejskiego, Klóska i Majcharzak [2005] jest to sektor, który oddziałuje na produkcję, wymianę i konsumpcję, jak i na życie poszczególnych jednostek.

W Polsce po okresie transformacji i wprowadzeniu gospodarki wolnorynkowej na temat innowacyjnych koncepcji rozwoju w zarządzaniu agroturystyką pisał m.in. Woźniak [2010]. Według autora o sukcesie rynkowym gospodarstwa agroturystycznego decydują nie tylko elementy produktu, ale przede wszystkim te cechy, które czynią gospodarstwo łatwo dostępnym i wyjątkowym. Wymaga to nowego spojrze-

nia na sposób zarządzania i innowacyjnego podejścia. O innowacyjności w turystyce wiejskiej pisała również Krzyżanowska [2013]. Autorka omówiła teoretyczne aspekty innowacyjności i zaproponowała wiele działań wprowadzonych w gospodarstwach na terenie całego kraju. Problematykę innowacyjności w turystyce wiejskiej podjęła również Parzonko [2013], prezentując rolę doradztwa rolniczego.

Tematem agroturystyki w regionie świętokrzyskim zajmowali się m.in. Janowski [2004]; Kamińska, Mularczyk [2009, 2010]; Kamińska, Pałka-Łebek [2009]; Kamińska, Piwońska [2009]; Kiniorska, Wrońska-Kiczor [2010]; Pałka [2007].

Spośród prac empirycznych dotyczących agroturystyki w regionie świętokrzyskim na uwagę zasługuje praca Puciato i Woś [2011]. Autorzy dokonali próby określenia stopnia innowacyjności wybranych gospodarstw agroturystycznych, zlokalizowanych w Górach Świętokrzyskich. W sumie badaniu poddano 24 gospodarstwa agroturystyczne. Na podstawie przeprowadzonej analizy wykazano, że produkty agroturystyczne oferowane przez gospodarstwa miały komponenty innowacyjne. Najczęściej były to potrawy kuchni regionalnej oraz wycieczki krajoznawcze, proponowane przez ok. 58% ankietowanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych, owoce i warzywa z własnego ogrodu (ok. 54%), udział w pracach polowych lub czynnościach gospodarskich (37,5%), możliwość wypożyczenia sprzętu rekreacyjnego, głównie rowerów i kajaków (37,5%). Innowacyjność oferowanych produktów była również związana z tak oryginalnymi usługami, jak organizacja warsztatów (rękodzielniczych, ceramicznych, teatralnych) oraz szkoły przetrwania dla gości, możliwość oglądania unikatowych eksponatów, takich jak maszyny służące do tkactwa, udział w koncertach kapeli ludowej i konkursach gawęd, przejażdżki bryczką, wypiek chleba, pszczelarstwo.

3. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych

Wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” skupionych jest 26 gospodarstw agroturystycznych. Wszystkie zlokalizowane są w granicach powiatu jędrzejowskiego. Biorąc pod uwagę zróżnicowanie według gmin, najwięcej gospodarstw współpracujących z LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” występuje w gminie Nagłowice i Małogoszcz. W sumie w gminach tych funkcjonuje 14 tego typu gospodarstw (po 7 w każdej gminie), co stanowi ponad połowę wszystkich gospodarstw (53,8%) skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf”. Natomiast najslabiej pod tym względem wypada gmina Sędziszów, Oksa i Imielno (po 1 gospodarstwie, co stanowiło w sumie 11,5% ogółu tego typu gospodarstw), (tab. 1, ryc. 1).

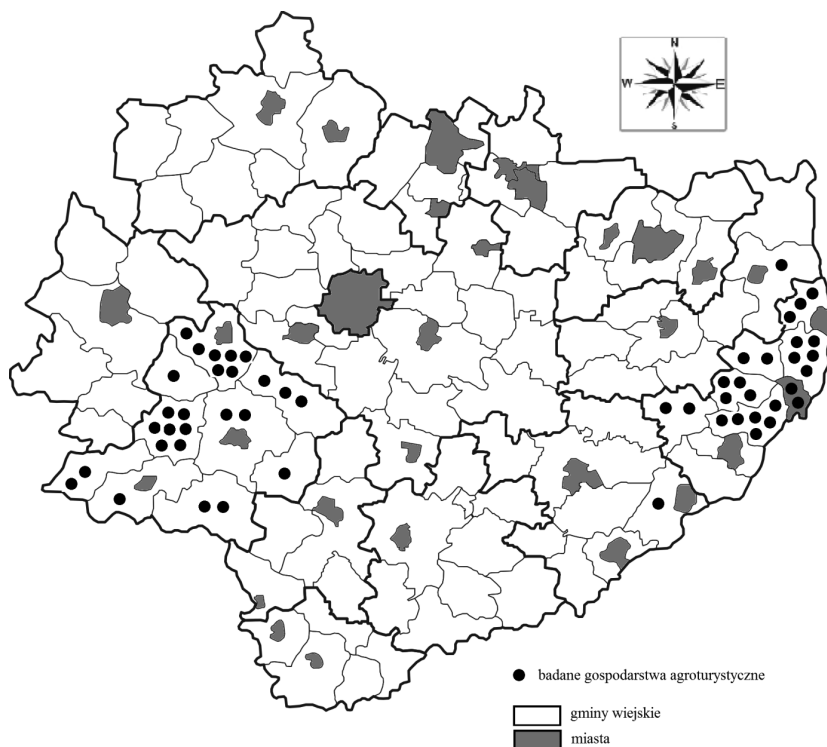
LGD „Ziemia Sandomierska” również wykazuje współpracę z 26 gospodarstwami agroturystycznymi, położonymi na terenie 3 powiatów: sandomierskiego, staszowskiego i opatowskiego (tab. 1). Największe skupisko gospodarstw agroturystycznych występuje w gminie Samborzec, Dwikozy i Obrazów. Na obszarze tych gmin działa 15

