

Lokalizacyjne uwarunkowania oferty gospodarstw agroturystycznych w Polsce

Locational determinants of agritourism offer in Poland

MARIA BEDNAREK-SZCZEPAŃSKA, JERZY BAŃSKI

Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania im. S. Leszczyckiego PAN
00-818 Warszawa, ul. Twarda 51/55
bednarek@twarda.pan.pl, jbanksi@twarda.pan.pl

Zarys treści. Przedmiotem artykułu jest analiza zróżnicowania polskich gospodarstw agroturystycznych ze względu na ich lokalizację. Na potrzeby opracowania obszar badań podzielono na cztery kategorie o odmiennych cechach krajobrazowo-przestrzennych: pojezierza, niziny, wyżyny oraz góry. Przeprowadzone analizy wskazują, że położenie na obszarach o odmiennym krajobrazie różnicuje niektóre cechy działalności gospodarstw agroturystycznych (np. liczbę i pochodzenie turystów, długość i sezonowość działalności, wyposażenie kwater i rodzaj atrakcji).

Słowa kluczowe: agroturystyka, krajobraz, turystyka, Polska, obszary wiejskie.

Wstęp

Agroturystyka jest jednym z rodzajów turystyki wiejskiej, który charakteryzuje powiązanie usług turystycznych z gospodarstwem rolnym, umożliwiające turystyce uczestniczenie w życiu gospodarstwa rolnego. Po akcesji Polski do Unii Europejskiej agroturystyka stała się jednym z ważnych obszarów wsparcia polityki rozwoju obszarów wiejskich (na projekty służące jej rozwojowi można było uzyskać finansowanie w ramach programu SAPARD, rolniczego SPO w latach 2004-2006 oraz w ramach Osi 3 PROW 2007-2013).

Wraz z rozwojem agroturystyki wzrosło zainteresowanie nią w środowisku naukowym i administracji publicznej. Zgromadzono pokaźne bazy danych z wywiadów i badań ankietowych, prowadzonych głównie z właścicielami gospodarstw, rzadziej turystami, na podstawie których powstały liczne publikacje (np. Mazurek, 2008; Kurtyka, 2008; Niedziółka, 2008; Pałka, 2004; Nałęczka i Żbikowski, 2005; Jalinik, 2005; Godlewski, 2004; Bott-Alama, 2004; Balińska

i Sikorska-Wolak, 2001). Zdecydowaną większość stanowią jednak studia lokalne lub regionalne. Stosunkowo mało jest prac poświęconych analizom w skali kraju, w tym obejmujących porównania regionalne agroturystyki (np. Wojciechowska, 2009; Bednarek-Szczepańska, 2011; raporty Instytutu Turystyki).

Na rozwój agroturystyki wpływa wiele uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych, które tworzą skomplikowany system zależności. Do uwarunkowań wewnętrznych zalicza się lokalne walory przyrodnicze i kulturowe, markę i tradycje turystyczne obszaru, zagospodarowanie turystyczne, poziom rozwoju ekonomicznego, politykę lokalną oraz aktywność różnych podmiotów wspierających agroturystykę i tworzących ofertę agroturystyczną. Natomiast wśród uwarunkowań zewnętrznych można wymienić: regionalną i krajową politykę turystyczną, poziom zamożności społeczeństwa, zagospodarowanie infrastrukturalne i inne. Walory przyrodnicze i krajobrazowe są najbardziej klasycznym uwarunkowaniem rozwoju turystyki. Jako podstawa rozwoju zjawisk turystycznych stanowią naturalny, przestrzenny potencjał turystyczny (Warszyńska i Jackowski, 1979). O tym, że środowisko przyrodnicze jest wciąż jednym z ważniejszych motywów wyboru miejsca wypoczynku świadczy koncentracja elementów infrastruktury turystycznej na obszarach najatrakcyjniejszych przyrodniczo.

