

Jan Zawadka

Preferencje turystów dotyczące wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych na Lubelszczyźnie

Ekonomiczne Problemy Usług nr 84, 167-179

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JAN ZAWADKA

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**PREFERENCJE TURYSTÓW DOTYCZĄCE
WYPOCZYNKU W GOSPODARSTWACH
AGROTURYSTYCZNYCH NA LUBELSZCZYŹNIE**

Wprowadzenie

Agroturystyka jako forma wypoczynku i rekreacji organizowana przez rolników i ich rodziny zyskuje w Polsce, podobnie jak w innych krajach, coraz większe uznanie. Współcześnie jest ona traktowana jako jedna z form turystyki alternatywnej, a zarazem jako jeden z rodzajów pozarolniczej działalności właścicieli gospodarstw rolnych. Obserwacja praktyki oraz badania prowadzone w różnych ośrodkach naukowych upoważniają do stwierdzenia, iż następuje ewolucja tej formy turystyki dotycząca głównie jej organizacji oraz skali, rodzajów i jakości oferty agroturystycznej, a także ukształtowania się na jej bazie innych form turystyki na obszarach wiejskich (m.in. ekoturystyka, turystyka edukacyjna, kwalifikowana). Ma to związek ze zmianą gustów i potrzeb osób korzystających z tego typu usług w ciągu ostatnich 20 lat. Niezbyt satysfakcjonujące są dziś pobyty w gospodarstwach, które poza noclegiem i wyżywieniem nie oferują wypoczywającym żadnych dodatkowych atrakcji. Dzisiejszy wymagający odbiorca skłania się w kierunku innowacyjnej, oryginalnej i wyspecjalizowanej oferty usług dopasowanej do swoich oczekiwań. Uzasadnionym więc wydaje się stwierdzenie, że badania dotyczące preferencji turystycznych osób wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych są niezbędne do ich dalszego efektywnego rozwoju.

1. Cel, zakres i metodyka badań

Celem opracowania było rozpoznanie i ukazanie preferencji turystycznych osób wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych funkcjonujących na terenie województwa lubelskiego.

W pracy zaprezentowano ofertę agroturystyczną badanych gospodarstw oraz jej ocenę w opinii turystów w nich wypoczywających wraz z sugestiami zmian mających na celu poprawę jakości świadczonych usług. Określono motywy wyboru tej formy wypoczynku, sposoby uzyskania przez turystów informacji o gospodarstwie oraz atrakcje, z jakich chcieliby skorzystać badani turyści.

Badaniami przeprowadzonymi w miesiącach letnich w roku 2009 objęto właścicieli 81 gospodarstw agroturystycznych funkcjonujących na terenie 12 gmin wiejskich Lubelszczyzny¹. Grupę badanych turystów stanowiło 218 osób wypoczywających w czasie badań w analizowanych gospodarstwach. Metodą badań własnych był sondaż diagnostyczny z wykorzystaniem techniki ankiety. Badania wśród właścicieli uzupełnione zostały wywiadem swobodnym.

2. Wyniki badań

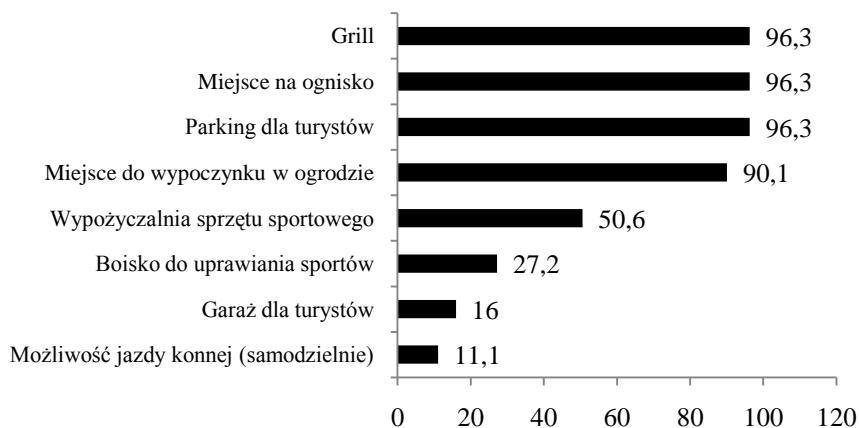
Za prowadzenie działalności agroturystycznej w badanych gospodarstwach odpowiedzialne były najczęściej kobiety (prawie 75%). Właściciele to w większości osoby w wieku 40–49 lat (ponad 45% badanych) oraz 50–59 (około 30%), których gospodarstwa rolne nie były duże – najczęściej do 5 ha (zaledwie kilka o pow. przekraczającej 20 ha). Kwaterodawcy w większości legitymowali się wykształceniem średnim (około 60%).