Tabela 1

Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych skupionych wokół
LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i „Ziemia Sandomierska”

LGD	Liczba gospodarstw agroturystycznych	Gminy	Liczba gospodarstw w %
„Ziemia Jędrzejowska – Gryf” (pow. jędrzejowski)	26	Małogoszcz, Nagłowice, Sobków, Oksa, Wodzisław, Imielno, Sędziszów, Jędrzejów, Słupia Jędrzejowska	50
„Ziemia Sandomierska” (pow. sandomierski, opatowski, staszowski)	26	Samorzec, Dwikozy, Obrazów, Wilczyce Zawichost, Sandomierz, Klimontów, Osiek, Ożarów	50
Razem	52	-	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych z LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf”, „Ziemia Sandomierska” (tab. 1-6).



Ryc. 1. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych skupionych wokół
LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i „Ziemia Sandomierska”

Źródło: Opracowanie własne (ryc. 1-6).

gospodarstw, tj. 57,7% wszystkich gospodarstw skupionych wokół LGD „Ziemia Sandomierska”. Natomiast najmniej gospodarstw współpracujących z powyższym LGD zlokalizowano w gminie Osiek i Ożarów (po 1 gospodarstwie, co stanowiło 7,7% ogółu tego typu gospodarstw), (tab. 1, ryc. 1).

4. Innowacyjność gospodarstw agroturystycznych w regionie świętokrzyskim

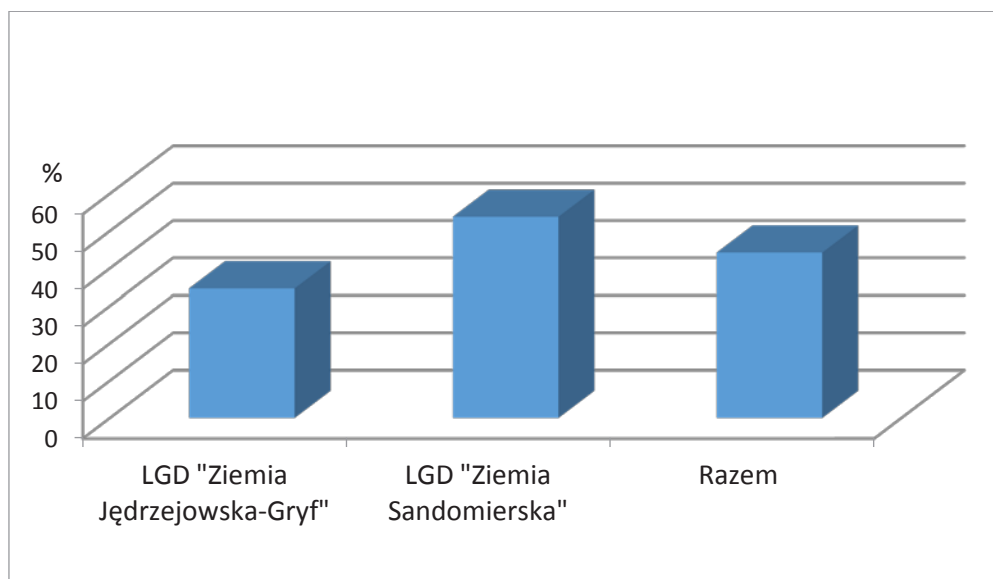
Według Sobieskiej-Karpińskiej i Hernesa [2009] Internet odgrywa coraz większą rolę w nowoczesnym zarządzaniu, które musi nadać za wyzwaniem stawianymi przez gospodarkę. Internet umożliwia szybkie uzyskanie aktualnych informacji o bieżącej sytuacji na rynku oraz o konkurencji. To właśnie technologie inteligentne umożliwiają przeprowadzanie szczegółowych analiz tych informacji, wyciągania wniosków i podejmowanie określonych działań. Te właściwości pozwalają przedsiębiorstwu na uzyskanie przewagi konkurencyjnej przez sprawne zarządzanie posiadaną wiedzą, na obniżenie kosztów produkcji przez podejmowanie szybkich i trafnych decyzji. Współcześnie niezwykle ważną usługą technologii internetowej są witryny internetowe, które umożliwiają dostęp do informacji z różnych dziedzin i ich prezentację. Posiadanie przez jednostkę, organizację czy przedsiębiorstwo własnej strony internetowej jest warunkiem koniecznym. Coraz częściej klienci najpierw szukają informacji o danym przedsiębiorstwie na jego stronie internetowej, a dopiero później decydują się na bezpośredni kontakt.

