

JAN ZAWADKA

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

OPINIE, PREFERENCJE, ZACHOWANIA I OCZEKIWANIA TURYSTYCZNE MIESZKAŃCÓW MIAST WZGLĘDEM AGROTURYSTYKI

Abstract: Opinions, Preferences, Behaviors and Tourist Expectations of the Citizens of Cities with Respect to Agritourism. Purpose of the study was to identify and diagnosis of opinions, preferences, behaviors and expectations of the citizens of cities with respect to agritourism. Surveys were conducted in March and April 2014 on a sample of 573 adult city dwellers. About 45,5% of the respondents were not interested in leisure in the countryside. The remaining part had a more positive attitude to this form of tourism – 3/4 of them were on a tourist farm, the others were planning the first trip of this type. As reasons for choosing this form of tourism was pointed chance to relax in peace and quiet, health-promoting natural values of rural areas, the desire to change the current method of relaxation and competitive price. While choosing a particular farm respondents took into account value for money and the convenience of driving directions. Information on farms searched on the internet and among friends. Tourists manifested great interest in active forms of leisure. A large part of them willingly met by rural cultural sphere. Recognizing behaviors, expectations and preferences of the main group of clients agritourism farms - city dwellers, should contribute to the improvement of the offer and dynamise development of this form of tourism.

Key words: Agritourism, behaviors, city dwellers, opinions, preferences, rural tourism.

Wstęp

Od dłuższego czasu obszary wiejskie w Polsce nie są już postrzegane jako tereny monofunkcyjne, których jedyną rolą jest wytwarzanie produktów żywnościowych. Sytuacja ta jest wynikiem propagowania polityki ukierunkowanej na kreowanie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. W polskim rolnictwie po okresie transformacji ustrojowej i gospodarczej ujawniły się bowiem cechy świadczące o tym, że było ono nieprzystosowane do nowego modelu państwa i gospodarki rynkowej. Główne cechy rolnictwa i obszarów wiejskich były wynikiem realizowanego przez lata modelu rozwoju, którego zasadniczym celem była produkcja rolna.

Dlatego docelowa koncepcja rozwoju regionów o charakterze monofunkcyjnym zmierza do zróżnicowania ich gospodarki, a kluczowym problemem związanym z zapewnieniem ludności wiejskiej poprawy standardu życia jest rozwijanie pozarolniczych funkcji obszarów wiejskich. Często nieopłacalna produkcja rolna musi być uzupełniana, a czasem nawet zastępowana innymi funkcjami pozarolniczymi [Kłodziński, Rzeczkowska 2000, s. 81].

Jednym z elementów rozwoju wielofunkcyjnego jest turystyka wiejska, a w jej ramach agroturystyka, która, jako działalność pozarolnicza cieszy się wśród rolników dużą popularnością. Świadczy o tym rosnąca z roku na rok liczba gospodarstw agroturystycznych¹. Ta forma wypoczynku ceniona jest również przez turystów, co wykazali w swoich badaniach m.in.: [Jagusiewicz, Legienis 2007; Legienis 2004; Łaciak 2005-2010; Strzembicki 2001, 2005a, b].

Z badań przeprowadzonych przez Fundację Rozwoju Turystyki w latach 90. wynika, że w tamtym czasie prawie 80% polskich turystów zainteresowanych było spędzeniem urlopu na wsi [Andrzejewska 1999; Przezbórska, Gawalek 2009, s. 282]. Wyniki współczesnych badań pozwalają dojść do podobnych wniosków. Zespół J. Bańskiego podczas realizacji projektu „*Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*” dowiódł, że ponad 80% spośród 717 respondentów było zainteresowanych noclegiem na wsi [Turystyka wiejska... 2012, s. 90]. Przezbórska i Gawalek [2009, s. 292-293] zauważają jednak, że zainteresowanie agroturystyką i wypoczynkiem na wsi nie przekłada się na rzeczywiste korzystanie z tej oferty. Szacuje się, że kwatery agroturystyczne wykorzystywane są w Polsce przez zaledwie 2-5% turystów [Baza noclegowa... 2014, s. 2; Janczak, Patelak 2014, s. 1; Łaciak 2013, s. 18-46]. Wydawać się więc może, że agroturystyka w naszym kraju jest względnie mało popularną formą wypoczynku. Świadczyć o tym może również to, że w tego typu obiektach w 2013 r. udzielono zaledwie 967 tys. noclegów. W tym samym okresie w hotelach liczba udzielonych noclegów wynosiła prawie 27 mln [Turystyka... 2014, s. 73, 163]. W rozważaniach tych nie można jednak pominąć tego, że w Polsce w 2013 r. udział miejsc noclegowych, którymi dysponowały kwatery agroturystyczne wynosił jedynie 4,8% ogółu miejsc noclegowych, podczas gdy udział miejsc hotelowych wynosił 28,3% [Turystyka... 2014, s. 73, 113.]. Należy przy tym podkreślić, że rzeczywista liczba gospodarstw agroturystycznych w Polsce może być nawet trzykrotnie większa, niż wskazywana w opracowaniach GUS.

Agroturystyka ceniona jest przede wszystkim za możliwość odpoczynku w naturalnym środowisku, „oderwanie się” od codzienności i odnalezienia na wsi ciszy i spokoju. Warto w tym miejscu nadmienić jednak, że poza walorami przyrodniczymi

¹ Należy nadmienić, że precyzyjne wskazanie rzeczywistej liczby gospodarstw agroturystycznych jest bardzo trudne. Z danych publikowanych przez GUS wynika, że w 2013 r. w Polsce funkcjonowało ok. 3,8 tys. kwater agroturystycznych. Do informacji tych należy podejść jednak z dystansem, czego powodem jest niekompletność informacji przekazywanych do GUS przez urzędy gmin na formularzach KT-1 oraz KT-2, będących narzędziem sprawozdań o wykorzystaniu obiektu noclegowego turystyki.

obszarów wiejskich, odwiedzający je turyści przejawiają duże zainteresowanie sferą kulturową wsi. Udział w festynach, dożynkach, jarmarkach i pokazach związanych z folklorem i lokalnymi tradycjami, zwyczajami czy obyczajami, a także degustacja regionalnej kuchni jest w opinii wypoczywających bardzo atrakcyjną formą urozmaicenia pobytu [Zawadka 2013a, s. 171-183; 2014, s. 57-67]. Wymagania stawiane właścicielom gospodarstw agroturystycznych i ich kwaterom to najczęściej dobre warunki zakwaterowania oraz możliwość wyżywienia [Pałka, Kudła 2013, s. 133]. Należy również zauważyć, że atrakcyjność agroturystyki przestaje być postrzegana wyłącznie przez pryzmat jej ceny. Jak zauważa Balińska, jedynie 4 na 10 wybierających tę formę spędzania czasu wolnego kieruje się jej ceną [Balińska 2014, s. 263]. Przemawia za tym również to, że większość wypoczywających określa własną sytuację materialną jako dobrą lub bardzo dobrą [Zawadka, 2013b, s. 114].