Badane gospodarstwa dysponowały w sumie 283 pokojami, spośród których 20,1% posiadało oddzielną łazienkę. Około 30% badanych gospodarstw było skategoryzowanych, a 72,8% mogło przyjmować gości przez cały rok. W 61,7% gospodarstw turyści mogli liczyć na całodzienne wyżywienie. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż serwowane w 56,8% gospodarstw posiłki przygoto-

¹ Gminami tymi były: Adamów, Borzechów, Cyców, Horodło, Janów Podlaski, Leśna Podlaska, Siennica Różana, Susiec, Ulan-Majorat, Wąwolnica, Wojciechów, Wola Uhruska.

wywane były przynajmniej w połowie z produktów pochodzących z własnego gospodarstwa rolnego.

Na rysunku 1 zaprezentowano wyposażenie badanych gospodarstw agroturystycznych w elementy infrastruktury rekreacyjnej, z której mogli korzystać wypoczywający turyści.

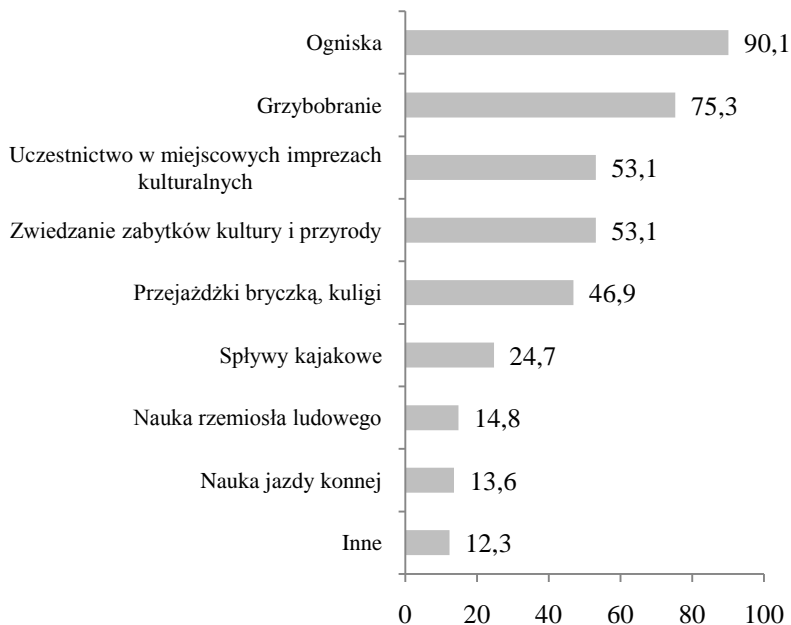


Rys. 1. Wyposażenie badanych gospodarstw agroturystycznych w elementy infrastruktury rekreacyjnej (%)

Źródło: badania własne.

Badani kwaterodawcy organizowali dla swoich gości różnego rodzaju dodatkowe atrakcje. Informacje na ten temat zaprezentowano na rysunku 2.

Spośród dodatkowych atrakcji w kategorii „inne” wymieniano: kursy gotowania, kurs florystyki, zwiedzanie prywatnego muzeum minerałów, edukację przyrodniczą połączoną z fotografią ornitologiczną, wspólne grillowanie wraz ze śpiewem przy akompaniamencie gitary i akordeonu, naukę przetwórstwa owoców i warzyw, spływy tratwą i stateczkiem po Bugu, naukę wypieku chleba, uczestnictwo w zajęciach hipoterapeutycznych.



Rys. 2. Dodatkowe atrakcje organizowane dla gości w badanych gospodarstwach (%)

Źródło: badania własne

Badani kwaterodawcy zapytani zostali również o sposoby przekazywania potencjalnym klientom informacji o swoim gospodarstwie i usługach w nim oferowanych. Najczęściej stosowaną formą promocji był Internet – wykorzystywało go ponad 90% usługodawców. Ponad połowa badanych promowała swoje gospodarstwa poprzez stowarzyszenia agroturystyczne, a także ulotki i broszury promocyjne. Najbardziej skuteczną formą promocji własnej działalności w opinii kwaterodawców (prawie 90% wskazań) był Internet. Dużą skutecznością odznaczała się również wymiana informacji między samymi turystami – prawie 60% usługodawców twierdziło, że goszczone osoby wybrały ich gospodarstwo z polecenia znajomych².

