

**Barbara Woś, Bogusława
Graczykowska, Ludwika Kosińska**

**Analiza popytu na usługi
agroturystyczne**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 293-303

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.

BARBARA WOŚ, BOGUSŁAWA GRACZYKOWSKA

Politechnika Opolska

LUDWIKA KOSIŃSKA

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

ANALIZA POPYTU NA USŁUGI AGROTURYSTYCZNE

Wprowadzenie

W dobie zrównoważonego rozwoju, szczególnej dbałości o zachowanie walorów przyrodniczych i kulturowych oraz indywidualizacji oferty turystycznej w prospektach biur podróży, lokalnych agencji turystycznych czy wprost na stronach internetowych coraz częściej pojawiają się oferty z zakresu turystyki zrównoważonej, w tym agro- i ekoturystyki.

Pod pojęciem agroturystyki rozumiemy działalność turystyczną prowadzoną na terenach wiejskich, gdzie podstawą tworzenia produktu turystycznego jest pojedyncze gospodarstwo lub grupa gospodarstw rolnych świadczących usługi: noclegowe, gastronomiczne, edukacyjne i rekreacyjne oraz pozwalających turystyce na aktywne włączenie się w realizowane na terenie gospodarstwa prace¹. Ekoturystyka to działalność turystyczna mająca na celu poznawanie i podziwianie obszarów przyrodniczo cennych, zachowanie harmonii ekosystemów przyrodniczych oraz odrębności kulturowej lokalnych społeczności, dostarczanie środków finansowych dla skutecznej ochrony wartości dziedzictwa

¹ M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*, Polskie Wyd. Ekonomiczne, Warszawa 2006.

przyrodniczego i kulturowego oraz przynoszenie realnych korzyści ekonomiczno-społecznych ludności miejscowej².

Obie formy turystyki dynamicznie rozwijają się na terenach wiejskich, znajdując coraz szerszą grupę odbiorców. Wzrastający popyt na usługi agroturystyczne – rozumiany jako „gotowość turysty do nabycia określonych ilości dóbr turystycznych za określoną sumę pieniędzy”³ – dotyczy nie tylko ilości oferowanych miejsc, ale także jakości i asortymentu oferowanych usług. W niniejszym opracowaniu dokonano analizy popytu na usługi agroturystyczne oraz możliwości dostosowania istniejących gospodarstw do wzrastających potrzeb agroturystów.

1. Cel pracy

Tworzenie ciekawej oferty turystycznej na terenach wiejskich wymaga dogłębnego poznania specyfiki regionu, analizy walorów turystycznych danej miejscowości, a także analizy potencjału ludzkiego społeczności lokalnej. W większości przypadków dostępna na rynku turystycznym oferta gospodarstw agroturystycznych nie ogranicza się do usług noclegowych i gastronomicznych, ale ulega ciąglemu wzbogacaniu o elementy związane z aktywnymi formami wypoczynku zarówno w sferze aktywności fizycznej, jak i poznawczej. Właściciele gospodarstw agroturystycznych to w dużej mierze osoby posiadające średnie lub wyższe wykształcenie, które w rozszerzaniu oferty turystycznej gospodarstw wykazują się znaczną kreatywnością. To właśnie kreatywność i otwartość na sugestie turystów pozwalają na tworzenie atrakcyjnej oferty turystycznej łączącej w sobie elementy agro- i ekoturystyki. Takie rozszerzanie oferty niewątpliwie wpływa na zatrzymywanie stałych odbiorców i pozyskiwanie nowych. Celem niniejszego opracowania jest charakterystyka głównych grup odbiorców produktu turystycznego powstającego na terenie gospodarstw agroturystycznych oraz popytu na te usługi u osób korzystających z wypoczynku na terenach wiejskich. Istotnym aspektem pracy jest analiza korelacji pomiędzy

² D. Zaręba, *Ekoturystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.

³ W. Hunziker, K. Krapf, *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrlrhre*, za: *Tłumaczenia materiałów dotyczących statystyki ruchu turystycznego w różnych krajach*, Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki przy SPIS, Warszawa 1961, s. 16.

sygnalizowaną przez turystę potrzebą wprowadzenia zmian w ofercie agroturystycznej a odpowiedzią na tę potrzebę ze strony usługodawców.