W opracowaniach naukowych z zakresu turystyki wiejskiej dostrzec można duży niedostatek pod względem badań potencjalnego popytu turystycznego. Dotychczasowe badania prowadzone były w gospodarstwach agroturystycznych, a respondentami byli ich klienci, czyli osoby już korzystające z tego typu usług. Dużym problemem i wyzwaniem w promocji i rozwoju turystyki wiejskiej jest natomiast rozpoznanie oczekiwań i preferencji osób niekorzystających (jeszcze) z usług gospodarstw agroturystycznych. Implikacje praktyczne takich badań są więc bardzo istotne dla dalszego rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki. Dostarczenie wiedzy na temat zachowań, oczekiwań oraz preferencji potencjalnych i obecnych odbiorców usług agroturystycznych przyczynić się powinno do udoskonalenia oferty oraz zdynamizowania rozwoju tej formy turystyki dzięki lepszemu dopasowaniu oferowanych usług do potrzeb wypoczywających.

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie wyników badań podjętych do rozpoznania preferencji, zachowań i oczekiwań mieszkańców miast względem agroturystyki.

Badania przeprowadzone zostały na próbie 573 pełnoletnich mieszkańców miast w okresie marca i kwietnia 2014 r. Dobór obszaru badań był celowy, ponieważ, jak wnioskować można z opracowań GUS, to właśnie członkowie gospodarstw domowych będący mieszkańcami miast najczęściej uczestniczą w wyjazdach turystycznych². Dobór próby badawczej miał natomiast charakter przypadkowy. Podczas realizacji badań posłużono się metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankiety. Kwestionariusze ankiety zostały rozpowszechnione przy udziale studentów II roku studiów stacjonarnych kierunku *Turystyka i Rekreacja* Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie m.in. wśród rodziny, znajomych oraz sąsiadów.

² W 2013 r. klasa miejscowości zamieszkania istotnie różnicowała aktywność turystyczną gospodarstw domowych: na wsi w wyjazdach turystycznych uczestniczyło 39,8% gospodarstw domowych, w miastach ogółem 59,3%, a wśród nich w miastach największych (500 tys. i więcej) – 73,5%. Więcej na ten temat: [*Turystyka i wypoczynek...* 2014, s. 2].

1. Wyniki badań

Większość respondentów (54,6%) stanowiły kobiety. Badane osoby mieszkały w miastach. 60% z nich było mieszkańcami dużych miast (pow. 200 tys. mieszk.) 27,9% natomiast mieszkało w niewielkich miastach, których liczba mieszkańców nie przekraczała 50 tys. Nieco ponad 70% stanowili przy tym mieszkańcy woj. mazowieckiego.

Najliczniejszą grupą wiekową wśród badanych były osoby pomiędzy 35 a 49 r. życia (28,1%), a także osoby pomiędzy 25 a 34 r. (27,5%). Około ¼ respondentów stanowiły osoby nie starsze niż 24 lata. Badanych między 50 a 64 r. życia było 14,5%. Osoby starsze (65 i więcej lat) stanowiły 5,6% badanej grupy. Respondenci legitymowali się relatywnie wysokim poziomem wykształcenia. 54,5% z nich było po studiach, a 37,7% ukończyło szkołę średnią. Niespełna 7% respondentów posiadało wykształcenie zasadnicze zawodowe. Z poziomem wykształcenia powiązany był charakter wykonywanego zawodu. Pracę umysłową deklarowało 31% badanych, 15,2% pracę fizyczną, a 9,7% badanych prowadziło własną działalność. 12,6% respondentów stanowili przedstawiciele wolnych zawodów oraz kadra kierownicza. 21,6% badanych studiowało, a 6,4% stanowili emeryci i renciści. Wśród pozostałych wymienić można m.in. osoby prowadzące dom. Respondenci dobrze oceniali własną sytuację materialną. 60,5% badanych określiło ją jako dobrą (z czego 14,5% jako bardzo dobrą), a 34% jako dostateczną. Raczej złą wskazało 5,5% badanych.

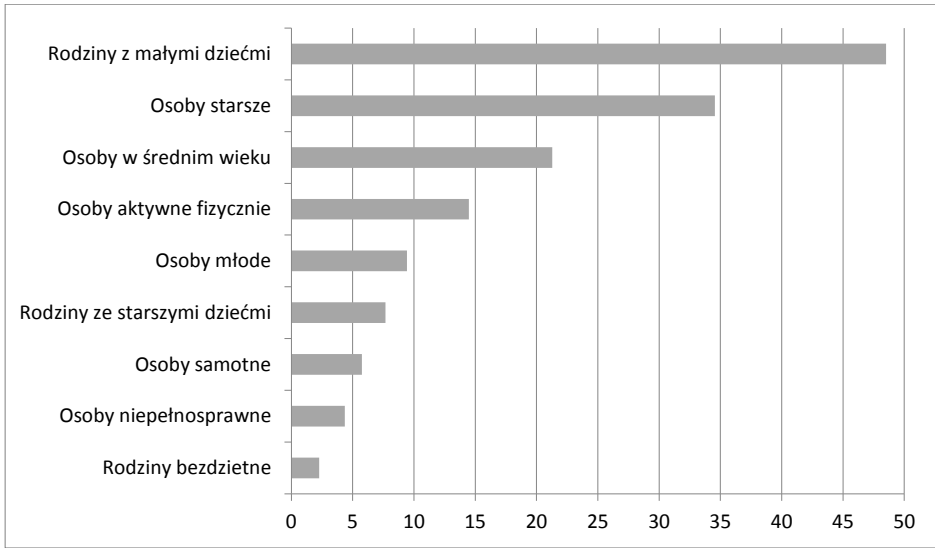
Przywołując omawiane we wstępie wyniki badań prowadzonych przez Fundację Rozwoju Turystyki czy zespół J. Bańskiego można stwierdzić, że wyniki niniejszych badań nie napawają optymizmem. Jedynie 32,6% respondentów uważało bowiem, że agroturystyka jest w Polsce znaną i popularną formą wypoczynku. Przeciwnych tej tezie było aż 46,2% badanych. Pozostali nie mieli zdania na ten temat. Badani zaznaczali przy tym, że w ich opinii agroturystyką zainteresowane powinny być przede wszystkim rodziny z małymi dziećmi, osoby starsze oraz osoby w średnim wieku. Więcej informacji na ten temat zaprezentowano na ryc. 1.