W prowadzeniu działalności biznesowej pomocna jest także poczta elektroniczna (e-mail), wykorzystywana przez przedsiębiorstwa w celach korespondencji z potencjalnymi klientami, ale również jako kanał dystrybucji informacji (newsletter, e-mail marketing). Współcześnie cennym źródłem informacji o oferowanych usługach świadczonych przez gospodarstwa agroturystyczne są witryny internetowe. Stanowią skuteczny środek promocji, kontaktu z klientem. Wpływają także na prestiż i nowoczesny wizerunek gospodarstwa. Jednak jak wskazują prowadzone badania, analizowane gospodarstwa agroturystyczne nie wykorzystują w pełni możliwości Internetu jako nośnika informacji o własnej ofercie usługowej.

Wśród badanych gospodarstw tylko nieliczni rolnicy posiadali własne witryny internetowe – na 52 badane gospodarstwa zaledwie 23 (tj. 44,2%) posiadały stronę internetową. Zdecydowanie lepsza sytuacja pod tym względem występowała w gospodarstwach skupionych wokół LGD „Ziemia Sandomierska”, 14 rolników miało witrynę (tj. 53,8%). Natomiast w gospodarstwach z obszaru LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf” strony internetowe miało tylko 9 gospodarstw, co stanowiło 34,6% ogółu badanych gospodarstw z tej grupy (tab. 2, ryc. 2).

Gospodarstwa agroturystyczne posiadające stronę internetową

LGD	Liczba gospodarstw ze stroną internetową	Liczba gospodarstw poddanych badaniu	% gospodarstw ze stroną internetową
LGD „Ziemia Sandomierska”	14	26	53,8
LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”	9	26	34,6
Razem	23	52	-



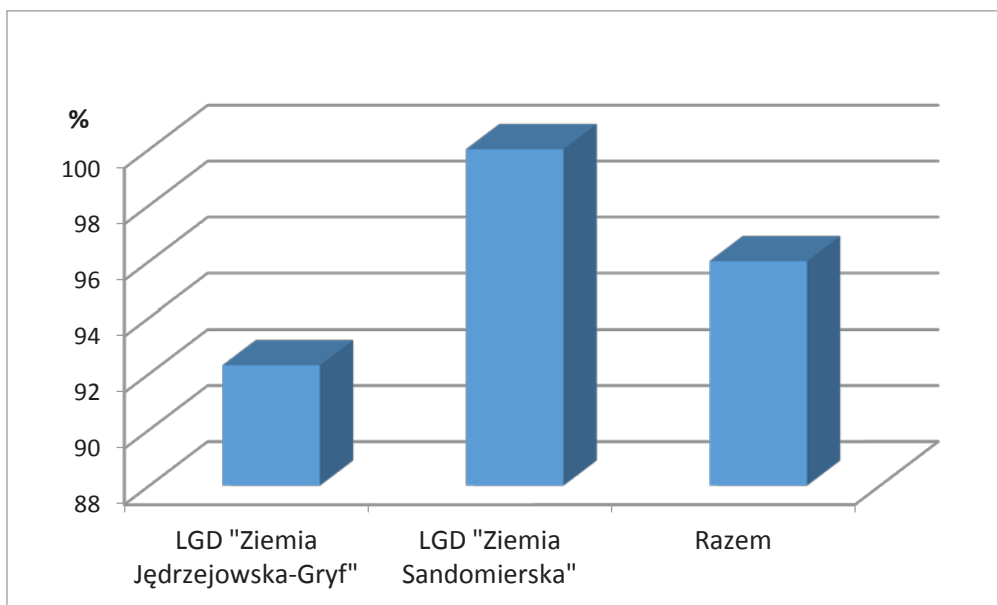
Ryc. 2. Gospodarstwa agroturystyczne posiadające własną stronę internetową

Znacznie lepsza sytuacja występowała w przypadku posiadania przez gospodarstwa skrzynki pocztowej e-mail. Ogółem pocztę e-mail miało 50 gospodarstw, co stanowiło ponad 96% wszystkich gospodarstwa agroturystycznych. Spośród przedsiębiorstw skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf” były to 24 podmioty, tj. 92,3%. Z kolei w drugiej grupie pocztę e-mail miały wszystkie gospodarstwa. Gospodarstwa nie posiadające własnej witryny www reklamowały się na zakładkach ogólnopolskich i regionalnych portali internetowych, gdzie obok pełnego adresu zamieszkania widniała także poczta e-mail (tab. 3, ryc. 3).