2. Metodyka badań

Aby szerzej opisać potrzeby agroturystów oraz skłonność właścicieli gospodarstw agroturystycznych do rozszerzania asortymentu oferowanych usług i percepcji własnego gospodarstwa jako optymalnego miejsca wypoczynku, w październiku 2011 roku przeprowadzono badania ankietowe na grupie 63 losowo wybranych agroturystów i 30 właścicieli gospodarstw agroturystycznych zlokalizowanych w południowo-zachodniej Polsce w rejonie Masywu Śnieżnika. Ankieta dotyczyła trzech istotnych zagadnień, tj. czynników wpływających na decyzję o wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym, elementów zagospodarowania turystycznego dostępnych i oczekiwanych na terenie gospodarstw agroturystycznych oraz usług oferowanych na terenie gospodarstw. Przedstawione w ankiecie elementy wytypowano na podstawie analizy ofert gospodarstw agroturystycznych z całej Polski. Szczególną uwagę zwrócono na nowe elementy powtarzające się w ofertach gospodarstw agroturystycznych.

3. Charakterystyka odbiorców usług agroturystycznych

Analiza badań ankietowych prowadzonych wśród agroturystów wykazała wyraźną segmentację odbiorców tego typu usług. Wyróżniono trzy podstawowe grupy, wśród których pierwszą stanowią osoby młode (do 25. roku życia) poszukujące niedrogiego, łatwego do znalezienia noclegu, zlokalizowanego możliwie blisko atrakcji przyrodniczych i kulturowych, umożliwiającego dogodnie dojście do szlaków turystycznych. Druga grupa odbiorców to rodziny z dziećmi poszukujące przestrzeni, elementów zagospodarowania turystycznego pozwalających na aktywny wypoczynek dzieci oraz bezpośredni kontakt z przyrodą i środowiskiem wiejskim. Trzecia grupa agroturystów to osoby starsze, które poszukują możliwości wypoczynku z dala od zgiełku wielkich ośrodków miejskich, ceniące sobie bogatą ofertę turystyczną pozwalającą na aktywne zwiedzanie okolicy.

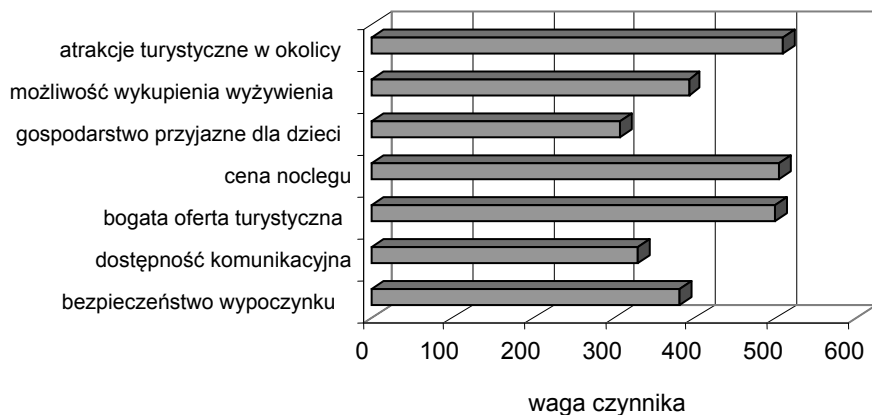
Wydzielenie trzech podstawowych grup agroturystów potwierdzone zostało w ankietach skierowanych do właścicieli gospodarstw. Wszyscy ankietowani właściciele gospodarstw agroturystycznych (100%) zaznaczyli rodziny z dziećmi jako jedną z podstawowych grup gości, 77% wskazało na ludzi młodych jako odbiorców usług agroturystycznych i 67% uznało, że do głównej grupy odwiedzających ich gospodarstwa należy zaliczyć osoby starsze.

4. Charakterystyka gospodarstw agroturystycznych

Gospodarstwa, których właściciele poddano badaniom ankietowym, to obiekty zlokalizowane w południowo-zachodniej Polsce w rejonie Masywu Śnieżnika. W zdecydowanej większości prowadzą działalność w zakresie agroturystyki lub turystyki wiejskiej dłużej niż sześć lat. Właściciele analizowanych gospodarstw traktują agroturystykę jako dodatkowe źródło dochodu i przyjmują turystów głównie w okresie wakacji i ferii zimowych.