² Należy zwrócić uwagę na fakt, iż skuteczność stowarzyszeń agroturystycznych jako instytucji promujących zrzeszone w nich gospodarstwa była tu dość rzadko wskazywana. Częściowo mogło to być spowodowane tym, że nie wszyscy gospodarze byli ich członkami – zrzeszonych było 61,7% gospodarstw. Jednak badani kwaterodawcy, którzy jako skuteczną formę wskazywali Internet, bardzo często zapominali, że to właśnie na stronach stowarzyszeń agroturystycznych

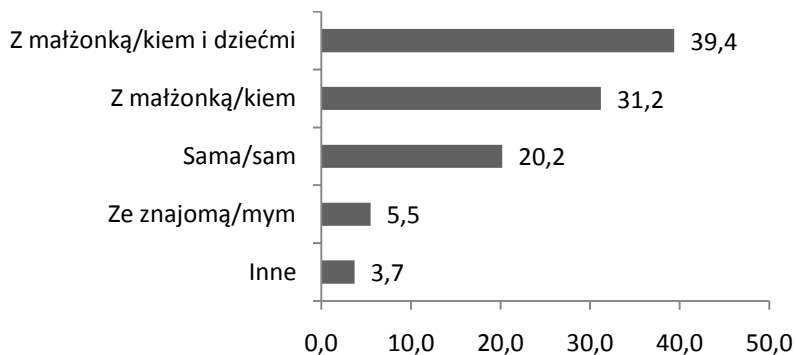
Średnia cena jednodniowego pobytu w badanych gospodarstwach bez wyżywienia wynosiła 30 zł. Cena maksymalna wynosiła 80 zł (gmina Janów Podlaski), najniższa natomiast 20 zł – takie gospodarstwa funkcjonowały w większości badanych gmin. Za całodzienne wyżywienie gospodarze żądali od 25 do 120 zł – średnio jego cena kształtowała się na poziomie 40 zł.

O ocenę oferty agroturystycznej badanych gospodarstw poproszeni zostali wypoczywający w nich turyści. Badaniami objęto 218 osób wypoczywających w analizowanych gospodarstwach agroturystycznych w okresie przeprowadzania badań.

Wiek badanych osób był dość zróżnicowany. Największą grupę stanowili turyści między 25. a 39. rokiem życia (42,7%). Drugą pod względem liczebności grupą wiekową były osoby między 40. a 60. rokiem (33,5%). Osoby młode (do 24 lat) oraz starsze (powyżej 60 lat) stanowiły po 11,9% badanej grupy. Większość respondentów była dobrze wykształcona – 48,2% z nich posiadało wykształcenie wyższe, a 39,9% – średnie. Poziom wykształcenia przekładał się na charakter wykonywanej pracy – 64,2% stanowili bowiem pracownicy umysłowi, a 14,7% pracownicy fizyczni. Emeryturę lub rentę pobierało 11,9% badanych, a studiowało 9,2% respondentów.

Turystami odwiedzającymi gospodarstwa agroturystyczne byli w zdecydowanej większości (93,1% badanych) mieszkańcy miast, przy czym ponad połowa z nich przyjechała z miasta liczącego ponad 300 tys. osób. Większość turystów pochodziła z takich województw jak: mazowieckie, lubelskie, śląskie oraz podkarpackie. W większości byli to członkowie rodzin średnio zamożnych, w których dochód na 1 osobę wynosił 1000–1500 zł.

Odwiedzającymi gospodarstwa agroturystyczne były najczęściej rodziny z dziećmi. Często były to również małżeństwa, a także pojedyncze osoby. Wyniki przedstawiono na rysunku 3. W kategorii „inne” znaleźli się m.in. dziadkowie lub babcie z wnukami.



Rys. 3. Osoby towarzyszące badanym turystom (%)

Źródło: badania własne.

Motywy, jakimi kierowali się badani turyści przy wyborze wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym, zaprezentowano na rysunku 4.