Niepodważalnym atutem wypoczynku na wsi w przypadku rodzin z dziećmi jest możliwość poznania przez najmłodszych turystów wielu gatunków zwierząt, które dotychczas mieli okazję oglądać w telewizji czy na obrazkach, a także źródeł pochodzenia wielu produktów spożywczych.

Większość badanych (347 osób, 60,6%³) nie korzystało z wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych. Najczęściej wybierali oni wyjazdy „na własną rękę” w kraju (poza agroturystyką) (57,2%), krajowe wyjazd do rodziny i znajomych (39,4%), a także zagraniczne wyjazdy „na własną rękę” (36,9%).

Spśród osób nie korzystających z usług gospodarstw agroturystycznych 72,1% deklarowało, że w najbliższym czasie nie zamierza tego uczynić. Najczęściej podawanym powodem takiej decyzji był to, że w opinii badanych wieś nie oferuje nic ciekawego do zwiedzania i oglądania. Znaczna część badanych po prostu nie lubiła wsi. Szczegółowe informacje na ten temat na ryc. 2.

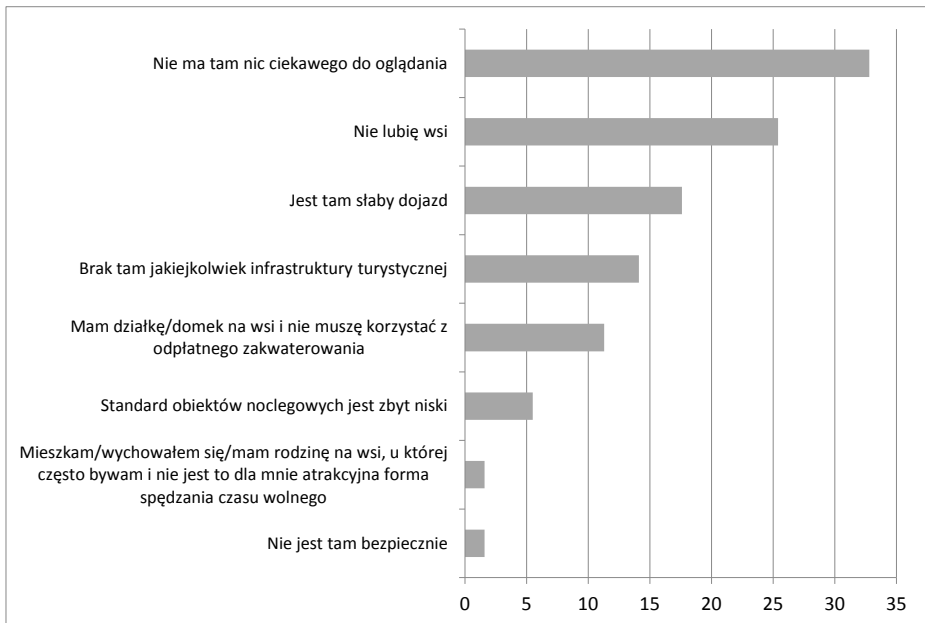
³ 3,5% spośród nich stwierdziło, że w ogóle nie podejmuje wyjazdów w celach turystycznych.



Ryc. 1. Agroturystyka jako wskazany sposób wypoczynku dla poszczególnych grup społecznych w opinii respondentów

* Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź (ryc. 1-5).

Źródło: Badania własne (ryc. 1-6).



Ryc. 2. Powody braku zainteresowania badanych wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych (%)

Informacje zaprezentowane na ryc. 2 wskazują na brak świadomości mieszkańców miast względem atrakcyjności turystycznej obszarów wiejskich. Może to wskazywać w znacznej mierze na brak skutecznej promocji i propagowania turystyki wiejskiej przez odpowiednie organizacje i instytucje.

Wśród ogółu badanych 39,3% (226 osób) korzystało wcześniej z usług świadczonych w gospodarstwach agroturystycznych. Wśród pozostałych osób aktywnych turystycznie⁴, które nie miały dotychczas okazji gościć u wiejskich kwaterodawców (czyli 335 badanych⁵) 86 osób (co stanowiło 15,0% ogółu respondentów) deklaroowało chęć skorzystania z wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w ciągu najbliższego roku.

Istotnym elementem badań było rozpoznanie powodów wyboru wsi jako miejsca wyjazdów turystycznych. Szczegółowe informacje na ten temat w tab. 1.