5. Analiza popytu na usługi turystyczne

Z punktu widzenia rozwoju agroturystyki i dostosowania ofert gospodarstw do potrzeb turystów istotne jest określenie podstawowych kryteriów decydujących o wyborze miejsca wypoczynku. Ankietowani agroturysci zostali poproszeni o ocenę w skali od 1 do 10 (1 – zupełnie bez znaczenia, 10 – niezwykle istotne), na ile ważne przy wyborze gospodarstwa, w którym chcą wypoczywać, jest: bezpieczeństwo, bogata oferta turystyczna, obecność atrakcji turystycznych, przystosowanie gospodarstwa do przyjmowania małych dzieci, możliwość wykupienia wyżywienia i cena noclegu (rysunek 1).



Rys. 1. Najważniejsze czynniki decydujące o wyborze danego gospodarstwa agroturystycznego przez turystów

Źródło: opracowanie własne.

Za najistotniejsze przy wyborze miejsca wypoczynku ankietowani uznali atrakcje turystyczne występujące w okolicy, na drugim miejscu znalazła się cena noclegu, a tuż za nią – bogata oferta turystyczna dostępna na terenie gospodarstwa. Zdecydowanie mniej istotne dla ankietowanych okazały się: możliwość wykupienia wyżywienia i zapewnienie bezpieczeństwa na terenie gospodarstwa. Następnym w kolejności czynnikiem decydującym o wyborze miejsca wypoczynku to dostępność komunikacyjna, która znalazła się na przedostatnim miejscu. Fakt ten świadczy o atrakcyjności gospodarstw położonych na uboczu, do których dojazd niejednokrotnie jest utrudniony. Na ostatnim miejscu pod względem istotności ankietowani wybrali przystosowanie obiektu do przyjmowania dzieci. Wynika to z faktu, że jedynie część badanych deklaruowała posiadanie dzieci i wypoczynek wraz z rodziną. Taka hierarchia czynników decydujących o wyborze miejsca wypoczynku dowodzi ogromnej roli, jaką odgrywa dobrze przygotowana oferta turystyczna oraz sprawnie przeprowadzony marketing gospodarstwa i okolicy, w której jest ono zlokalizowane.

Analizując rozkład wagi wymienionych czynników w poszczególnych grupach agroturystów, zauważa się pewne różnice. Grupa młodych turystów za czynnik decydujący przy wyborze gospodarstwa agroturystycznego zdecydowanie uważa cenę noclegu. Wynika to głównie z ograniczonych zasobów finansowych i traktowania gospodarstw agroturystycznych jako ośrodków świadczą-

cych tanie usługi noclegowe. Hierarchia pozostałych czynników pozostaje niezmieniona. W grupie rodzin z dziećmi za najistotniejszy czynnik uznano atrakcje turystyczne w okolicy gospodarstwa agroturystycznego, na drugim miejscu przystosowanie gospodarstwa do potrzeb dzieci, na kolejnym – cenę noclegu. W następnej kolejności wpływ na wybór gospodarstwa miała oferta turystyczna i bezpieczeństwo. Taki układ preferencji świadczy o tym, że dla tej grupy odbiorców wyjątkowo istotne jest właściwie przygotowane zagospodarowanie turystyczne obiektów ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb dzieci i szeroka oferta atrakcji dostępna w miejscu wypoczynku. Dla ostatniej grupy odbiorców, czyli osób starszych, najbardziej istotne okazały się atrakcje turystyczne dostępne w okolicy gospodarstwa i bogata oferta turystyczna w wybranym gospodarstwie agroturystycznym. Za zdecydowanie mniej istotną uznano cenę noclegu oraz możliwość wykupienia wyżywienia, a za najmniej istotne – bezpieczeństwo i przystosowane gospodarstwa dla potrzeb dzieci. Taki wynik świadczy o potrzebie aktywnego i urozmaiconego wypoczynku zarówno na terenie gospodarstwa, jak i w jego okolicy.

W ostatnich latach na rynku agroturystycznym zaznacza się wyraźna tendencja do rozszerzania zakresu usług i wzbogacania oferty o elementy aktywnych form turystyki pieszej, konnej, rowerowej, narciarskiej, ale także turystyki krajoznawczej i przyrodniczej. Jest to niezwykle istotny proces, biorąc pod uwagę fakt, że ankietowani agroturyści w 87% zadeklarowali chęć czynnego wypoczynku w gospodarstwie wiejskim, a jedynie 13% badanych opowiedziało się za wypoczynkiem biernym, wykazując ograniczone zainteresowanie aktywnymi formami spędzania czasu wolnego.

