

**PATRYCJA MANTHEY**

Firma Doradczo-Szkoleniowa w Warszawie

## **ROZPOZNANIE UWARUNKOWAŃ TWORZENIA KONCEPCJI CERTYFIKACJI TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ W ŚRODOWISKU WIEJSKIM**

**Abstract: The Recognition of Conditions for the Creation of the Concept of Sustainable Tourism Certification in the Rural Environment – the Statement of the Research.** The main aim of the statement is to present the preliminary results of the research on the opinion of representatives of agrotourism associations and other local activity groups on the certification of sustainable tourism in rural areas. The statement presents the subjective point of view of the respondents, their expectations and concerns in terms of implementation such tool in Polish rural areas.

**Key words:** Certification, rural tourism, sustainable tourism.

### **Wstęp**

Komunikat jest uzupełnieniem analizy i wyników badań zawartych w ekspertyzie „*Rozpoznanie uwarunkowań tworzenia systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim*” [Kamieniecka *et al.* 2014] sporządzonej dla Ministerstwa Sportu i Turystyki. Opracowanie to poświęcone jest tylko analizie uwarunkowań, jakie wpływają ze strony turystyki wiejskiej i należy je traktować jako relację z badania o charakterze pilotażowym. Warto rozpatrywać wyżej wymienione badania łącznie. Pozwala to na uzyskanie pełniejszego obrazu uwarunkowań, jakie towarzyszą koncepcji wprowadzenia certyfikacji turystyki zrównoważonej na wsi i jej roli w rozwoju obszarów wiejskich.

## 1. Cel i metoda

Celem niniejszego uzupełniającego badania jakościowego było bardziej dogłębne poznanie opinii respondentów na temat pozytywnych aspektów związanych z certyfikacją turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim oraz wyzwaniami i trudnościami, jakie wiążą się z tym tematem. Zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, wykorzystując technikę wywiadów swobodnych. Komunikat stanowi też kolejny przyczynek do badań świadomości ekologicznej Polaków, w tym przypadku – społeczności turystycznej.

## 2. Grupa badawcza

Okres badań przypadła na sezon turystyczny maj-czerwiec 2014 r. Udział w badaniu wzięli przedstawiciele kilkudziesięciu stowarzyszeń turystycznych – było to 87 uczestników w 6. podgrupach regionalnych. Badanie objęło teren całej Polski. Grupę ankietowanych reprezentowali organizatorzy turystyki wiejskiej działający nie tylko w obrębie swoich gospodarstw agroturystycznych, ale – co ważne – zaangażowani w rozwój turystyki w swoich stowarzyszeniach itp. instytucjach działających w szerszej skali terytorialnej, tj. w regionach wielkości od jednej do kilkunastu gmin (np. LGD). Zatem w charakterystyce respondentów należy zaznaczyć, że myślenie i kształtowanie ich poglądów w kategoriach integracji celów i działań nie jest im obce. Ich aktywna rola w programowaniu turystyki nie tylko z perspektywy gospodarstw agroturystycznych, pochodzenie z bardzo różnych geograficznie obszarów całego kraju, oraz liczebność pozwala na uznanie grupy badawczej za reprezentatywną do uogólnień i wyciągania praktycznych wniosków.

## 3. Wyniki

Temat certyfikacji spotkał się z żywym zainteresowaniem wśród reprezentantów stowarzyszeń agroturystycznych i organizatorów turystyki na wsi. Chętnie wyrażali oni swoje opinie na temat jakości usług turystycznych i potrzeby ich kontrolowania. Swobodnie dzielili się zarówno pozytywnymi, w ich ocenie, elementami towarzyszącymi wprowadzeniu propozycji certyfikacji jako narzędzia kontroli, jak i trudnościami, jakim będzie musiało ono sprostać. Propozycję certyfikatu kompleksowo oceniającego rolę turystyki w rozwoju wsi i szerzej – obszaru wiejskiego uznano za pozytywną – korzystną społecznie i ekonomicznie.

Odpowiedzi respondentów poddano klasyfikacji. W ramach pozytywnych aspektów związanych z certyfikacją turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim wyróżnić można 14 kategorii tematycznych. Zostały one przedstawione w tab. 1 wraz ze wskazaniem, w której z podgrup regionalnych badani zwrócili uwagę na poszczególne tematy.

Tabela 1

Korzyści towarzyszące certyfikacji wskazane w poszczególnych podgrupach regionalnych