Zróźnicowanie przyrodnicze jest jednym z głównych powodów nierównomiernego w skali kraju rozwoju agroturystyki (Drzewiecki, 1995). Można przypuszczać, że położenie na obszarze o określonych walorach przyrodniczych ma również wpływ na charakter oferty agroturystycznej oraz na inne aspekty działalności osób oferujących usługi turystyczne. Według J. Wojciechowskiej (2009), cechami różnicującymi ofertę agroturystyczną w przestrzeni kraju są głównie walory przyrodnicze oraz kulturowe, mniej zaś umiejętności i uprawnienia usługodawców. Celem tego opracowania jest zatem rozpoznanie, czy położenie geograficzne determinuje różne cechy działalności polskich gospodarstw agroturystycznych. A jeśli tak, to czym różni się produkt agroturystyczny na obszarach o odmiennych cechach krajobrazu oraz jak różni się liczba i pochodzenie turystów korzystających z obiektów noclegowych na tych obszarach?

Cechy krajobrazu wynikające z odmiennej przeszłości geologicznej i procesów geomorfologicznych oraz wysokość nad poziom morza są podstawą do regionalizacji fizycznogeograficznych polskiej przestrzeni. Jednak na potrzeby tego opracowania ograniczono się do podziału na podstawowe typy obszarów różniące się cechami krajobrazowymi i środowiskowymi: (1) pojezierza, (2) niziny, (3) wyżyny oraz (4) góry wraz z pogórzami¹. W obrębie wymienionych typów identyfikowano gospodarstwa agroturystyczne.

¹ Z braku odpowiednich materiałów z badań terenowych nie wyodrębniono obszaru pobrzeża bałtyckiego.

Metoda badania

Bazę danych do analiz w tym opracowaniu stanowią materiały BDL GUS oraz wyniki badań ankietowych przeprowadzonych z właścicielami gospodarstw agroturystycznych w Polsce w 2012 r.² Badanie nie uwzględnia cech położenia gospodarstwa w skali lokalnej, a zatem odległości do lasu, jeziora lub rzeki, lecz odnosi się do ogólnych cech krajobrazu (góry, niziny, itd.), w którym zlokalizowane jest gospodarstwo. Zmienną niezależną w badaniu jest więc położenie na obszarze reprezentującym określony rodzaj krajobrazu. Do analiz szczegółowych wybrano po 60 gospodarstw agroturystycznych z każdej kategorii krajobrazowej, czyli obszarów górskich, nizinnych, wyżynnych i pojeziernych. Badane obiekty zlokalizowane były w 4-6 województwach, w obrębie od 20 do 32 gmin.

Wykorzystując metody opisu statystycznego badano, jak różnią się gospodarstwa agroturystyczne położone na obszarach o różnym typie krajobrazu, pod względem: oferty usług i atrakcji dla turystów, wyposażenia obiektów agroturystycznych, podejmowanych działań promocyjnych, sezonowości świadczonych usług, planów rozwoju działalności turystycznej, liczby turystów, oraz miejsc, z których przyjeżdżają do nich turyści.

Diagnoza stanu

Według danych Instytutu Turystyki pochodzących z urzędów gmin, w 2007 r. funkcjonowało w Polsce około 8850 gospodarstw agroturystycznych³. W porównaniu do innych usług noclegowych, agroturystykę cechuje stosunkowo duże rozproszenie przestrzenne. Usługi tego typu zlokalizowane były w 55% gmin w Polsce, przy czym najczęściej było w nich od 1 do 4 interesujących nas obiektów turystycznych; zaledwie w 47 gminach liczba gospodarstw agroturystycznych przekraczała 30 (Bednarek-Szczepańska, 2011). Agroturystyka rozwija się nie tylko w regionach atrakcyjnych turystycznie, ale również, choć w znacznie mniejszej skali, na obszarach rolniczych, na których jest ona zwykle jedyną formą świadczenia usług noclegowych.

Najlepiej agroturystyka rozwinęła się na obszarach górskich oraz pojeziernych, zwłaszcza w Karpatach i na Pojezierzu Mazurskim (ryc. 1). Na terenie trzech

² Badanie przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi w ramach projektu „Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich”. Badanie objęło 800 obiektów noclegowych turystyki wiejskiej, w tym 641 gospodarstw agroturystycznych, położonych w 242 gminach na terenie wszystkich województw.