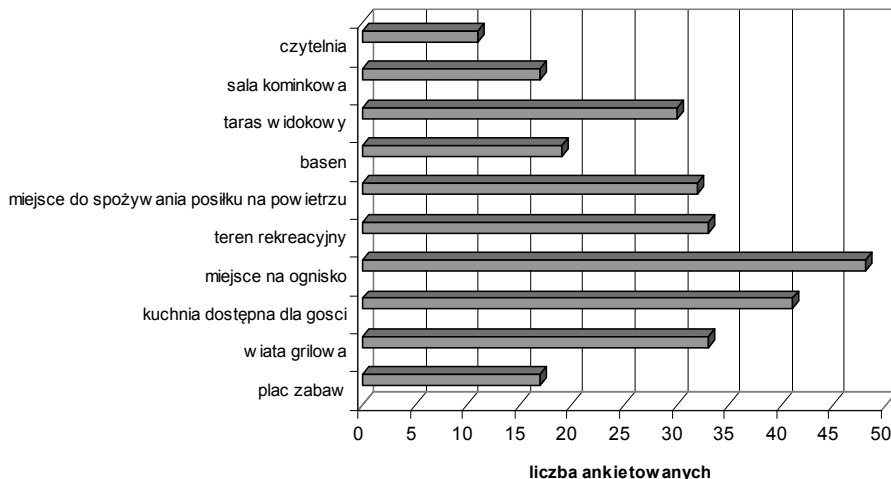
Respondentów zapytano o to, jakiego typu oferty oczekują na terenie gospodarstw agroturystycznych. Największym zainteresowaniem cieszyły się wycieczki krajoznawcze oraz wyprawy konne, piesze i rowerowe organizowane przez właścicieli gospodarstw. Taką opcję zaznaczyło 45 spośród 62 ankietowanych, 17 badanych wyraziło zainteresowanie zajęciami warsztatowymi związanymi z rzemiosłem i kuchnią (wyplatanie koszy, układanie bukietów, pieczenie chleba, przygotowywanie potraw regionalnych), 14 osób chętnie uczestniczyłoby w wycieczkach przyrodniczych i nauce zbierania ziół i grzybów. Jedynie 5 osób wykazało zainteresowanie udziałem w pracach gospodarskich jako ciekawą formą aktywnego wypoczynku i poznania specyfiki gospodarstwa agroturystycznego. Uzyskane wyniki po raz kolejny świadczą o ogromnym zapotrzebowaniu turystów na aktywne formy wypoczynku organizowane na

terenie gospodarstw agroturystycznych. Właściciele takich gospodarstw w odpowiedzi na potrzeby turystów niejednokrotnie pełnią rolę przewodników i organizatorów wycieczek, zwracając uwagę turystów na najcenniejsze walory przyrodnicze i kulturowe regionu. Zdziwiające jest niskie zainteresowanie turystów udziałem w pracach prowadzonych na terenie gospodarstwa (zbieranie siana, dojenie krów, miodobranie), które powinny stanowić podstawę oferty agroturystycznej. Fakt ten wynika z coraz mniejszego zainteresowania społeczeństwa specyfiką pracy na wsi i pojmowaniem tego typu aktywności bardziej w kategorii dodatkowej pracy, której unika się podczas wakacji, niż ciekawej formy aktywnego wypoczynku.

Aby wykazać, na ile zapotrzebowanie na konkretne usługi turystyczne znajduje odzwierciedlenie w ofercie turystycznej gospodarstw agroturystycznych, zapytano ich właścicieli o to, które z wyżej wymienionych form aktywności oferują turystom. W 22 z 30 objętych badaniami gospodarstw turyści mają możliwość udziału w pieszych, rowerowych lub konnych wycieczkach krajoznawczych i wyprawach terenowych. W 14 gospodarstwach osoby chętne mogą zbierać grzyby, zioła lub obserwować przyrodę pod okiem znającego specyfikę miejscowej flory i fauny gospodarza. W 15 gospodarstwach goście mogą uczestniczyć w codziennych pracach realizowanych na terenie gospodarstwa. Jedynie w 3 gospodarstwach agroturystycznych organizowane są dla gości warsztaty rzemieślnicze i kulinarne.

Kolejna składowa dobrze przygotowanej oferty gospodarstwa agroturystycznego to przemyślane i właściwie przeprowadzone zagospodarowanie terenu. Ankietowanych agroturystów zapytano o elementy zagospodarowania turystycznego, jakie chcieliby spotkać na terenie odwiedzanych gospodarstw (rysunek 2).