Tabela 3

Gospodarstwa agroturystyczne posiadające pocztę e-mail

LGD	Liczba gospodarstw z pocztą e-mail	Liczba gospodarstw poddanych badaniu	% gospodarstw z pocztą e-mail
LGD „Ziemia Sandomierska”	26	26	100
LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”	24	26	92,3
Razem	50	52	-



Ryc. 3. Gospodarstwa agroturystyczne posiadające pocztę e-mail

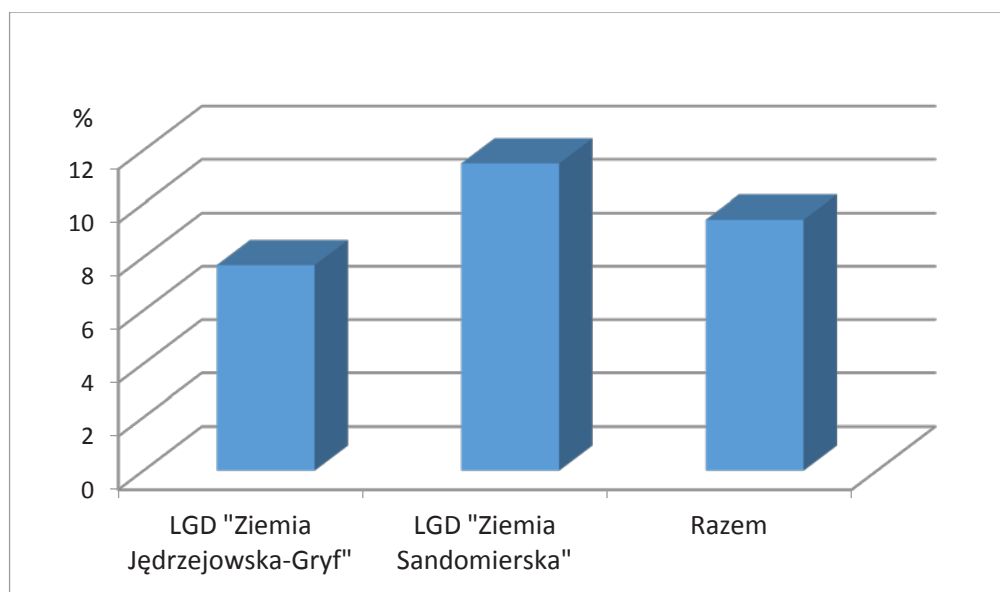
Niekorzystnie wyglądała sytuacja pod względem możliwości złożenia rezerwacji *on-line*. Badania wykazały, że tylko w przypadku 5 (tj. 9,4%) gospodarstw agroturystycznych możliwe było dokonanie rezerwacji *on-line*. Zdecydowanie gorzej wypadają gospodarstwa LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”, gdzie zaledwie w 2 gospodarstwach (7,7%) można było złożyć w ten sposób rezerwację wypoczynku. Niewiele lepsza sytuacja była w LGD „Ziemia Sandomierska” gdzie tylko w 3 (11,5%) gospodarstwach oferowano możliwość rezerwacji *on-line* (tab. 4, ryc. 4). Według Kachniewskiej [2012] światowy trend w kierunku rozwoju sieci informatycznych i technologii komunikacyjnych, w powiązaniu ze stale rosnącymi oczekiwaniami konsumentów przyczyniają się do ogromnej presji w kierunku informatyzacji branży agroturystycznej. To zjawisko często wydaje się niezrozumiałe dla małych podmiotów, bazujących

na bardzo tradycyjnych sposobach organizowania biznesu, pozyskiwania informacji i kształtowania jakości usług. Małe przedsiębiorstwa turystyczne (w tym agroturystyczne) opornie przyjmują nowoczesne rozwiązania techniczne i informatyczne, nie doceniają korzyści, jakie mogłyby osiągnąć dzięki ich wdrożeniu. W wielu przypadkach komputeryzacja działań ogranicza się do korespondencji i tworzenia stron www. Większość podmiotów nie posiada nawet internetowych systemów rezerwacji *on-line* i obsługuje rezerwację za pomocą systemu e-mail [Braun 2004; Buhalis 2003; Main 2002].

Tabela 4

Gospodarstwa agroturystyczne z możliwością
złożenia rezerwacji *on-line*

LGD	Liczba gospodarstw z rezerwacją <i>on-line</i>	Liczba gospodarstw poddanych badaniu	% gospodarstw z rezerwacją <i>on-line</i>
LGD „Ziemia Sandomierska”	3	26	11,5
LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”	2	26	7,7
Razem	5	52	-



Ryc. 4. Gospodarstwa agroturystyczne z możliwością złożenia rezerwacji *on-line*

Trudności we wprowadzaniu technik informatycznych przez podmioty gospodarcze na obszarach wiejskich mogą wynikać z ich lokalizacji. Przeważająca większość małych przedsiębiorstw położona jest z dala od dużych ośrodków miejskich, co