³ Ostatnia szczegółowa inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych w Polsce została przeprowadzona przez Instytut Turystyki w 2007 r. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że dane mogą być obciążone pewnym błędem wynikającym z jednej strony z niepełnych informacji wpływających z gmin, z drugiej zaś – z częstego braku informacji o wyrejestrowywaniu działalności. Istnieje też trudna do oszacowania grupa kwaterodawców, działająca w „szarej strefie”.

województw – małopolskiego, podkarpackiego i warmińsko-mazurskiego – znajduje się około 40% wszystkich zarejestrowanych gospodarstw agroturystycznych.

Przydatność zasobów przyrodniczych do turystyki można oceniać i przestrzenie porównywać stosując metody waloryzacji. Metody te, stosowane powszechnie od lat 1970., bazujące na dostępnych w statystyce publicznej miernikach, są przedmiotem krytyki i dyskusji, gdyż bardzo upraszczają obraz przestrzeni turystycznej. Niemniej warto przytoczyć tu wynik klasycznej waloryzacji przyrodniczej na potrzeby turystyki jako tło rozważań nad lokalizacją agroturystyki. Opracowany syntetyczny wskaźnik walorów przyrodniczych⁴ identyfikuje regiony o najwyższych jego wartościach w kraju. Należą do nich obszary górskie i wyżynne, pojezierza oraz tereny o dużej lesistości (Puszcza Białowieska, Puszcza Kampinoska, lasy Ziemi Lubuskiej). W dużym uproszczeniu można przyjąć, że obszary górskie i pojezierne oraz częściowo wyżynne mają korzystniejsze warunki do rozwoju turystyki niż tereny nizinne i niektóre fragmenty wyżyn. Porównanie rozmieszczenia gospodarstw agroturystycznych (ryc. 1) z wynikami

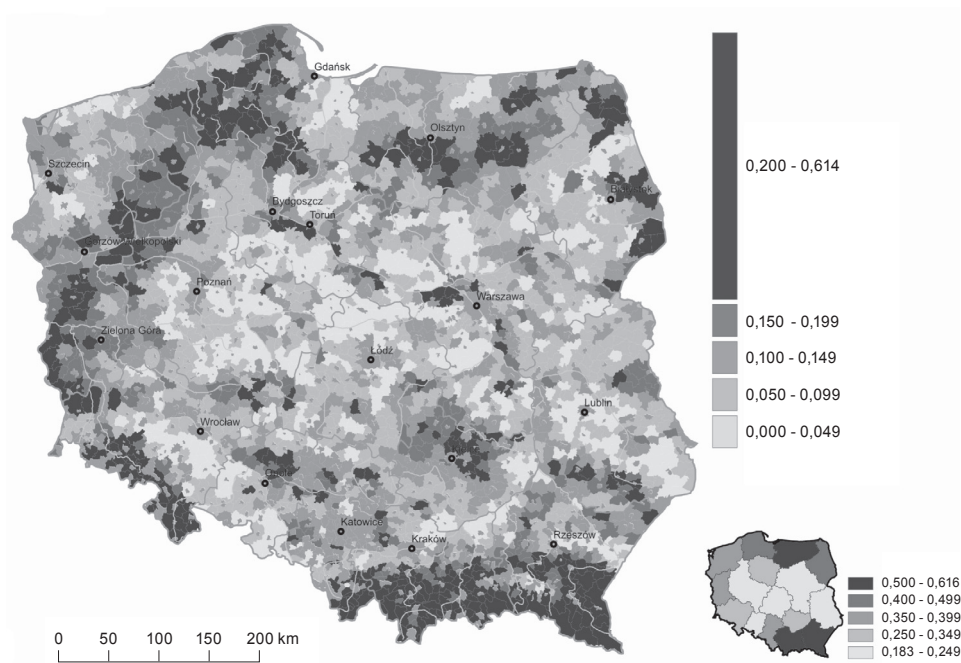


Ryc. 1. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych, 2007
Spatial distribution of agritourist households in 2007

Źródło / Source: Bański (2010).

⁴ Wskaźnik opracowano na podstawie czterech cech diagnostycznych: jeziorności, powierzchni obszarów chronionych, lesistości i udziału terenów o nachyleniu ponad 5%.

waloryzacji w skali gmin (ryc. 2) prowadzi do wniosku, że obszary stosunkowo wysokiego poziomu rozwoju agroturystyki pokrywają się w dużej mierze z obszarami o najwyższych walorach przyrodniczych.