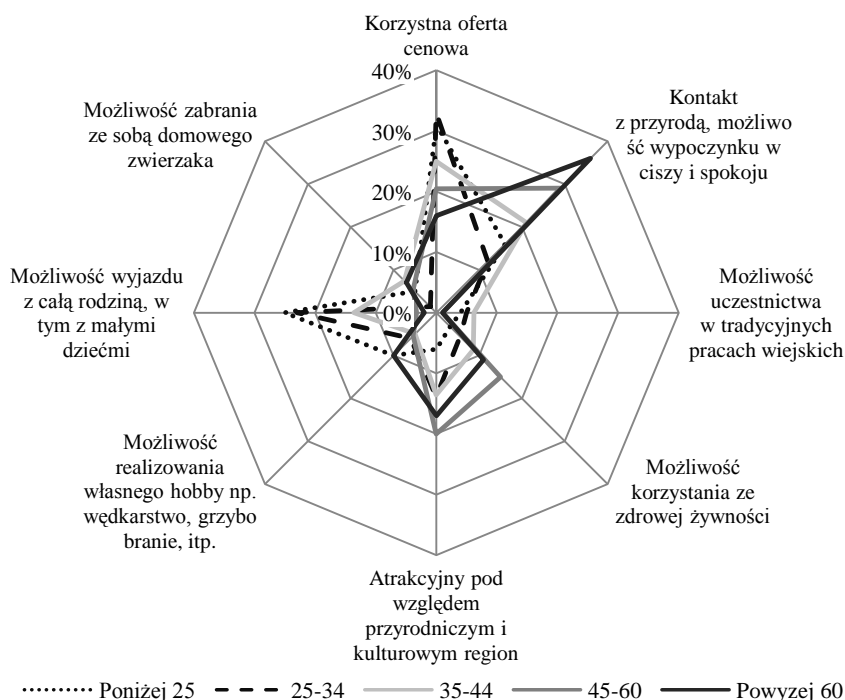


* badani mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi

Rys. 4. Motywy, jakimi kierowali się badani turyści, dokonując wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym (%)

Źródło: badania własne.

Większość decyzji związanych ze spędzeniem urlopu w gospodarstwie agroturystycznym motywowana była: kontaktem z przyrodą, ciszą i spokojem oraz atrakcyjnością kulturową wsi. Dla większości badanych ważna była również atrakcyjna oferta cenowa tego typu wypoczynku. W trzech przypadkach w kategorii „inne” wskazywana była możliwość nauki jazdy konnej. Należy zaznaczyć, że motywy, które wskazywali turyści, były zróżnicowane w zależności od poziomu ich wykształcenia. Osoby lepiej wykształcone oczekiwały najczęściej kontaktu z przyrodą oraz możliwości wypoczynku w ciszy i spokoju, podczas gdy dla turystów legitymujących się wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym większe znaczenie miała cena oferowanych przez gospodarstwa agroturystyczne usług. Ma to niewątpliwie związek z poziomem dochodów i rodzajem wykonywanej pracy będących wynikiem poziomu wykształcenia badanych.



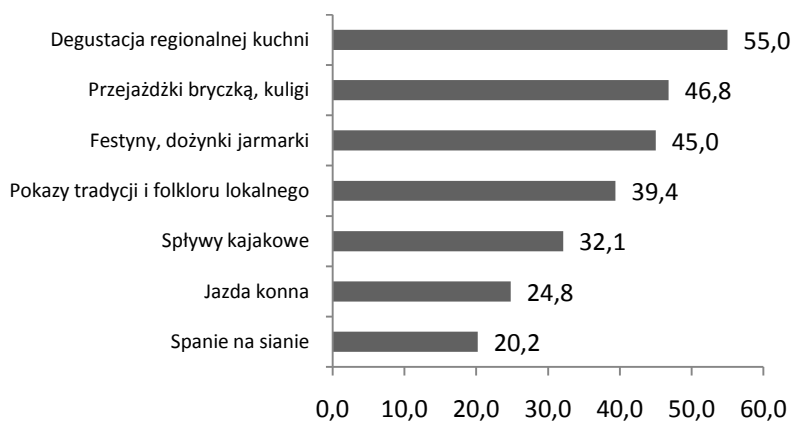
Rys. 5. Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w zależności od wieku badanych (%)

Źródło: badania własne.

Zróznicowanie deklarowanych motywów wyboru tej formy wypoczynku zauważyć można także w poszczególnych grupach wiekowych respondentów, co zaprezentowano na rysunku 5.

