



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 7 października 2026 r.

Poz. 980

OBWIESZCZENIE
MINISTRA ROLNICTWA I ROZWOJU WSI¹⁾

z dnia 28 września 2026 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji sektorowej „Kreowanie produktu agroturystycznego”
do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2024 r. poz. 1606) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji sektorowej „Kreowanie produktu agroturystycznego” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi: wz. *A. Nowak*

¹⁾ Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi kieruje działem administracji rządowej – rozwój wsi, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 25 lipca 2025 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi (Dz. U. poz. 1000).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi
z dnia 28 września 2026 r. (M.P. poz. 980)

INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI SEKTOROWEJ „KREOWANIE PRODUKTU AGROTURYSTYCZNEGO”
DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI

1. Nazwa kwalifikacji sektorowej

Kreowanie produktu agroturystycznego

2. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji sektorowej oraz odniesienie do poziomu Sektorowej Ramy Kwalifikacji

5 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

3. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji sektorowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się Osoba posiadająca kwalifikację sektorową jest przygotowana do samodzielnego projektowania nowego produktu agroturystycznego oraz wskazywania możliwości rozwoju już istniejącej oferty gospodarstwa agroturystycznego. Dokonuje analizy dostępnych informacji na temat rynku turystycznego, w tym lokalnej oferty konkurencji, identyfikując luki rynkowe oraz obszary potencjalnej współpracy. Tworzy dokumentację koncepcji produktu agroturystycznego wraz z opisem proponowanych rozwiązań oraz weryfikuje, czy koncepcja jest możliwa do zrealizowania. Wykonuje podstawowe analizy finansowe, w tym kalkulacje kosztów operacyjnych i inwestycyjnych, prognozy przychodów oraz ocenę opłacalności inwestycji z uwzględnieniem różnych strategii marketingową dla produktu agroturystycznego oraz plany jego promocji z wykorzystaniem dobranych kanałów komunikacji. Wykorzystuje posiadaną wiedzę z zakresu marketingu, finansów, zarządzania i agroturystyki w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Śledzi aktualne trendy branżowe oraz analizuje zmiany w zachowaniach turystów.
--

Zestaw 1. Wiedza z obszaru kreowania produktów agroturystycznych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Posługuje się wiedzą z obszaru turystyki	1) wyjaśnia pojęcie turystyki, uwzględniając różne aspekty, takie jak: społeczne, ekonomiczne, przestrzenne, psychologiczne lub kulturowe; 2) wyjaśnia pojęcie ruchu turystycznego, z uwzględnieniem jego przestrzennych i czasowych aspektów; 3) wyjaśnia pojęcie usługi turystycznej, z uwzględnieniem jej materialnych i niematerialnych aspektów; 4) wyjaśnia pojęcie produktu turystycznego, uwzględniając jego kompleksowy charakter; 5) wyjaśnia pojęcia związane z rynkiem turystycznym (np. popyt, podaż, cena, nabywca, sprzedawca); 6) charakteryzuje podmioty związane z rynkiem turystycznym (np. organizator turystyki, agent turystyczny, pozarządowe organizacje wspierające turystykę).

Posługuje się wiedzą z obszaru turystyki wiejskiej i agroturystyki	1) omawia specyfikę agroturystyki jako jednej z form turystyki wiejskiej; 2) omawia formy spędzania wolnego czasu w agroturystyce; 3) wyjaśnia pojęcie produkt agroturystyczny; 4) omawia, jakie potrzeby zaspokajają produkt agroturystyczny.
Posługuje się wiedzą z zakresu prawa, ekonomii i finansów dotyczącą agroturystyki	1) wymienia aktualne przepisy regulujące działalność rolników świadczących usługi turystyczne; 2) opisuje różnice pomiędzy działalnością nierejestrowaną a rejestrowaną; 3) wyjaśnia pojęcia z obszaru ekonomii (np. przychody, koszty, dochód, zysk, nakłady inwestycyjne, koszty operacyjne); 4) omawia wskaźniki finansowe (np. rentowność, zadłużenie); 5) omawia narzędzia analizy opłacalności inwestycji, w tym metody statyczne np. PP (Payback Period); 6) wymienia dostępne źródła finansowania agroturystyki.
Posługuje się wiedzą z zakresu zarządzania, marketingu, promocji i reklamy stosowaną w agroturystyce	1) wyjaśnia istotę i cele analizy strategicznej w zarządzaniu gospodarstwem agroturystycznym; 2) omawia metody i narzędzia analizy strategicznej (np. analiza mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń (SWOT), analiza czynników politycznych, ekonomicznych, społecznych i technologicznych (PEST), Business Model Canvas oraz Zrównoważona Karta Wyników); 3) wskazuje rynki docelowe dla oferty agroturystycznej; 4) omawia elementy modelu marketing mixu, w tym 7P (produkt, cenę, promocję, miejsce, ludzi, proces oraz dowody fizyczne); 5) omawia formy promocji i rodzaje reklamy.