Ryc. 2. Syntetyczny wskaźnik walorów przyrodniczo-kulturowych
 Synthetic indicator of valuable natural and cultural features in municipalities
 Opracowanie własne / Author's own research

Cechy agroturystyki a rodzaj krajobrazu

Usługi noclegowe są świadczone przez gospodarstwa na wsi od bardzo dawna, ale dopiero z początkiem okresu transformacji ustrojowej w Polsce stworzono im nowe ramy funkcjonowania i zaczęto je powszechnie nazywać gospodarstwami agroturystycznymi. W badanych 240 gospodarstwach agroturystycznych przeciętny okres działalności wynosi niewiele ponad 9 lat (tab. 1). Warto zauważyć, że najdłuższa działalność dotyczy gospodarstw położonych na terenach o wyższych walorach przyrodniczych i krajobrazowych, tj. w górach (około 12 lat) i na pojezierzach (około 10 lat), stanowiących w dużej mierze przestrzeń asymilacji turystycznej (wg Wojciechowskiej, 2009). Natomiast na obszarach nizinnych (przeźródzeń eksploracji i penetracji agroturystycznej) rozwój tej formy usług nastąpił nieco później. Jest to związane z rozwiniętymi tradycjami turystyki na

obszarach wiejskich w regionach najatrakcyjniejszych. Tam właśnie gospodarstwa rolne od dziesięcioleci przyjmowały turystów. Jak podaje B. Górz (2007), już od lat 1950. zezwolono na istnienie kwater prywatnych w gospodarstwach rolnych. Na przykład w 1987 r. na Podhalu zarejestrowanych było 12,3 tys. miejsc noclegowych na wsi, a faktycznie skala była prawdopodobnie 4 lub 5 razy większa (Górz, 2007). Dzięki tym tradycjom, agroturystyka w nowoczesnej, postsojalistycznej formie, miała tam dobry grunt do rozwoju. Na obszarach o niższych walorach, np. na nizinach, agroturystyka była czymś relatywnie nowym, bez długich tradycji, niemniej również tam przyszła na nią moda. Agroturystyka stała się przedmiotem wsparcia i popularyzacji przez różne instytucje publiczne i organizacje pozarządowe w całej Polsce i coraz więcej rolników podejmowało próby dywersyfikacji działalności gospodarczej.

Tabela 1. Wybrane cechy analizowanych gospodarstw agroturystycznych
Selected features of the analyzed agritourist households

Typ krajo- brazu <i>Landscape type</i>	Średni okres działalności (lat) <i>Average period of activity (in years)</i>	Udział gospodarstw całorocznych <i>Share of whole-year facilities (%)</i>	Średnia liczba miejsc noclego- wych w obiekcie <i>Average number of beds per facility</i>	Średnia liczba osób przyjęta w ciągu roku w obiekcie <i>Average num- ber of persons accommodated in a year</i>	Mediana liczby osób przyjętych w ciągu roku <i>Median num- ber of persons accommodated in a year</i>
Ogółem	9,2	58	15,1	263	90
Góry	11,8	57	14,7	84,9	50
Niziny	6,8	63	17,6	444	225
Pojezierza	9,7	48	16,9	175	95
Wyżyny	8,3	62	11,2	346	100

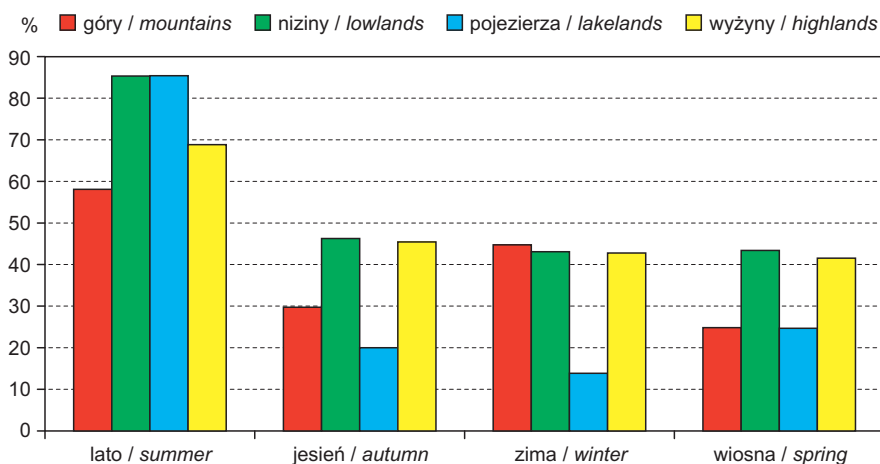
Opracowanie własne / Author's own research

Dłuższy okres działalności w górach i na pojezierzach świadczyć też może o większej trwałości poszczególnych gospodarstw agroturystycznych, które mają tam stabilną podstawę funkcjonowania w postaci wysokiej atrakcyjności turystycznej.