Tabela 1

Najważniejsze powody wyboru przez respondentów agroturystyki jako formy wypoczynku (%)

	Osoby planujące pierwszy pobyt (N = 86)	Osoby planujące kolejny pobyt (N = 226)
Walory prozdrowotne terenów wiejskich (np. czyste, świeże powietrze, kontakt z przyrodą)	46,5	48,7
Możliwość wypoczynku, ciszy i spokoju	46,5	52,2
Konkurencyjna oferta cenowa	33,7	34,1
Chęć zmiany dotychczasowego sposobu wypoczynku	32,6	11,5
Walory przyrodnicze terenów wiejskich	29,1	32,3
Zagospodarowanie umożliwiające aktywne spędzenia czasu wolnego (ścieżki, trasy i szlaki turystyczne, wypożyczalnie sprzętu)	24,4	27,4
Tradycyjna gościnność i życzliwość gospodarzy	20,9	18,6
Obecność zwierząt gospodarskich i możliwość kontaktu z nimi	20,9	17,3
Możliwość realizacji własnego hobby (wędkowanie, grzybobranie)	19,8	19,5
Możliwość wyjazdu z całą rodziną, w tym z małymi dziećmi	19,8	7,1
Możliwość korzystania ze zdrowych domowych posiłków	17,4	17,7
Możliwość poznania zwyczajów, tradycji i folkloru wiejskiego	14	14,2
Materialne dziedzictwo kulturowe (zabytki, dawna zabudowa, kapliczki)	14,0	12,8
Chęć spędzenia urlopu w ulubionym krajobrazie	12,8	15,9
Możliwość bezpośredniego kontaktu z rodziną wiejską	11,6	7,1
Możliwość poznania specyfiki gospodarstwa rolnego	6,98	9,7

* Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź (tab. 1 i 2).

Źródło: Badania własne (tab. 1 i 2).

⁴ Z 573 badanych osób wykluczono 12 respondentów, którzy nie brali i nie zamierzali brać udziału w wyjazdach turystycznych.

⁵ Jest to liczba respondentów z pominięciem osób, które wypoczywały wcześniej w gospodarstwach agroturystycznych oraz osób nieaktywnych turystycznie.

Zarówno osoby korzystające, jak i zamierzające skorzystać po raz pierwszy z usług świadczonych w gospodarstwach agroturystycznych, jako powód wyboru tej formy spędzania czasu wolnego najczęściej wymieniały walory prozdrowotne terenów wiejskich (np. czyste, świeże powietrze, kontakt z przyrodą) oraz możliwość wypoczynku w ciszy i spokoju. Warto nadmienić, że wyniki niniejszych badań pokrywają się z wynikami badań innych autorów [Balińska, Sikorska-Wolak 2009; Sikorska-Wolak, Zawadka 2012; Zawadka 2013a, b. Koszty pobytu nie były w tym przypadku kategorią najczęściej wskazywaną. Należy jednak zauważyć, że osoby legitymujące się wykształceniem wyższym, jako powód przyjazdu na wieś, zdecydowanie częściej niż ogół badanych, podawały możliwość kontaktu z przyrodą, możliwość korzystania ze zdrowej żywności oraz walory zdrowotne obszarów wiejskich. Osoby gorzej wykształcone natomiast, znacznie częściej niż pozostałe wskazywały koszty pobytu.

Wskazywanymi najczęściej przez badanych pożądanymi cechami gospodarstwa agroturystycznego był wysoki standard obiektu, a także korzystna cena (tab. 2).

Tabela 2

Powody wyboru przez badanych konkretnego gospodarstwa agroturystycznego (%)

	Osoby planujące pierwszy pobyt (N = 86)	Osoby planujące kolejny pobyt (N = 226)
Standard obiektu	52,3	57,1
Relatywnie korzystna cena	43,0	53,5
Odległość i dogodność dojazdu	39,5	42,5
Zapewnienie wyżywienia	38,4	42,0
Obecność w pobliżu walorów turystycznych	30,2	33,6
Obecność zwierząt gospodarskich i możliwość kontaktu z nimi	23,3	16,8
Możliwość wypoczynku z własnym psem/kotkiem	19,8	11,1
Oferowane przez kwaterodawców możliwości spędzania czasu wolnego	12,8	13,7
Obecność sprzętu rekreacyjnego	12,8	13,3
Możliwość uczestniczenia w tradycyjnych zajęciach gospodarskich	10,5	11,9
Bezpieczne miejsce zabaw dla dzieci	4,7	4,4

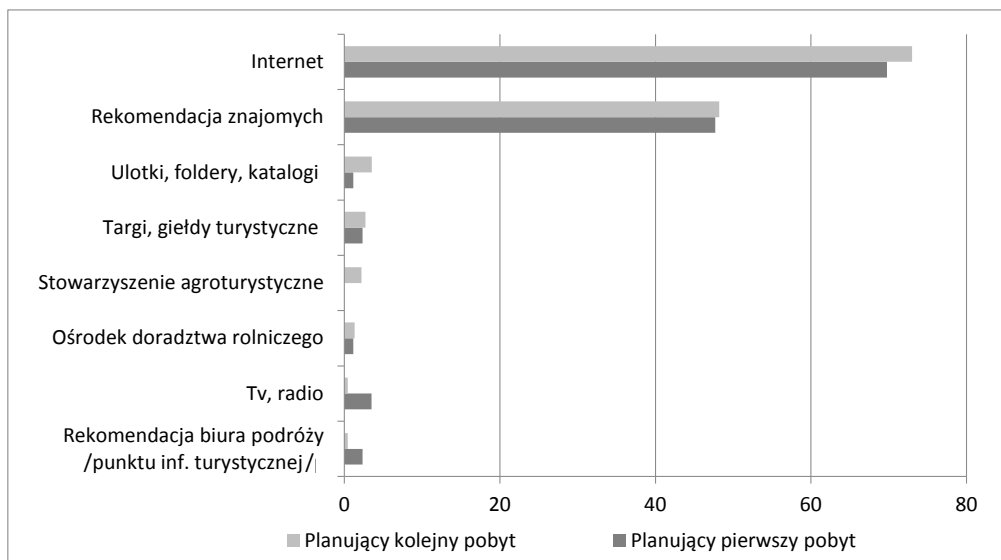
Warto w tym miejscu podkreślić, że przeprowadzone badania wskazują, że agroturystyka, jako forma wypoczynku nie jest już postrzegana wyłącznie przez pryzmat najniższych kosztów. Cena ma oczywiście duże znaczenie przy wyborze konkretnego obiektu, jednak warto zwrócić uwagę, że turyści poszukują na wsi przede wszystkim odpowiedniej jakości odzwierciedlonej przez standard obiektu noclegowego. Duże znaczenie ma też wygoda – wskazuje na to chęć korzystania z wyżywienia na miejscu (76,1% planujących pierwszy pobyt oraz 64,2% planujących kolejny pobyt) oraz

poszukiwanie gospodarstw agroturystycznych charakteryzujących się dobrą dostępnością komunikacyjną. Nie bez znaczenia pozostaje obecność walorów turystycznych w okolicy – zakładając jednak, że zdecydowana większość (72,1% planujących pierwszy pobyt oraz 77,0% planujących kolejny pobyt) badanych w celu dotarcia na wieś wykorzystuje samochód osobowy, to kryterium można traktować jako mniej istotne. Turyci są bowiem mobilni, co daje im możliwość skorzystania i odwiedzenia atrakcji turystycznych nieco bardziej oddalonych od gospodarstwa. Gość musi jednak mieć świadomość istnienia takich miejsc – dobrze byłoby, gdyby mógł zdobyć informacje na ten temat w samym obiekcie noclegowym.