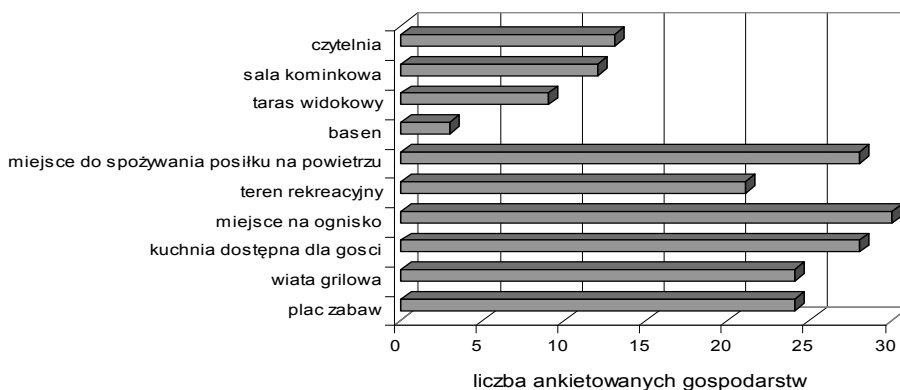
Dla ankietowanych najistotniejszymi elementami zagospodarowania turystycznego, jakie chcieliby spotkać w odwiedzanych gospodarstwach, są: miejsce na ognisko, kuchnia dostępna dla gości, a także wiata grillowa, teren rekreacyjny, miejsce do spożywania posiłków na powietrzu i taras widokowy. Wszystkie wymienione elementy zagospodarowania powszechnie występują w gospodarstwach agroturystycznych i umożliwiają wypoczynek na świeżym powietrzu. Niezwykle istotny z punktu widzenia turystów jest dostęp do kuchni, który pozwala na samodzielne przygotowanie posiłku, uniezależniające turystów od usług gastronomicznych dostępnych na terenie gospodarstwa.



Rys. 2. Elementy zagospodarowania turystycznego wymagane przez agroturystów

Źródło: opracowanie własne.

Podobne pytanie dotyczące elementów zagospodarowania turystycznego istniejących na terenie gospodarstw agroturystycznych zadano ich właścicielom (rysunek 3).



Rys. 3. Elementy zagospodarowania turystycznego dostępne na terenie analizowanych gospodarstw agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Jak pokazuje powyższe zestawienie, na terenie większości analizowanych gospodarstw dostępne są elementy zagospodarowania turystycznego wymagane przez turystów. Również w tym aspekcie widać pozytywną korelację między potrzebami turystów a dostępną ofertą. Aby optymalnie dopasować zakres usług do wymagań turystów, właściciele gospodarstw agroturystycznych często korzystają z sugestii gości dotyczących bądź to wprowadzenia dodatkowych elementów zagospodarowania turystycznego, bądź też rozszerzenia oferty dotyczącej form wypoczynku. Aż 24 z 30 ankietowanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych dokonało zmian na terenie gospodarstwa pod wpływem opinii turystów. W większości wypadków uwagi gości dotyczyły lepszego zagospodarowania przestrzeni, udostępnienia kuchni, podwyższenia standardu miejsc noclegowych. Często powtarzającą się sugestią, odnotowaną również w badaniach ankietowych prowadzonych wśród agroturystów, jest zorganizowanie na terenie gospodarstw wypożyczalni sprzętu turystycznego (rowery, kajaki, narty). Taka usługa pozwoliłaby na pełniejsze korzystanie z walorów turystycznych okolicy gospodarstwa, umożliwiając aktywny wypoczynek dostosowany do pory roku. Turyści byłiby zwolnieni z konieczności inwestowania we własny sprzęt i uniknęliby problemów związanych z jego transportem. Dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych taka usługa byłaby niewątpliwym magnesem przyciągającym turystów i przynoszącym dodatkowe zyski. Niestety, niejednokrotnie koszt zakupu sprzętu, który mógłby być wykorzystywany w wypożyczalni, przerasta możliwości finansowe właścicieli gospodarstw. Inne sugestie turystów odnośnie do rozszerzenia zakresu usług gospodarstw agroturystycznych dotyczyły: rozbudowy zaplecza rekreacyjnego, szerszej oferty wycieczek krajoznawczych i przyrodniczych organizowanych lub prowadzonych przez gospodarzy oraz wprowadzenia elementów kuchni regionalnej w tych gospodarstwach, które oferują wyżywienie. Ostatnim zagadnieniem poruszonym w badaniach ankietowych było podanie kwoty, jaką ankietowani turyści byłiby w stanie zapłacić za pobyt (nie uwzględniając wyżywienia) w optymalnie przystosowanym do ich potrzeb gospodarstwie agroturystycznym. Wśród badanych 34% za górną granicę przyjęło 40 zł, kolejne 36% respondentów podało kwotę 50 zł, 12% agroturystów za wypoczynek w idealnych warunkach skłonnych byłoby zapłacić około 70 zł, zaś pozostałe 18% ankietowanych oferuje maksymalną stawkę dzienną w wysokości przekraczającej 100 zł. Podobne pytanie zadano właścicielom gospodarstw agroturystycznych. Poproszono o podanie opłaty za dzienny pobyt, która umożliwiłaby wprowadzenie zmian