Można również zastanowić się nad potencjalnym wpływem dostępności środków unijnych na rozwój działalności agroturystycznej – to znaczy, czy stanowiły one bodziec do jej rozpoczęcia. Przeprowadzone badania ankietowe wskazują jednak, że wśród gospodarstw, które skorzystały ze środków Unii Europejskiej, były przede wszystkim te działające dłużej, a więc bardziej doświadczone; przeciętny okres ich działalności wynosi około 11 lat.

Agroturystykę, bez względu na położenie gospodarstw, cechuje – podobnie jak inne formy turystyki – sezonowość, z wyraźną koncentracją na okresie letnim. Choć teoretycznie klasyczna oferta agroturystyczna, z uwagi na rodzaj oferowanych usług, ma charakter całoroczny, to jednak jest w praktyce wykorzystywana głównie w sezonie letnim (Wojciechowska, 2009).

Udział usługodawców, którzy prowadzili działalność sezonowo, był najwyższy na obszarach pojeziernych (ryc. 3) – tylko niecała połowa z nich działa przez cały rok. Jest to związane z wyraźną sezonowością wypoczynku nad jeziorami, która ogranicza się w praktyce do miesięcy letnich. Może mieć na to wpływ także dostępność komunikacyjna – większość obszarów pojeziernych ma położenie peryferyjne, z dala od dużych ośrodków miejskich. Wśród gospodarstw z obszarów nizinnych i wyżynnych przeważają natomiast takie, które oferują swoje usługi przez cały sezon, choć i tam wyraźnie zaznacza się koncentracja działalności w okresie letnim. W gospodarstwach na terenach górskich występują dwa okresy bardziej intensywnego wykorzystania – letni i zimowy.



Ryc. 3. Przeciętne wykorzystanie łóżek w gospodarstwach agroturystycznych wg sezonów
Average use of accommodation capacities in agritourist households by seasons
Opracowanie własne / Author's own research

Objęte badaniem gospodarstwa agroturystyczne w większości nie różnią się od typowych obiektów agroturystycznych w Polsce pod względem liczby miejsc noclegowych. Przeciętne gospodarstwo może przyjąć jednocześnie od 11 (obszar wyżynny) do 17 turystów (obszar nizinny). Jednakże wykorzystanie tego potencjału jest bardzo zróżnicowane. Najgorzej pod tym względem wypadły badane gospodarstwa na terenach górskich, z których każde odwiedza przeciętnie w cią-

gu roku tylko 85 osób, zaś najlepiej na nizinach (444). Jest to wynik dość zaskakujący i wymaga szerszego komentarza.

Najwięcej kwater agroturystycznych, których właściciele deklarowali, że przyjmują rocznie około 1000 i więcej osób, położonych było właśnie na nizinach i wyżynach. Takie obiekty prawdopodobnie oferują specyficzne produkty turystyczne lub usługi nie tylko dla turystów, ale również dla dużych grup zorganizowanych. W przypadku gospodarstw zlokalizowanych na nizinach, na wysoką liczbę przyjmowanych osób wpływać może również stosunkowo niski poziom sezonowości usług (przyjmowanie turystów przez cały rok) i przestrzenne rozproszenie gospodarstw, a tym samym mała podaż usług w stosunku do popytu generowanego przez duże ośrodki miejskie. To właśnie położenie w pobliżu dużych aglomeracji z dobrą dostępnością komunikacyjną (Warszawa, Łódź, Kraków, konurbacja śląska) oraz ośrodków regionalnych może być powodem relatywnie dużego ruchu turystycznego w badanych gospodarstwach.