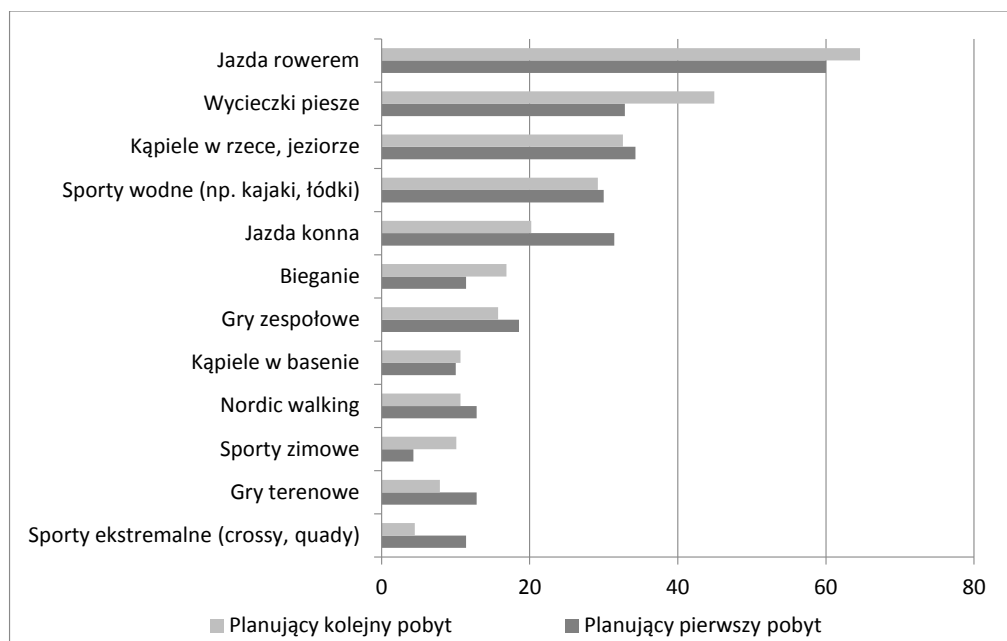
Bardzo istotną kwestią, warunkującą w znacznej mierze powodzenie większości przedsięwzięć o charakterze usługowym, jest odpowiednia promocja. Zazwyczaj wszelkiego rodzaju działania marketingowe związane są ze znacznymi nakładami. Ma to również miejsce w turystyce – udział w targach turystycznych, reklamy w prasie czy telewizji, materiały drukowane to dość drogie kanały promocji. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują jednak, że ich wykorzystanie nie jest do końca uzasadnione. Zdecydowana większość badanych (69,8% planujących pierwszy pobyt oraz 73,0% planujących kolejny pobyt), jako źródło informacji pomocne przy wyborze konkretnego gospodarstwa agroturystycznego wskazała na Internet. Więcej szczegółów na ten temat na ryc. 3.

Jak wynika z zaprezentowanych informacji najpopularniejszym źródłem informacji wśród badanych był Internet – relatywnie tanie narzędzie promocji. Bardzo istotne znaczenie miała rekomendacja znajomych, tzw. poczta pantoflowa, czyli marketing szeptany. Istotną rolę Internetu oraz marketingu szeptanego w promocji usług gospodarstw agroturystycznych potwierdzają również inne badania autora [Zawadka 2010, 2013a, b, 2014], a także badania m.in. Kolczatka i Jankowskiego [2006], Krzyżanowskiej i Wojtkowskiego [2012], Niedziółki [2008] czy Prochorowicz [2006] i Stepaniuka [2010]. Należy zauważyć, że kosztowne formy promocji, takie jak udział w różnego rodzaju targach turystycznych, materiały drukowane w formie folderów, broszurek czy katalogów były przez turystów wykorzystywane sporadycznie. Efektywność ekonomiczna wykorzystania tego typu kanałów promocji jest więc niewielka. Nie oznacza to oczywiście, że np. targi turystyki wiejskiej (m.in. Agrotavel w Kielcach) są imprezami pozbawionymi sensu. Są to wydarzenia, gdzie prezentują się i promują swoje walory i produkty turystyczne stowarzyszenia agroturystyczne, LGD oraz samorządy gmin czy regionów. Ma to ogromny wpływ na propagowanie wśród społeczeństwa wypoczynku na obszarach wiejskich z wykorzystaniem gospodarstw agroturystycznych.

W celu odpowiedniego przygotowania przez wiejskich usługodawców oferty wypoczynku bardzo istotne wydaje się rozpoznanie preferencji i zachowań turystów dotyczących sposobów spędzania czasu w miejscu docelowym. Zdecydowana większość badanych podczas pobytu na wsi była skłonna korzystać z wypoczynku czynnego (81,4% planujących pierwszy pobyt oraz 78,8% planujących kolejny pobyt). Informacje na temat najczęściej wybieranych jego form na ryc. 4.