sugerowanych przez turystów. Wśród badanych właściciele 23% oceniło, że już przy stawce dziennej w wysokości 35 zł byłoby w stanie wprowadzić oczekiwane zmiany, kolejne 30% zapytanych wymagałoby opłaty dziennej od 40 do 60 zł, zaś pozostałe 47% ankietowanych uważa, że dzienna stawka za pobyt musiałaby wzrosnąć co najmniej do 90 zł. Zestawienie to pokazuje znaczne rozbieżności w możliwościach finansowania wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych zarówno po stronie usługodawców, jak i usługobiorców. Rozwiązaniem takiej sytuacji może być specjalizacja gospodarstw agroturystycznych i nastawienie na konkretną grupę odbiorców, co pozwoliłoby na stworzenie bogatej i zróżnicowanej oferty turystycznej dostępnej dla każdego.

Uwagi końcowe

Wzrastające zainteresowanie wypoczynkiem na terenach wiejskich i obszarach chronionych oraz stopniowe odchodzenie od turystyki masowej w kierunku turystyki zrównoważonej ze szczególnym uwzględnieniem agro- i ekoturystyki implikuje potrzebę rozszerzenia oferty gospodarstw agroturystycznych. Turyści przybywający do gospodarstw wiejskich poszukują już nie tylko ciszy, spokoju, przestrzeni i czystego środowiska, ale przede wszystkim chcą aktywnie spędzać czas. Nad obserwację życia na wsi przedkładają aktywność fizyczną i poznawczą polegającą na wycieczkach krajoznawczych i przyrodniczych. Przebywając w gospodarstwach agroturystycznych, oczekują możliwości zdobycia dodatkowej wiedzy i umiejętności, wymagają także atrakcyjnego i zróżnicowanego zagospodarowania przestrzeni.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych pragnący zatrzymać stałych i przyciągnąć nowych klientów powinni dbać o ciągły rozwój oferty turystycznej gospodarstw poprzez wprowadzanie nowych elementów związanych z turystyką aktywną i działalnością poznawczą. Pomysłem na stworzenie unikalnego i atrakcyjnego produktu turystycznego może być specjalizacja gospodarstwa w kierunku obsługi sprecyzowanej grupy odbiorców. Dobór takiej grupy powinien być dokonany na podstawie predyspozycji i zainteresowań gospodarzy, ale także kondycji finansowej gospodarstwa. Przygotowana oferta powinna wychodzić naprzeciw oczekiwaniom turystów i w miarę elastycznie dopasowywać się do ich potrzeb.

**ANALYSIS OF THE DEMAND FOR TOURIST SERVICES
IN AGROTOURISM FARMS****Summary**

In the age of sustainable development, particular care about preservation of natural and cultural assets as well as individualization of tourist offer an increasing interest in recreation at agrotourism and ecotourism farms occurs. The offer of agrotourism farms available on the tourism market is not limited only to accommodation and catering services, but is subject to continuous enhancement with elements of active leisure forms, in the scope of both physical and cognitive activity. The aim of this study is to characterize the main target groups of the tourism product created at agrotourism farms and demand for such services in people spending their leisure time in rural areas. Basis for the study there is the survey research in a group of 63 agrotourists and 30 owners of agrotourism farms located in south-western Poland in the region of the Śnieżnik Massif. Analysis of the research results shows correlation between the necessity of agrotourism offer changes mentioned by tourists and the service providers' response to this need.

Translated by Bianka Pogorzelska