Najczęściej wybieranymi przez turystów formami czynnego wypoczynku były: wycieczki piesze, jazda rowerem, kąpiele w rzece, jeziorze, jazda konna. Wędkarstwo cieszyło się największym powodzeniem jako uprawiane przez turystów hobby.

Na rysunku 6 przedstawiono natomiast najczęściej wskazywane atrakcje, z jakich chciałyby skorzystać dodatkowo badane osoby.



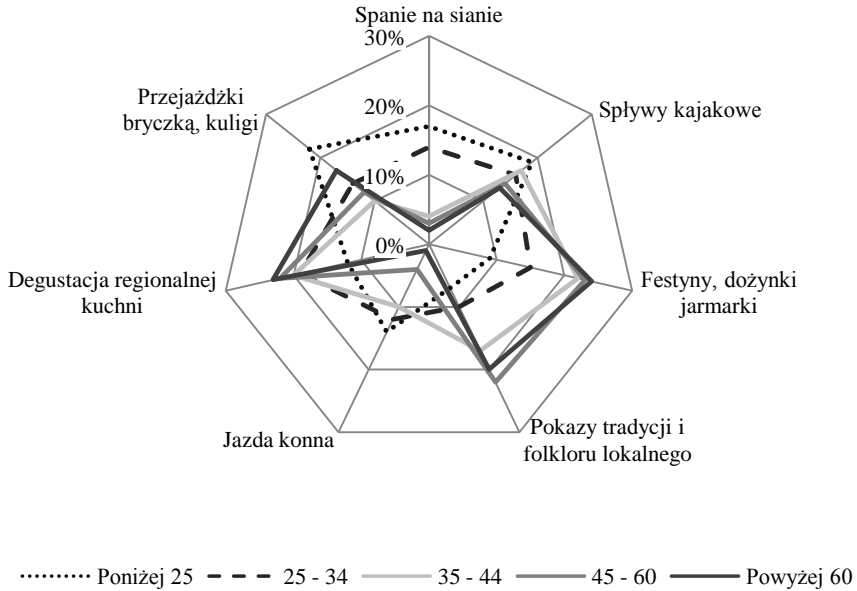
* badani mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi

Rys. 6. Atrakcje, z jakich chcieliby skorzystać badani turyści (%)

Źródło: badania własne.

Pożądaną przez badanych atrakcję zróżnicowane były w zależności od posiadanego przez nich poziomu wykształcenia. Osoby legitymujące się wykształceniem wyższym wykazywały większe zainteresowanie folklorem, lokalną kulturą i jej spuścizną kulinarną, a także imprezami typu festyny, dożynki czy jarmarki. Osoby z niższym poziomem wykształcenia wskazywały częściej przejażdżki bryczką, kuligi, spływy kajakowe oraz spanie na sianie. Zdecydowanie mniejsze było ich zainteresowanie walorami kulturowymi.

Różnorodność preferencji stwierdzono również w zależności do wieku respondentów, co zilustrowano na rysunku 7.



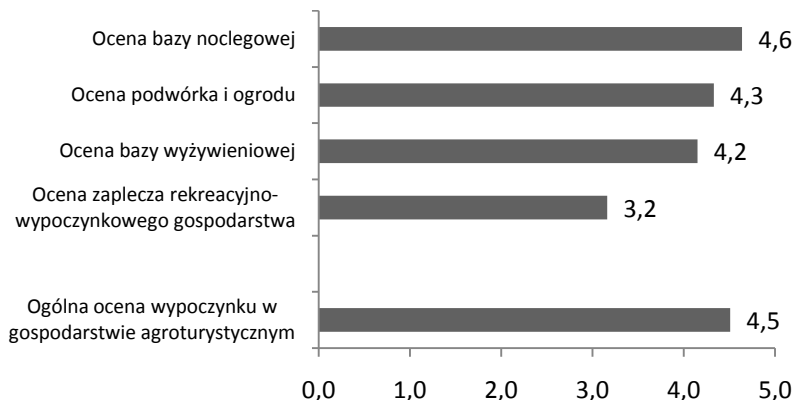
Rys. 7. Atrakcje, z jakich chcieliby skorzystać badani turyści w zależności od ich wieku (%)

Źródło: badania własne.

Dodatkowo wymienianymi tu atrakcjami, z których chcieliby skorzystać wypoczywający, były m.in.: lot balonem nad okolicą, wycieczki po okolicy z przewodnikiem i poznawanie atrakcji kulturowych i przyrodniczych, zwiedzanie gospodarstw agroturystycznych po wschodniej stronie granicy, sauna, a także możliwość kąpieli w basenie.