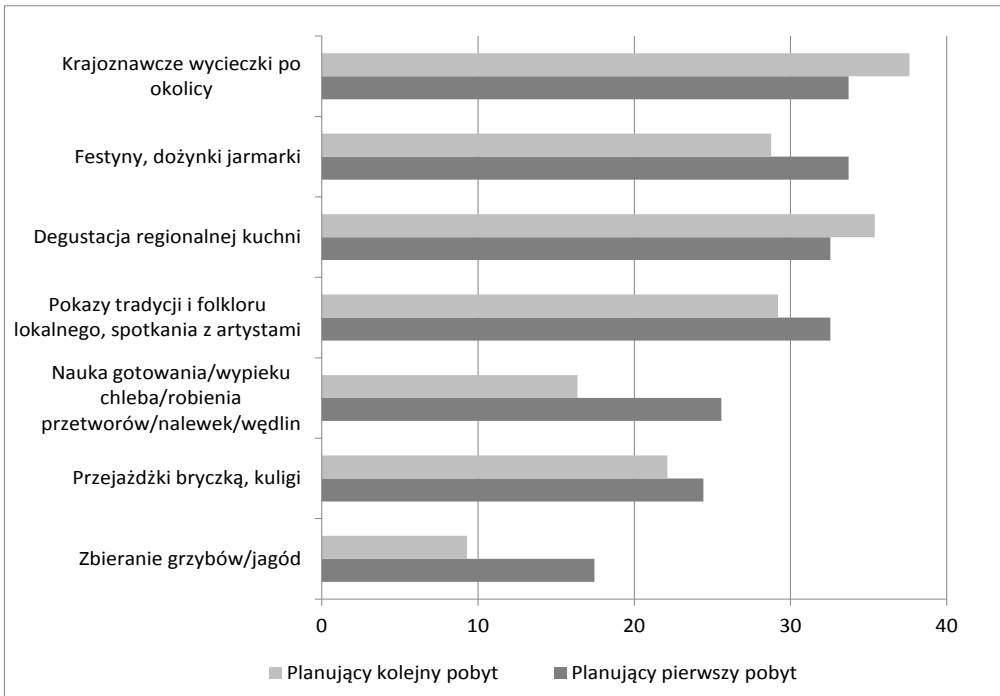


Ryc. 3. Źródła informacji wykorzystywane przez badanych podczas wyboru konkretnego gospodarstwa agroturystycznego (%)



Ryc. 4. Formy aktywnej rekreacji cieszące się wśród badanych największym powodzeniem podczas wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym (%)

Największą popularnością wśród badanych cieszyły się wycieczki rowerowe oraz piesze. Aktywność taka łączy w sobie przynajmniej dwa pozytywne aspekty – jest okazją do zapewnienia minimum aktywności ruchowej (rzecz szczególnie istotna w przypadku osób prowadzących mało aktywny fizycznie tryb życia), a także pozwala na poznanie i podziwianie okolicznych krajobrazów i innych walorów o charakterze naturalnym, jak również różnego typu zabytków czy innych elementów architektury, wśród których wymienić można np. krzyże i kapliczki przydrożne, które w środowisku wiejskim przetrwały do dzisiaj, a które dla mieszkańców miast mogą stanowić dużą atrakcję (szczególnie w maju podczas odprawiania tzw. majówek).



Ryc. 5. Atrakcje, z których badani chcieliby skorzystać podczas wypoczynku na wsi (%)

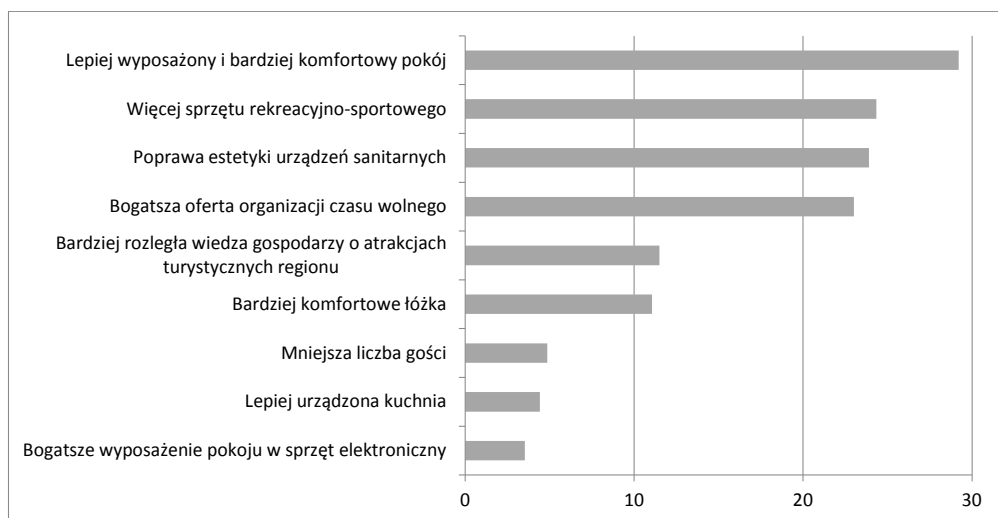
Poza aktywnością fizyczną pobyt na wsi to świetna okazja do skorzystania z wielu atrakcji niedostępnych na co dzień dla mieszkańców miast. Badani przejawiali duże potrzeby poznawcze, dużym powodzeniem bowiem cieszyły się wśród nich krajoznawcze wycieczki po okolicy oraz mało znane im wydarzenia związane z kulturą i folklorem obszarów wiejskich.

Pokazy tradycji i lokalnego folkloru, festyny, dożynki oraz inne wydarzenia umożliwiające poznanie bogatego i jednocześnie odmiennego materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego obszarów wiejskich są doskonałą okazją zmiany stereotypowego myślenia oraz przełamania wielu barier i uprzedzeń ludzi z miast względem wsi i jej mieszkańców. Oryginalne i bardzo widowiskowe sposoby obchodzenia świąt religijnych,

zwyczaje, obyczaje czy wciąż żywe na wielu wsiach obrzędy mogą mieć dla przyjezdnych wręcz egzotyczny charakter. Dzięki temu wieś i jej kultura w opinii turystów często nabiera dużej wartości, niepowtarzalności, kolorytu. Bardzo ważne jednak, żeby ta będąca olbrzymim walorem wsi kultura nie stała się czymś na pokaz i sprzedaż, aby nie utraciła swego niepowtarzalnego i bezcennego autentyzmu i nie została poddana komercjalizacji. Przypadków tego typu niestety obserwuje się coraz więcej. Niewielu dziwi już obecnie nieopatrnie pozostawiona na sprzedawanej na zakopiańskich straganach ciupadze nalepka z napisem „made in China”.