Kategorie tematyczne	Podgrupy regionalne					
	1	2	3	4	5	6
Pozyskiwanie klienta – przez dotarcie z ofertą i produktami turystycznymi do nowej grupy odbiorców	X	X	X	X	X	X
Specjalizacja i profesjonalizacja w zintegrowanym przygotowaniu produktów i świadczeniu usług	X	X	X	X	X	X
Konkurencyjność przez wyróżnienie się certyfikatem dającym obecność w gronie najlepszych	X	X	X	X	X	X
Gwarancja zachowania jakości świadczonych usług na długi czas – zgodnie z horyzontem przyjmowanym w zrównoważonym, tj. trwałym rozwoju	X	X	X	X	X	X
Zyskanie wiarygodności i rozpoznawalności w kategoriach odpowiedzialnego biznesu	X	X	X	X	X	X
Aktywizacja lokalnego rynku pracy oraz kompleksowa promocja walorów i produktów w skali regionu	X			X	X	X
Tworzenie sieci współpracy z organizacjami regionalnymi oraz samorządami w celu wspólnej promocji produktów i systemu ich certyfikacji		X	X	X	X	
Wyzwanie i motywacja dla właściciela obiektu do doskonalenia swej działalności	X	X	X			X
Wzrost poziomu świadomości ekologicznej i społecznej	X		X	X	X	
Korzyści finansowe	X		X	X		X
Czytelna identyfikacja ofert i informacja dla turystów	X	X				X
Pełne poznanie zasobów i walorów swojego regionu oraz zdobywanie umiejętności zarządzania nimi		X	X		X	
Ochrona bazy przyrodniczo-krajobrazowej turystyki wiejskiej	X	X			X	
Dobra, trafna, bo perspektywiczna odpowiedź na panujące trendy	X					

(1 – podgrupa północna, 2 – podgrupa północno-wschodnia, 3 – podgrupa środkowo-zachodnia 4 – podgrupa środkowo-wschodnia, 5 – podgrupa południowo-zachodnia, 6- podgrupa południowo-wschodnia) (tab. 1 i 2).

Źródło: Opracowanie własne (tab. 1 i 2).

Badanie wykazało, które z kategorii tematycznych były najczęściej wymieniane przez respondentów. Poniżej przedstawiona jest lista zawierająca nazwy tych kategorii wraz z dodatkowymi, bardziej szczegółowymi informacjami. Są to aspekty, na które badani podczas wywiadów zwracali szczególną uwagę.

Spośród 14 kategorii tematycznych 5 wymienionych zostało we wszystkich sześciu podgrupach regionalnych. Były to:

– pozyskiwanie klienta – przez dotarcie z ofertą i produktami turystycznymi do nowej grupy odbiorców:

- klienci ci rozumiani są jako turyści odpowiedzialni środowiskowo, szanujący i dbający o walory przyrodnicze odwiedzanego regionu,
- pod uwagę brani są zarówno turyści krajowi, jak i zagraniczni,
  - specjalizacja i profesjonalizacja w zintegrowanym przygotowaniu produktów i świadczeniu usług:

- zdobycie specjalistycznej wiedzy i umiejętności społecznych,
- przygotowanie innowacyjnej oferty turystycznej zawierającej atrakcyjny program wypoczynku gwarantujący dobre „eko-przeżycia”,
- zapewnienie wykwalifikowanej kadry i sprzętu turystycznego,
  - konkurencyjność przez wyróżnienie się certyfikatem dającym obecność w gronie najlepszych:

- dowartościowanie właściciela,
- elitarność, prestiż,
- podniesienie rangi obiektu,
  - gwarancja zachowania jakości świadczonych usług na długi czas – zgodnie z horyzontem przyjmowanym w zrównoważonym, tj. trwałym rozwoju,
  - zyskanie wiarygodności i rozpoznawalności w kategoriach odpowiedzialnego biznesu.

Badani w czterech z sześciu podgrup regionalnych za pozytywne w szerszej skali efekty wprowadzenia certyfikacji uznali:

– aktywizacja lokalnego rynku pracy oraz kompleksowa promocja walorów i produktów w skali regionu:

- w myśl koncepcji, że przyroda jest atrakcyjna przez cały rok tworzenie nowych lub zachowanie obecnych miejsc pracy także poza tradycyjną sezonowością turystyczną,
- wspólna odpowiedzialność za wizerunek całego regionu,
  - tworzenie sieci współpracy z organizacjami regionalnymi oraz samorządami w celu wspólnej promocji produktów i systemu ich certyfikacji:
- sieciowanie,
- nawiązanie współpracy z przyrodnikami i lokalnymi dostawcami,
- wspólne działania promujące produkty i usługi z certyfikatem oraz sam system certyfikacji,
  - wyzwanie i motywacja dla właściciela obiektu do doskonalenia swej działalności:

- certyfikat oznacza jakość i zobowiązuje do jej utrzymania,
  - wzrost poziomu świadomości ekologicznej i społecznej;
- zmiany charakteryzujące się wzrostem odpowiedzialności środowiskowej i społecznej, obejmują turystów, usługodawców, społeczność i władze lokalne,
  - korzyści finansowe.

Pozostałe odpowiedzi padały rządziej.

Opinie respondentów wskazujące obawy i trudne wyzwania związane z certyfikacją turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim wynikowo podzielone zostały na 12 kategorii tematycznych. Zostały one zaprezentowane w tab. 2 wraz ze wskazaniem, w której z podgrup regionalnych badani wypowiedzieli się na poszczególne tematy.