Badani turyści zostali również poproszeni o ocenę poszczególnych elementów wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym i jego otoczeniu. Uśrednione wyniki zaprezentowano na rysunku 8. Jak wynika z przedstawionych danych elementy oferty turystycznej gospodarstwa były przez turystów oceniane stosunkowo dobrze. Na średnią ocenę zaplecza rekreacyjno-wypoczynkowego w otoczeniu gospodarstwa składały się cząstkowe oceny, m.in. takich elementów jak: kąpielisko strzeżone, wypożyczalnia sprzętu pływającego.

jącego, wypożyczalnia rowerów czy boisko do gier zespołowych. W okolicy wielu kwater obiekty takowe w ogóle nie występowały, czym może być podyktowana tak niska ocena tego elementu. Należy zwrócić jednak uwagę, że ogólna ocena wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w opinii badanych turystów ukształtowała się na poziomie 4,5, co może świadczyć o zadowoleniu badanych osób z pobytu.



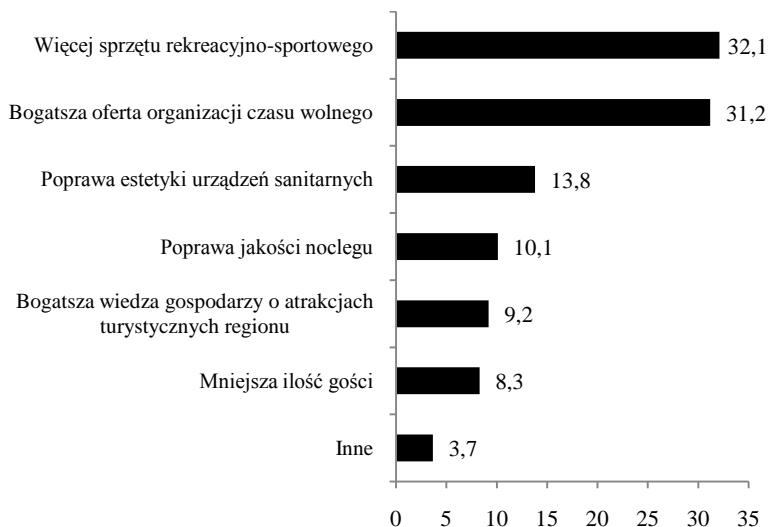
* ogólna ocena nie jest średnią pozostałych ocen

Rys. 8. Ocena elementów oferty turystycznej gospodarstwa i jego otoczenia w opinii turystów (skala 1–5)

Źródło: badania własne.

Satysfakcję klientów może potwierdzać ponadto fakt, że wszyscy z badanych gości deklarowali chęć skorzystania w przyszłości z tej formy wypoczynku, a 97,2% turystów stwierdziło, że poleciliby tę formę spędzania wolnego czasu rodzinie i znajomym.

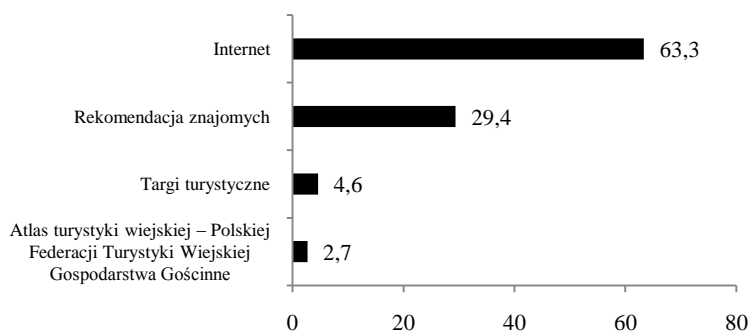
Tak wysokie oceny oraz deklaracje o chęci korzystania w przyszłości z usług agroturystycznych nie oznaczały jednak, że turyści nie stwierdzili pewnych uchybień i konieczności zmian pewnych rzeczy w gospodarstwach, w których wypoczywali. Największa część badanych zarzucała niedostatek sprzętu rekreacyjnego oraz zbyt ubogą ofertę organizacji czasu wolnego proponowaną przez gospodarzy. Szczegółowe dane na ten temat zaprezentowano na rysunku 9.



Rys. 9. Elementy oferty, które – w opinii turystów – powinny ulec zmianie w celu poprawienia jakości świadczonych usług agroturystycznych (%)

Źródło: badania własne.