Osoby mające już pewne doświadczenia związane z wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych są usatysfakcjonowane z takiej formy spędzania czasu wolnego. Świadczyć może o tym to, że 90,3% badanych zamierza w przyszłości ponownie skorzystać z tego typu wypoczynku, a 84,5%, bazując na własnych doświadczeniach, poleciło ten rodzaj turystyki rodzinie i znajomym. W przypadku 59,4% respondentów wrażenia z pobytu były zgodne z wcześniejszymi oczekiwaniami i wyobrażeniami, a 32,8% stwierdziło, że byli mile zaskoczeni, ponieważ satysfakcja z pobytu przewyższała ich oczekiwania.

Poza rozpoznaniem preferencji i zachowań badanych względem wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych istotnym celem badań było rozpoznanie działań i zmian warunkujących poprawę jakości usług świadczonych przez wiejskich kwaterydawców, a tym samym zdynamizowanie tempa rozwoju tej formy turystyki. Mimo zadowolenia i wysokiej oceny agroturystyki jako formy wypoczynku, badani dostrzegali czasem pewne mankamenty, które powinny w ich opinii ulec zmianie. Szczegółowe informacje na ryc. 6.



Ryc. 6. Propozycje zmian w gospodarstwach agroturystycznych wprowadzonych dla poprawienia jakości usług w nich świadczonych w opinii respondentów korzystających wcześniej z tej formy turystyki wiejskiej

Większość wskazań dotyczących możliwości poprawy jakości usług świadczonych w gospodarstwach agroturystycznych dotyczyła standardu obiektu, jego wyposażenia czy estetyki urządzeń sanitarnych. Część badanych zarzucała wiejskim usługodawcom brak wiedzy na temat okolicznych atrakcji turystycznych oraz niezbyt ciekawą i rozległą ofertę organizacji czasu wolnego. Niektórych respondentów satysfakcjonowałyby ponadto mniejsza liczba turystów wypoczywających jednocześnie w danym obiekcie. Ten ostatni postulat wydaje się jednak sprzeczny z oczekiwaniami właścicieli gospodarstw agroturystycznych.

2. Podsumowanie i wnioski

Badania preferencji konsumenckich prowadzone są w celu poznania systemu ocen odzwierciedlających potrzeby i upodobania konsumenta. Na ich podstawie dokonuje on wyboru określonego produktu. Struktura preferencji odzwierciedla hierarchiczną strukturę możliwości wyboru spośród rynkowej oferty dóbr i usług oraz ukazuje, w jakiej kolejności konsumenci sięgają po poszczególne produkty, w tym produkty turystyczne [Szymańska 2007]. W świetle przeprowadzonych badań można stwierdzić, że agroturystyka w Polsce nie jest zbyt popularną i cenioną formą wypoczynku. Najczęściej wskazywanym powodem braku zainteresowania wsią jako miejscem wypoczynku dla mieszkańców miast jest przekonanie o braku jakichkolwiek atrakcji turystycznych na obszarach wiejskich. Powodem tego może być najprawdopodobniej błędne przekonanie i brak świadomości na ten temat. Świadczy to w znacznej mierze o braku skutecznej promocji i propagowania turystyki wiejskiej przez odpowiednie organizacje i instytucje.

Osoby przejawiające zainteresowanie wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych, jako powód wyboru tej formy spędzania czasu wolnego najczęściej wymieniały walory prozdrowotne terenów wiejskich (np. czyste, świeże powietrze, kontakt z przyrodą) oraz możliwość wypoczynku, ciszy i spokoju.

Podczas wyboru konkretnego obiektu informacji poszukiwano najczęściej na stronach internetowych. Bardzo istotne znaczenie miały również sugestie i opinie rodziny oraz znajomych. Na podejmowane decyzje najistotniejszy wpływ miał stosunek ceny do standardu obiektu. Należy jednak zaznaczyć, że ta pierwsza miała nieco mniejsze znaczenie. Dość istotna była ponadto dostępność komunikacyjna, możliwość skorzystania z wyżywienia w odwiedzanym gospodarstwie, a także obecność walorów turystycznych. Należy podkreślić, że respondenci duże zainteresowanie przejawiali sferą kulturową wsi – powodzeniem cieszył się udział w pokazach tradycji i folkloru, dożynkach, jarmarkach. Dla mieszkańców miast dużą atrakcją jest ponadto oryginalna kuchnia regionalna.

Pobyt poza miastem to również świetna okazja do podjęcia aktywności ruchowej na świeżym powietrzu. Najchętniej wybierane były przejażdżki rowerowe i wędrów-

ki piesze, podczas których poszerzyć można wiedzę krajoznawczą na temat odwiedzanych terenów. Na uwagę zasługuje to, że zdecydowana większość badanych była usatysfakcjonowana wypoczynkiem na wsi. Świadczy o tym chęć ponownego skorzystania z tej formy turystyki, a także polecenie jej rodzinie i znajomym. Przeprowadzone badania umożliwiły też rozpoznanie i wskazanie pewnych mankamentów, które w opinii respondentów powinny ulec zmianie lub poprawie. Największa liczba uwag dotyczyła standardu obiektu, jego wyposażenia, a także estetyki urządzeń sanitarnych.

Każdy turysta charakteryzuje się określonymi pragnieniami, dążeniami czy upodobaniami. To właśnie one mają główny wpływ na wybór rodzaju i formy turystyki, obiektu noclegowego, formy wyżywienia czy sposobu organizacji czasu podczas pobytu. Rozpoznanie preferencji, którymi turysta kieruje się podczas decyzji dotyczących kierunku wyjazdu czy rodzaju zakwaterowania może mieć decydujący wpływ na rozwój oraz sukces rynkowy wielu przedsięwzięć turystycznych, w tym agroturystycznych.