Tabela 2

Wyzwania i obawy związane z certyfikacją wskazane  
w poszczególnych podgrupach regionalnych

Kategorie tematyczne	Podgrupy regionalne					
	1	2	3	4	5	6
Trudność w zbudowaniu rozpoznawalnej marki i utrzymaniu wysokiej jakości	X	X	X	X	X	X
Brak gwarancji, że zwiększone nakłady finansowe i pracy własnej przyniosą wymierne korzyści	X	X	X	X	X	X
Właściwy dobór kryteriów certyfikatu		X	X	X	X	X
Wiarygodność i rzetelność jednostki certyfikującej		X	X	X	X	X
Obawa przed kontrolami, ich zakresem, częstotliwością	X	X	X		X	X
Trudny proces zmian w świadomości społecznej organizatorów i turystów		X	X	X	X	X
Właściwe przeszkolenie audytorów do przeprowadzania ocen ze znajomością uwarunkowań lokalnych				X	X	X
Problemy administracyjne, biurokracja	X	X			X	
Wyższe ceny zniechęcające turystów do przyjazdu, opłaty za certyfikat	X				X	X
Zapewnienie profesjonalnej promocji certyfikatu przez jednostki zarządzające systemem			X	X		
Zahamowanie inicjatyw indywidualnych przez ograniczenie standaryzacją		X			X	
Brak odwagi, niepewność własnych atutów, brak wzorców i tradycji ocen kompleksowych.						X

Badani we wszystkich sześciu podgrupach regionalnych uznali, że istotnymi trudnościami i wyzwaniem stojącymi przed systemem certyfikacji są:

- zbudowanie rozpoznawalnej marki i utrzymanie wysokiej jakości:
- brak jednego, powszechnie znanego certyfikatu,
- słaba trwałość certyfikatów wynikająca z braku dalszego dofinansowania koncepcji lub zakończenia projektów, w których były one nadawane,
  - brak gwarancji, że zwiększone nakłady finansowe i pracy własnej przyniosą wymierne korzyści:
- obawa, że koszty certyfikacji i utrzymania jakości będą wyższe niż przychód.

W pięciu z sześciu podgrup regionalnych respondenci zgodnie wskazali poniższe elementy, jako aspekty problematyczne:

- właściwy dobór kryteriów:
- transparentność i ujednolicenie,
- uniknięcie szablonowości,
  - zachowanie wiarygodności i rzetelności jednostki certyfikującej:
- transparentność finansowania działania jednostki,
- kompetentni pracownicy,
- sprawiedliwość w przyznawaniu certyfikatu,
  - obawa przed kontrolami, ich zakresem, częstotliwością:
- brak wsparcia ze strony jednostki w przygotowaniu do procedury oceny zgodności z wymaganiami,
  - proces zmian w świadomości społecznej organizatorów i turystów:
- przezwyciężenie stereotypu, że produkt „eko” na wsi odnosi się tylko do żywności,
- popularyzacja idei certyfikacji i korzyści, jakie z niej płyną zarówno dla turystów, jak i usługodawców.

Innych odpowiedzi respondenci udzielali rzadziej.

## Podsumowanie

Na tym etapie badania można stwierdzić, że reprezentanci stowarzyszeń agroturystycznych i inni organizatorzy turystyki na wsi upatrują we wprowadzeniu systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim wielu korzystnych zmian. Certyfikat w świetle ich opinii jest motywacją do tworzenia innowacyjnych i wychodzących ponad tradycyjną sezonowość ofert turystycznych. Stanowi ponadto gwarancję zachowania wysokiej jakości. Specjalizacja zaś ułatwić ma turystom krajowym i zagranicznym zorientowanym na zrównoważony styl życia wybór najlepszej dla nich oferty. Istotnym elementem, na który zwrócili uwagę badani, jest pobudzenie lokalnych rynków pracy i integracja środowisk zajmujących się ochroną przyrody i organizacją turystyki na wsi. Certyfikat ma wyróżniać najlepsze produkty i dbać o ich właściwą promocję. Jednocześnie respondenci uznali, że stworzenie silnej, dobrze

rozpoznawalnej marki stanowi poważne wyzwanie dla systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej na wsi. Wyrazili także obawę, że zwiększone nakłady finansowe i praca własna mogą nie przynieść wymiernych korzyści. Z punktu widzenia badanych, aby implementacja systemu certyfikacji odniosła sukces istotne jest, aby jednostka certyfikująca sprostała zadaniu zachowania wiarygodności i rzetelności. Kryteria zaś, jak i cały proces nadawania wyróżnień powinny być transparentne. Co istotne respondenci podkreślili, że idea certyfikacji i korzyści, jakie z niej płyną zarówno dla turystów, jak i usługodawców wymaga popularyzacji.

Niniejszy komunikat przedstawia subiektywną wizję organizatorów turystyki wiejskiej na temat zalet i wad certyfikacji. Ukazuje więc punkt widzenia w podziale na oczekiwania i obawy związane z implementacją takiego narzędzia w polskim środowisku wiejskim.

## Literatura

Kamieniecka J., Ragus M., Manthey P., 2014, *Rozpoznanie uwarunkowań tworzenia systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim*. Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa, <http://natura2000.org.pl/wp-content/uploads/2014/12/certyfikacjazrownowazonejturystykiInE.pdf> (dostęp, 02.06.2015 r.).