Wskazaniami, które znalazły się w kategorii „inne” były np.: unowocześnienie aneksu kuchennego, wyciszenie sali jadalnej oraz zapobieganie przedostawaniu się zapachów z budynków gospodarskich do pomieszczeń sypialnych.



Rys. 10. Sposoby uzyskania przez turystów informacji o gospodarstwie (%)

Źródło: badania własne.

Celem zweryfikowania opinii właścicieli gospodarstw dotyczących najbardziej efektywnych form promocji turyści zapytani zostali o to, w jaki sposób uzyskali informacje o gospodarstwie, w którym wypoczywają. Wyniki zaprezentowane na rysunku 10 potwierdzają osąd gospodarzy dotyczący skuteczności poszczególnych form promowania działalności agroturystycznej.

Zdecydowana większość turystów jako źródło informacji o gospodarstwie agroturystycznym, w którym wypoczywają, wskazywała Internet oraz znajomych³.

Uwagi końcowe

Preferencje i wymagania odbiorców usług gospodarstw agroturystycznych dotyczące poziomu jakości i zakresu świadczonych usług uległy w ostatnich latach znacznej ewolucji. Obecnie kwaterodawcy, którzy w swoim gospodarstwie świadczą jedynie usługi noclegowe i żywieniowe, mają niewielkie szanse na efektywne wykorzystanie swoich obiektów. Turyści są bowiem coraz bardziej wymagający i jedynie niska cena nie może być już dziś wyznacznikiem sukcesu. Agrowczasy mogą stanowić dobrą okazję do wypoczynku w malowniczym wiejskim zaciszu, będąc alternatywą dla zatłoczonych i hałaśliwych kurortów turystycznych, mogą również stwarzać możliwość edukacji przyrodniczej i kulturowej, uprawiania wielu form turystyki kwalifikowanej czy własnego hobby. Jednak warunkiem prawidłowo przygotowanej oferty jest dokładne rozpoznanie motywów i potrzeb odbiorców tych usług. Prezentowane badania, ze względu na ograniczenie terytorialne i liczebność badanej populacji, mają charakter jedynie przyczynkarski. Jednak uzyskane wyniki mogą być wskazówką dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych, pomocną w uatrakcyjnieniu i lepszym dopasowaniu oferty do konkretnej grupy odbiorców. Sugerują one również na co zwrócić szczególną uwagę podczas przygotowywania materiałów promocyjnych oraz treści i warstwy ikonograficznej w przypadku stron internetowych, aby właściwie dobrane informacje przekazywane za ich pośrednictwem ułatwiały i dawały pewność wyboru odpowiedniej oferty przyszłym gościom, co łączy się oczywiście ze specjalizacją gospodarstw agroturystycznych i ukie-

³ Wśród respondentów nie pojawiały się odpowiedzi wskazujące stowarzyszenia agroturystyczne, mimo iż większość gospodarstw właśnie na ich stronach zamieszczała swoje oferty; stąd też ich działalność na rzecz promocji agroturystyki i gospodarstw świadczących tego typu usługi nie można marginalizować.

runkowaniem oferty do określonego segmentu rynku. Zdjęcia atrakcyjnego i bezpiecznego placu zabaw dla dzieci oraz wyartykułowane w korzystny sposób możliwości spędzania i organizacji czasu wolnego w przypadku małych turystów dla znacznej części rodziców mogą okazać się powodem decydującym o wyborze oferty konkretnego gospodarstwa. Dla osób starszych, ceniących często samotność, ciszę i spokój mogą być natomiast sygnałem do konieczności dalszych poszukiwań satysfakcjonującej destynacji turystycznej.

PREFERENCES OF TOURISTS ON HOLIDAY IN AGRITOURISM FARMS IN THE LUBLIN PROVINCE

Summary

The aim of the study was to identify and show the travel preferences of people vacationing in agritourism farms in the Lublin province. Presented agrotourism offer and an evaluation of the surveyed households in the opinion of tourists vacationing in them along with suggested changes to improve quality. Specified reasons for choosing this form of recreation, means of obtaining information about the farm and attractions, from which the respondents would like to use. The research conducted during the summer months in 2009 included 81 agritourism farms owners operating in 12 rural municipalities of Lublin province and 218 tourists vacationing in the analyzed agritourism farms.

Translated by Jan Zawadka