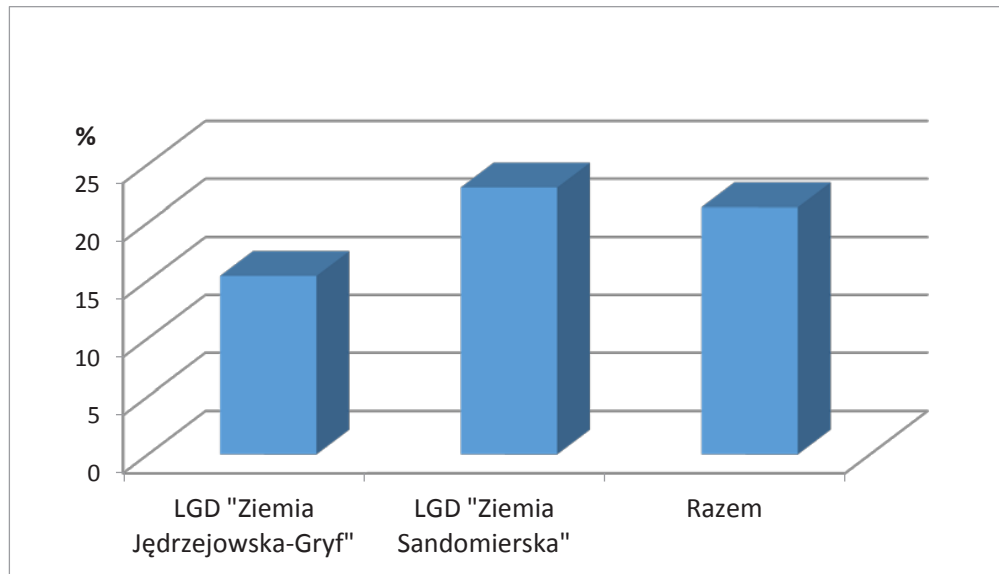
znacznie utrudnia dostęp do szkoleń, specjalistów oraz profesjonalnych usług w zakresie informatyzacji [Werthner, Klein 1999].

Internet relatywnie szybko stał się czwartym, masowym źródłem społecznego przekazu [Król, Wojewodziec 2006]. Obecnie ogromną popularnością cieszą się *funpage* (np. *facebook*). Korzystanie z *funpage* pozwala na zamieszczanie aktualnych informacji na temat oferty czy cen świadczonych usług. W przypadku badanych gospodarstw zaledwie 11 miało *funpage* (5 przedsiębiorstw agroturystycznych skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf” oraz 6 z LGD „Ziemi Sandomierskiej”), (tab. 5, ryc. 5). Jak wynika z analizy ta forma komunikacji marketingowej nie cieszy się zainteresowaniem wśród rolników.

Tabela 5

Gospodarstwa agroturystyczne posiadające *funpage*

LGD	Liczba gospodarstw z <i>funpage</i>	Liczba gospodarstw poddanych badaniu	% gospodarstw z <i>funpage</i>
LGD „Ziemia Sandomierska”	6	26	23,0
LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”	5	26	19,2
Razem	11	52	-



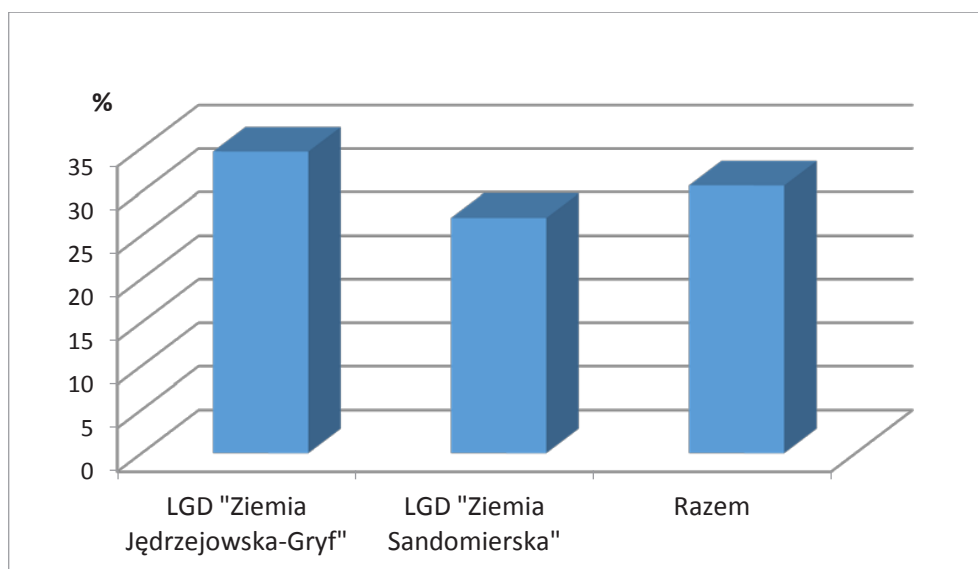
Ryc. 5. Gospodarstwa agroturystyczne posiadające *funpage*

Niski stopień wykorzystania Internetu może świadczyć o słabym wykształceniu właścicieli badanych gospodarstw agroturystycznych. Badania Czapiewskiego *et al.* [2012] wykazały, że słabo wykształceni rolnicy mają małe możliwości absorpcji nowych technologii oraz nowych rozwiązań. Poza tym posiadanie własnej strony internetowej wymaga bardzo często jej ciągłej aktualizacji i umiejętnego zarządzania jej treścią, co może być przeszkodą do ich zakładania, gdyż wielu gospodarzy nie posiada takich umiejętności, a korzystanie z usług specjalisty – informatyka dodatkowo obciąża budżet gospodarstwa [Baran 2010].