Zestaw 2. Przygotowanie koncepcji produktu agroturystycznego	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Przygotowuje wstępną analizę rynku dla koncepcji produktu agroturystycznego	1) pozyskuje informacje odnośnie do zasobów, możliwości operacyjnych i oczekiwań klienta; 2) analizuje oferty turystyczne występujące w danym regionie pod kątem identyfikowania produktów agroturystycznych; 3) analizuje strategiczne dokumenty dotyczące rozwoju turystycznego danego regionu; 4) identyfikuje potencjał turystyczny danego regionu, w którym ma się znaleźć produkt agroturystyczny.
Przygotowuje opis produktu agroturystycznego	1) przygotowuje specyfikację produktu zawierającą: nazwę produktu agroturystycznego, krótką charakterystykę produktu, główne założenia produktu agroturystycznego, unikalne cechy produktu agroturystycznego i potencjalne korzyści dla turystów; 2) dobiera rozwiązania proekologiczne; 3) dostosowuje koncepcję produktu agroturystycznego do możliwości dostępnych w danym regionie i oczekiwań posiadacza gospodarstwa rolnego lub osoby planującej rozpocząć działalność agroturystyczną; 4) uzasadnia posiadaczowi gospodarstwa rolnego lub osobie planującej rozpocząć działalność agroturystyczną koncepcję produktu agroturystycznego; 5) sporządza analizę strategiczną dla koncepcji produktu agroturystycznego (np. SWOT, PEST); 6) wskazuje obszary potencjalnego zagrożenia bezpieczeństwa turysty związane z oferowanym produktem agroturystycznym; 7) proponuje plan promocji produktu agroturystycznego, uwzględniający kanały promocji i formy reklamy; 8) proponuje ścieżkę rozwoju produktu agroturystycznego.

Dokonyje analizy aspektu finansowego produktu agroturystycznego	1) szacuje potencjalne przychody i koszty realizacji produktu agroturystycznego; 2) ocenia opłacalność produktu agroturystycznego; 3) dokonuje analizy progu rentowności produktu agroturystycznego; 4) uwzględnia ryzyko w ocenie opłacalności przedsięwzięcia (np. stosując metodę scenariuszy); 5) proponuje formę prowadzenia działalności agroturystycznej i uzasadnia jej wybór.
---	--

4. Ramowe wymagania dotyczące metod przeprowadzania walidacji, osób przeprowadzających walidację oraz warunków organizacyjnych i materialnych niezbędnych do prawidłowego i bezpiecznego przeprowadzania walidacji

4.1. Wymagania dotyczące metod przeprowadzania walidacji

Podczas przeprowadzania walidacji stosuje się następujące metody:

- 1) analiza dowodów i deklaracji;
- 2) rozmowa z komisją prowadzona w formie wywiadu swobodnego;
- 3) test teoretyczny.

Test teoretyczny służy sprawdzeniu, czy kandydat osiągnął efekty uczenia się wymagane w Zestawie 1: „Wiedza z obszaru kreowania produktu agroturystycznego”. Analiza dowodów i deklaracji oraz rozmowa z komisją walidacyjną służyć sprawdzeniu, czy kandydat osiągnął efekty uczenia się wymagane w Zestawie 2: „Przygotowanie koncepcji produktu agroturystycznego”.

4.2. Wymagania dotyczące osób przeprowadzających walidację

Weryfikację przeprowadza komisja walidacyjna składająca się co najmniej z trzech osób, które łącznie spełniają wszystkie następujące warunki, a każda spełnia co najmniej jeden z następujących warunków:

- 1) posiada udokumentowane co najmniej 5-letnie doświadczenie w zakresie zarządzania w branży turystycznej lub doradztwa w zakresie rolnictwa, turystyki, przedsiębiorczości, marketingu lub promocji;
- 2) od co najmniej 5 lat jest członkiem lokalnej lub regionalnej organizacji turystycznej albo innej organizacji pozarządowej wspierającej rozwój turystyki lub pracownikiem jednostki samorządu terytorialnego (JST) zajmującym się turystyką lub marketingiem;
- 3) posiada udokumentowane doświadczenie w weryfikowaniu wiedzy i umiejętności, w tym w prowadzeniu egzaminów w ramach edukacji formalnej lub pozaformalnej w obszarze tożsamym z efektami uczenia się zawartymi w niniejszej kwalifikacji.