Podsumowując powyższe rozważanie stwierdzić należy, że niezbędnymi działaniami pozwalającymi zdynamizować rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki wydaje się być potrzeba przełamania negatywnych stereotypów względem postrzegania obszarów wiejskich oraz propagowania wśród społeczeństwa przekonania o atrakcyjności tej formy turystyki, czego efektem powinno być częstsze skłanianie się ku obszarom wiejskim przez osoby podejmujące decyzje względem kolejnej destynacji turystycznej. Wskazane ponadto jest dalsze prowadzenie szeroko zakrojonych badań wśród potencjalnych „agroturystów” pozwalających na pełniejsze rozpoznanie ich preferencji i oczekiwań, co przełożyć się powinno na lepsze dopasowanie zakresu oferty usług świadczonych przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych, a tym samym zdynamizowanie tempa rozwoju funkcji turystycznej obszarów wiejskich.

Literatura

- Andrzejewska O., 1999, *Wczasy pod gruszą – agroturystyka w modzie – raport*. Rolnictwo, BOSS, Informacje ekonomiczne, nr 38 (505), Warszawa.
- Balińska A., 2014, *Determinanty popytu mieszkańców Warszawy na usługi agroturystyczne*. „Zeszyty Naukowe” Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 805 (25).
- Balińska A., Sikorska-Wolak I., 2009, *Turystyka wiejska szansą rozwoju wschodnich terenów przygranicznych na przykładzie wybranych gmin*. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Baza noclegowa według stanu na 31 lipca 2014 r. i jej wykorzystanie w I półroczu 2014 r.* Notatka informacyjna, 2014, Wyd. GUS, Warszawa.
- Jagusiewicz A., Legienis H., 2007, *Zasoby bazy noclegowej indywidualnego zakwaterowania w Polsce w 2007 r.* Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Janczak K., Patelak K., 2014, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2013 r.* Opracowanie przygotowane w ramach Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej

- na rok 2013. Temat nr 1.30.06(099), „Aktywność turystyczna Polaków”, Łódź.
- Kłodziński M., Rzeczowska M., 2000, *Rozwój przedsiębiorczości wiejskiej w krajach Unii Europejskiej – wskazówki dla Polski*, [w:] *Rozwój przedsiębiorczości wiejskiej w warunkach integracji z Unią Europejską*. Wyd. PAN, Akademia Rolnicza w Szczecinie, Warszawa.
- Kolczatek R., Jankowski K., 2006, *Internet – nowoczesne źródło informacji i reklamy w agroturystyce*, [w:] *Marketing w agroturystyce*, M. Plichta, J. Sosnowski (red.). Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Krzyżanowska K., Wojtkowski R., 2012, *Rola Internetu w promocji usług agroturystycznych*. „Studia Ekonomiczne i Regionalne” t. 5, nr 1.
- Legienis H., 2004, *Wykorzystanie kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych będących w ewidencji urzędów gmin*. Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Łaciak J., 2005-2010, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2004-2010 r.* Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Łaciak J., 2013, *Aktywność turystyczna mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych w 2012 r.* Wyd. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Niedziółka A., 2008, *Wykorzystanie sieci Internet w promocji produktu agroturystycznego na przykładzie województwa małopolskiego*, [w:] *Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania zarządzania procesami gospodarczymi*, N. Siemieniuk, R. Mosdorf (red.). Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok.
- Pałka E., Kudła N., 2013, *Rynkowy charakter produktu agroturystycznego na podstawie badań ankietowych wybranych grup mieszkańców Kielc*. „Infrastruktura i ekologia terenów wiejskich”, nr 3.
- Prochorowicz M., 2006, *Zastosowanie reklamy elektronicznej w promocji gospodarstw agroturystycznych*, [w:] *Marketing w agroturystyce*, M. Plichta, J. Sosnowski (red.). Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Przezbórska L., Gawałek A., 2009, *Wizerunek rynkowy produktu agroturystycznego (na przykładzie badań sondażowych wybranych grup społecznych i zawodowych mieszkańców Poznania)*, [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, P. Palich (red.). Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- Sikorska-Wolak I., Zawadka J., 2012, *Oczekiwania konsumentów na rynku usług agroturystycznych*. „Studia Ekonomiczne i Regionalne” t. 5, nr 1.
- Stepaniuk K., 2010, *Wybrane koncepcje związane z projektowaniem, wdrożeniem i rozwojem działalności e-agroturystycznej na przykładzie województwa podlaskiego*. „Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia,” nr 9(4).
- Strzembicki L., 2001, *Zachowania nabywców na krajowym rynku turystyki wiejskiej w świetle badań ankietowych*. Instytut Turystyki, Centrum Edukacji Kadr Turystycznych w Krakowie, Warszawa-Kraków.
- Strzembicki L., 2005a, *Wypoczynek w gospodarstwach wiejskich w opinii turystów*. „Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie”, z. 15.
- Strzembicki L., 2005b, *Zachowania konsumentów na rynku turystyki wiejskiej w Polsce*. GWSH w Katowicach, Katowice.
- Szymańska A., 2007, *Metodyczne problemy badań preferencji konsumenckich*. „Zeszyty Naukowe AE w Krakowie”, nr 739.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 r.*, Notatka informacyjna, 2014, Wyd. GUS, Warszawa.

Turystyka w 2013, 2014, Wyd. GUS, Warszawa.

Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Projekt finansowany ze środków pochodzących z Funduszy Co-unterpart Funds (CPF) Sektorowych Agrolinia (PL9005). Raport końcowy, 2012, Wyd. Agrotec Polska i IGiPZ PAN, Warszawa.

Zawadka J., 2010, *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*. Wyd. SGGW, Warszawa.

Zawadka J., 2013a, *Tendencje zmian w zachowaniach turystycznych osób wypoczywających na wsi*, [w:] *Komunikowanie i doradztwo w turystyce wiejskiej*, K. Krzyżanowska (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.

Zawadka J., 2013b, *Zachowania turystów wypoczywających na wsi i czynniki je warunkujące*, [w:] *Budowanie konkurencyjności obszarów wiejskich*, K. Krzyżanowska (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.

Zawadka J., 2014, *Zachowania i oczekiwania turystyczne osób wypoczywających na wsi w kontekście infrastruktury okolicy turystycznej*, [w:] *Infrastruktura okolicy turystycznej jako element wzbogacający ofertę obszarów wiejskich*, C. Jastrzębski (red.). Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach, Kielce.