Tabela 6

Wielojęzyczność właścicieli gospodarstw agroturystycznych

LGD	Liczba właścicieli gospodarstw ze znajomością j. obcego	Liczba gospodarstw poddanych badaniu	% właścicieli gospodarstw ze znajomością j. obcego
LGD „Ziemia Sandomierska”	7	26	27,0
LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf”	9	26	34,6
Razem	16	52	-



Ryc. 6. Wielojęzyczność właścicieli gospodarstw agroturystycznych

Warto zwrócić uwagę, że tylko 16 właścicieli gospodarstw agroturystycznych (tj. 30,7%) deklaroowało znajomość języków obcych. W przypadku gospodarstw skupionych wokół LGD „Ziemia Sandomierska” 7 gospodarstw (tj. 27%) było gotowych na przyjmowanie gości z zagranicy. Rolnicy wskazywali na znajomość języka angielskiego. Natomiast w przypadku gospodarstw z obszaru LGD „Ziemia Jędrzejowska-Gryf” wielojęzyczność deklaroowało 9 rolników (tj. 34,6%). Dominował również język angielski. W 3 gospodarstwach właściciele wykazywali się także znajomością języka rosyjskiego i słowackiego oraz włoskiego (2 właściciele), (tab. 6, ryc. 6). W związku z tym stwierdzono, że oferta agroturystyczna badanych gospodarstw skierowana jest przede wszystkim do turysty krajowego.

Innowacyjność marketingowa to implementacja nowej metody marketingowej związana m.in. ze znacznymi zmianami w promocji produktu [Krupa, Dec 2013]. Pilarczyk [2011] w zakresie promocji za *innowację marketingową* uznaje wdrożenie nowego sposobu promowania wyrobów i usług, a zatem wprowadzenie lub stworzenie nowych instrumentów informacyjnych, pobudzających lub umożliwiających konkurowanie na rynku. Współcześnie nie wystarczy tylko stworzenie innowacyjnych produktów, ale trzeba także opracować nowoczesne metody ich oferowania na rynku i komunikacji z ich nabywcami [Gębarowski 2007; Pilarczyk 2011].

W świetle powyższych uwag dokonano oceny innowacyjności marketingowej wśród badanych gospodarstw agroturystycznych. W trakcie przeprowadzonej rozmowy telefonicznej pytano respondentów czy promowali swoje gospodarstwo w ciągu ostatnich 5 lat (2010-2014) na targach/wystawach/*eventach* o charakterze masowym, wykorzystując własną powierzchnię wystawienniczą. Analiza wykazała, że właściciele obiektów agroturystycznych praktycznie nie promowali się na targach wystawienniczych z własnym stoiskiem. Udział w tego typu imprezach wskazało tylko 2 rolników, co stanowiło 3,8% właścicieli badanych gospodarstw. Z „Ziemi Sandomierskiej” było to gospodarstwo, które zajmuje się uprawą winorośli i produkcją wina. Przedsiębiorstwo to promowało się z własnym stoiskiem na Targach Agrotour w 2013 r. Natomiast z „Ziemi Jędrzejowskiej” promował się obiekt z zagrodą edukacyjną. Gospodarstwo odwiedziło z własnym stoiskiem dwukrotnie Targi Edukacyjne w Kielcach (2013, 2014) i Bratysławę (2014) oraz Targi Agrotour (2013). Pozostałe gospodarstwa, jak wskazywali rolnicy były promowane na targach/wystawach, ale tylko w postaci ulotek zawierających informacje o gospodarstwie i jego ofercie na stoiskach Lokalnych Grup Działania.

5. Syntetyczny poziom innowacyjności gospodarstw agroturystycznych w regionie świętokrzyskim

Dzięki przeprowadzonej analizie dokonano oceny poziomu innowacyjności w zakresie zarządzania i promocji, gospodarstw agroturystycznych skupionych wokół LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf” i „Ziemia Sandomierska”. Na podstawie zastososo-

wanej metody bonitacyjnej wytypowano gospodarstwa o wysokim (6-5 pkt), średnim (3-4 pkt) i niskim (1-2 pkt) stopniu innowacyjności.

W świetle przyjętych cech wysokim stopniem innowacyjności charakteryzowały się 4 gospodarstwa, co stanowiło zaledwie 7,7% ogółu badanych podmiotów. Właściciele tych gospodarstw są świadomi potęgi Internetu w prężnie funkcjonującej działalności pozarolniczej. Gospodarstwa te posiadały własne witryny internetowe, które są stale monitorowane i uaktualniane. Dodatkowo, właściciele są wielojęzyczni i nie jest dla nich problemem przyjęcie gości z zagranicy. W związku z tym można stwierdzić, że oferta agroturystyczna powyższych gospodarstw skierowana jest nie tylko do turysty krajowego, ale także i zagranicznego. Gospodarstwa cechujące się wysokim stopniem innowacyjności położone były w gminie: Małogoszcz i Sobków (LGD „Ziemia Jędrzejowska – Gryf”) oraz Dwikozy i Obrazów (LGD „Ziemia Sandomierska”).

W drugiej grupie znalazły się gospodarstwa, które uzyskały 3-4 pkt. Tego typu podmiotów było 11, co stanowiło 21,3% ogółu. Są to gospodarstwa, które uzyskały punkty przede wszystkim za pocztę e-mail, własną stronę internetową oraz znajomość języka obcego.