Każdy z członków komisji walidacyjnej posiada wykształcenie wyższe.

Przewodniczącą komisji walidacyjnej jest wybierany spośród członków tej komisji.

4.3. Wymagania dotyczące warunków organizacyjnych i materialnych niezbędnych do prawidłowego i bezpiecznego przeprowadzenia walidacji

Walidacja może być przeprowadzona w formie stacjonarnej lub zdalnej.

W przypadku walidacji stacjonarnej instytucja certyfikująca zapewnia:

- 1) miejsce wyposażone w stanowiska komputerowe z dostępem do Internetu zapewniające samodzielne rozwiązywanie testu, spełniające wymagania wynikające z przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony przeciwpożarowej;
- 2) projektor multimedialny lub tablicę interaktywną;
- 3) materiały do wykonywania notatek lub obliczeń (np. kartki, długopisy, kalkulatory);
- 4) warunki do przeprowadzenia rozmowy z komisją walidacyjną w trybie indywidualnym, czyli w taki sposób, aby w rozmowie uczestniczył wyłącznie kandydat oraz członkowie komisji.

W przypadku walidacji zdalnej instytucja certyfikująca zapewnia niezbędne oprogramowanie umożliwiające przeprowadzenie testu teoretycznego oraz rozmowy z komisją walidacyjną.

4.4. Ewentualne dodatkowe informacje na temat ramowych wymagań dotyczących walidacji

Instytucja certyfikująca przygotowuje założenia studium przypadku, na podstawie których kandydat tworzy materiały podlegające ocenie za pomocą metod analizy dowodów i deklaracji oraz rozmowy z komisją.

5. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji, jeżeli zostały określone, albo informacja o braku takich warunków

W przypadku walidacji zdalnej lub hybrydowej (część walidacji prowadzona jest zdalnie) kandydat jest zobowiązany we własnym zakresie zapewnić sprawny komputer z działającą kamerą i mikrofonem oraz stabilne łącze internetowe.

6. Inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji sektorowej, jeżeli zostały określone, albo informacja o braku takich warunków

Brak

7. Określenie ważności certyfikatu kwalifikacji sektorowej, bezterminowy lub określony, oraz warunki przedłużenia ważności, jeśli okres ważności certyfikatu został określony

Bezterminowy

8. Dodatkowe wymagania wynikające ze specyfiki kwalifikacji sektorowej, dotyczące:

- 1) zakresu i częstotliwości ewaluacji wewnętrznej, o których mowa w art. 64 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji,
- 2) zakresu i częstotliwości sporządzania raportów z zewnętrznego zapewniania jakości, o których mowa w art. 68 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji,
- 3) zakresu i częstotliwości składania sprawozdań z działalności, o których mowa w art. 76 ust. 1–3 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Brak

9. Dodatkowe warunki, które muszą spełniać podmioty ubiegające się o uprawnienie do certyfikowania na podstawie art. 41 ust. 1 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Podmiot ubiegający się o uprawnienie do certyfikowania kwalifikacji sektorowej „Kreowanie produktu agroturystycznego” do wniosku o nadanie uprawnienia do certyfikowania tej kwalifikacji dołącza:

- 1) matrycę walidacji obejmującą wszystkie efekty uczenia się i kryteria ich weryfikacji wskazane dla tej kwalifikacji sektorowej wraz z przypisanymi sposobami weryfikacji efektów uczenia się (metoda, narzędzie służące weryfikacji efektów uczenia się oraz pytanie, zadanie lub polecenie), gwarantującą, że każdy z efektów uczenia się został uwzględniony w postępowaniu walidacyjnym;
- 2) opis wewnętrznego systemu zapewnienia jakości obejmujący wszystkie etapy walidacji;
- 3) dokumenty potwierdzające spełnienie przez komisję walidacyjną wymagań dotyczących osób przeprowadzających walidację.

Podmiot ubiegający się o uprawnienie do certyfikowania tej kwalifikacji pisemnie informuje Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi o terminie i miejscu planowanej walidacji z co najmniej miesięcznym wyprzedzeniem albo w dniu opublikowania na swojej stronie internetowej informacji o terminie planowanej walidacji.

10. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji, z uwzględnieniem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Nierazdziej niż raz na 10 lat