Najliczniejszą grupę stanowiły gospodarstwa o niskim stopniu innowacyjności (1-2 pkt). W grupie tej znalazło się aż 37 gospodarstw agroturystycznych, tj. 71,1% wszystkich badanych podmiotów. Gospodarstwa te uzyskały punkty przede wszystkim za posiadanie poczty e-mail oraz witryny internetowej. W podmiotach tych nie wykazano innowacyjności w zakresie marketingu.

Tabela 7

Ocena innowacyjności gospodarstw agroturystycznych w regionie świętokrzyskim

Liczba punktów	Liczba gospodarstw agroturystycznych	% gospodarstw agroturystycznych	Wybrane gospodarstwa
1 – 2	37	71,1	„Biały dworek”, „Złota agroturystyka”, „Noclegi”
3 – 4	11	21,2	„Dzika Róża”, „Na Pogodnej”, „Dobrocka Dolina”, „Nad Wierną Rzeką”
5 – 6	4	7,7	”Winnica Sandomierska”, „Wojtasówka”, „Ostoja Dworska”, Agropark „Dworek Pod Lipą”
Razem	52	100	-

Źródło: Opracowanie własne.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza wykazała, że innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu działalnością w postaci strony internetowej stosowało 23 rolników, co stanowiło 44,2% ogółu badanych. Niestety tylko w 5 gospodarstwach (9,6%) istniała możliwość złożenia rezerwacji *on-line*. Właściciele gospodarstw jeszcze nie przekonali się do profesjonalnych systemów rezerwacyjnych i stawiają na kontakt telefoniczny oraz rozmowę z potencjalnymi gośćmi. Taki sposób rezerwacji pobytu wypoczynkowego daje poczucie pewności rolnikowi, że goście przybędą. Znacznie lepiej wypada posiadanie poczty e-maili – kontakt wirtualny możliwy jest z 50 gospodarstwami agroturystycznymi (96%). Rolnicy nie posiadający własnych stron internetowych zamieszczają informacje o swoich gospodarstwach na regionalnych i ogólnopolskich portalach turystycznych.

Bardzo słabo wypadły działania innowacyjne w zakresie marketingu. Analiza wykazała, że właściciele obiektów agroturystycznych praktycznie nie promowali się na targach wystawienniczych z własnym stoiskiem. Udział w tego typu imprezach wskazało tylko 2 rolników, co stanowiło zaledwie 3,8% ogółu badanych obiektów. Zdecydowana większość właścicieli nie widzi potrzeby na promowanie się na targach/wystawach z własną powierzchnią wystawienniczą. Znaczna część respondentów uważa promocję swojego „biznesu” za wystarczającą w postaci ulotek i broszur na stoiskach Lokalnych Grup Działania.

Na podstawie zastosowanej metody bonitacyjnej wykazano niską innowacyjność w badanych gospodarstwach agroturystycznych. Najniższe oceny uzyskało ponad 70% wszystkich badanych gospodarstw. Największą liczbę punktów otrzymało tylko 7,7% ogółu badanych gospodarstw.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych nie dostrzegają możliwości wykorzystania Internetu w zarządzaniu „agrobiznesem”. Lokalne Grupy Działania powinny zająć się organizacją szkoleń i kursów dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych z zakresu wykorzystania możliwości Internetu. Według Kachniewskiej [2012, s. 22], *„funkcjonowanie w warunkach gospodarki cyfrowej wymaga uzupełnienia niedostatków wiedzy z dwóch obszarów: po pierwsze znajomości technologii, które mogą mieć zastosowanie we współczesnej działalności gospodarczej, a w szczególności obsłudze rynku turystycznego; po drugie zaś wiedzy na temat prawidłowego wykorzystania tych technologii w celu poprawy jakości i efektywności działania oraz własnej konkurencyjności”*. Rolnicy prowadzący agroturystykę, aby utrzymać się na rynku muszą podążać za postępowaniem technologicznym w przeciwnym razie zostaną wyeliminowani przez konkurencję.

Literatura

- Baran E., 2010, *Promocja gospodarstw agroturystycznych z wykorzystaniem Internetu. Przykład województwa małopolskiego*, [w:] *Turystyka szansą rozwoju obszarów wiejskich*, I. Kiniorska, E. Pałka (red.). IG Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach, PTG.
- Braun P., 2004, *Networking Tourism SMEs: E-commerce and E-marketing Issues in Regional Australia*. Information Technology and Tourism, t. 5, nr 1.
- Buhalis D., 2003, *E-Tourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. Prentice Hall, Englewood Cliff, s. 89.
- Czapiewski K. Ł., Kulikowski R., Bański J., Bednarek-Szczepańska M., Mazur M., Ferenc M., 2012, *Wykorzystanie ICT w rolnictwie Mazowsza – ujęcie przestrzenne*. Studia Obszarów Wiejskich, t. XXX.
- Drucker P. F., 1993, *Innowacja i przedsiębiorczość*. PWE, Warszawa, s. 104.
- Flejterski S., Klóska R., Majchrzak M., 2005, *Usługi w teorii ekonomii*. Współczesna ekonomika usług, PWN, Warszawa.
- Gębarowski M., 2007, *Nowoczesne formy promocji*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów.
- Godlewska-Majkowska H., 2010, *Innowacyjność jako czynnik wzrostu atrakcyjności inwestycyjnej polskich regionów w latach 2002-2007*. Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Ileczko B., 1979, *Podstawy typologiczne ogólnej teorii innowacji*. „Zagadnienia Naukoznawstwa”, nr 4.
- Janowski I., 2004, *Agroturystyka i ekoturystyka – szansą odmiany oblicza świętokrzyskiej wsi*, [w:] *Wybrane problemy rozwoju regionalnego*, W. Kamińska (red.). Prace IG AŚ w Kielcach.
- Kachniewska M., 2012, *Internetowe platformy upowszechniania wiedzy jako narzędzie poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw i regionów turystycznych*, [w:] *Zarządzanie wiedzą w turystyce a efektywność gospodarki turystycznej*, M. Morawski (red.). Wyd. Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, s. 22.
- Kamińska W., Mularczyk M., 2009, *Valorization of Rural Areas for the Needs of Agritourism* [w:] *Устойчивое развитие и геоэкологические проблемы Балтийского региона: материалы Междунар. научно-практич. конф. посвящённой 1150-летию В. Новгорода, 23-25 окт. 2009 г./НовГУ им. Ярослава Мудрого.– В. Новгород, S.*
- Kamińska W., Pałka-Łebek E., 2009, *Miejsce turystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Przykład województwa świętokrzyskiego*, [w:] *Współczesne procesy urbanizacji obszarów wiejskich*, W. Kamińska, M. Mularczyk (red.). IG Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach.
- Kamińska W., Piwońska E., 2009, *Conditioning for Agritourism Development in Poland. Świętokrzyskie Voivodeship Case*. Geology, Geoecology and Evolutionary Geography, nr 9, Herzen State University of Russia, St. Petersburg.
- Kamińska W., Mularczyk M., 2010, *Development of Agritourism in Świętokrzyskie Voivodeship*. Significance of social capital, Geology, Geoecology and Evolutionary Geography, nr 10.
- Kiniorska I., Wrońska-Kiczor J., 2010, *Turystyka na wsi świętokrzyskiej*, [w:] *Turystyka szansą rozwoju obszarów wiejskich*, I. Kiniorska, E. Pałka (red.). IG Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego w Kielcach, PTG.
- Kłodziński M., 2001, *Bariery i priorytety w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej*. Zeszyty Naukowe AR im. H. Kołłątaja w Krakowie, 1 (78).

- Król K., Wojewodziec T., 2006, *Strona internetowa źródłem przewagi konkurencyjnej gospodarstwa agroturystycznego*. „Wieś i Doradztwo”, 1-2, Kraków.
- Krupa J., Dec B., 2013, *Innowacyjność elementem konkurencyjności w turystyce na Pogórzu Dynowskim*, [w:] *Ochrona środowiska, krajobraz przyrodniczy i kulturowy Pogórza Dynowskiego a rozwój turystyki*, J. Krupa (red.). Wyd. Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów.
- Krzyżanowska K., 2013, *Innowacyjność w turystyce wiejskiej – teoria i praktyka*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, K. Nuzkiewicz, M. Roman (red.). Wyd. Zespołu Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego im. Jadwigi Dziubińskiej w Goładkowie.
- Lewandowski J., 2002, *Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich*, [w:] *Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich*, W. Kamińska (red.). IG AŚ, Kieleckie Towarzystwo Naukowe Kielce.
- Main H. C., 2002, *The Expansion of Technology in Small and Medium Hospitality Enterprises with a Focus on New Technology*. “Information Technology and Tourism”, t. 4, nr 3/4.
- Matlegiewicz M., 2009, *Ekoturystyka jako przyjazna środowisku forma turystyki*. Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica.
- Pałka E., 2007, *Diagnoza bazy agroturystycznej w województwie świętokrzyskim w aspekcie procesów integracyjnych*. Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich, PAN Oddział w Krakowie, nr 1.
- Parzonko A. J., 2013, *Rola doradztwa w upowszechnianiu rozwiązań innowacyjnych w turystyce wiejskiej*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, K. Nuzkiewicz, M. Roman (red.). Wyd. Zespołu Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego im. Jadwigi Dziubińskiej w Goładkowie.
- Pilarczyk B., 2011, *Innowacje w komunikacji marketingowej*. Zeszyty Naukowe, nr 9, PWE, Kraków.
- Puciato D., Woś B., 2011, *Innowacja jako forma wzbogacania oferty wybranych gospodarstw agroturystycznych w Górach Świętokrzyskich*. Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stwtinensis, Oeconomica, 288 (64).
- Schumpeter J., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa.
- Sobieska-Karpińska J., Hernes M., 2009, *Internet i inteligentne technologie we wspomaganiu zarządzania*, [w:] *Zarządzanie w obliczu współczesnych wyzwań – Nauka dla praktyki gospodarczej i samorządowej*, J. Lichtarski (red.). Przedsiębiorczość i Zarządzanie, t. X, z. 2, Łódź.
- Werthner H., Klein S., 1999, *Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship*. Springer-Verlag, Vienna.
- Woźniak M., 2010, *Nowe koncepcje w zarządzaniu agroturystyką*, [w:] *Innowacyjność w turystyce*, J. Krupa (red.). Rzeszów.