Na nizinach i wyżynach, czyli w dużej mierze poza obszarami tradycyjnie turystycznymi, kwatery agroturystyczne stanowią niejednokrotnie, jak wspomniano na wstępie, jedyne obiekty noclegowe. Brak konkurencyjnej bazy noclegowej sprawia, że są one również wykorzystywane w innych niż wypoczynkowo-rekreacyjne celach. Z wcześniejszych badań w gospodarstwach agroturystycznych na Lubelszczyźnie wynika, że bywały one np. miejscem noclegu osób uczestniczących w rodzinnych wydarzeniach w okolicy (takich jak wesela), odbywających służbowe delegacje, a nawet pracowników sezonowych (Bednarek-Szczepańska, 2010).

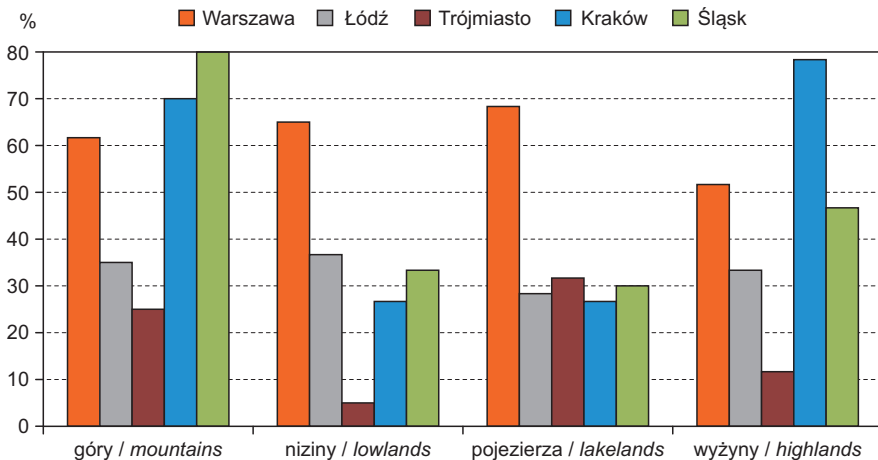
Tak duża przewaga gospodarstw agroturystycznych położonych na nizinach i wyżynach, pod względem liczby osób korzystających z usług, może wynikać również z faktu, że są one prawdopodobnie w większym stopniu wykorzystywane jako obiekty wyjazdów sobotnio-niedzielnych. Tereny górskie i pojezierne są tradycyjnie celem wyjazdów związanych z urlopem, wakacjami, feriami (Durydziwka, 2008). Można więc założyć, że w zlokalizowanych tam obiektach agroturystycznych większy jest udział pobytów dłuższych.

Badane gospodarstwa agroturystyczne położone w krajobrazie górskim (Karpaty, Sudety) przyjmowały średnio rocznie zdecydowanie najmniej turystów. Może to częściowo wynikać z dużego nasycenia tych regionów innymi podmiotami świadczącymi usługi turystyczne. Dużą konkurencję stanowią dla gospodarstw agroturystycznych tzw. pokoje gościnne, które oferują zbliżone warunki i nocleg w porównywalnej cenie. Wydaje się, że dla turystów wybierających wypoczynek w górach, „rolniczy”, a więc agroturystyczny charakter oferty nie jest tak istotny, a tym samym wysoka podaż miejsc noclegowych w tzw. pokojach gościnnych może wpływać na niższe obłożenie „agrokwater”.

Prawdopodobnie powstawanie na analizowanych obszarach nowych obiektów agroturystycznych, świadczących usługi ograniczone głównie do noclegu lub noclegu z wyżywieniem jest nieuzasadnione z ekonomicznego punktu widzenia.

Tylko gospodarstwa różnicujące swoją ofertę i podnoszące jej jakość mają szanse na sukces ekonomiczny. Niedostatek oryginalnych, specjalistycznych produktów agroturystycznych, dostosowanych do potrzeb określonych segmentów rynku, jest niekorzystną cechą polskiej agroturystyki w ogóle, co było już wielokrotnie podkreślane przez różnych badaczy tego zjawiska (Bednarek-Szczepeńska, 2010; Wojciechowska, 2009; Niedziółka, 2008; Przezbórska, 2005). Podobne wnioski dotyczą analizowanych usługodawców na pojezierzach, z tym, że wzrost poziomu wykorzystania oferty turystycznej powinien w większym stopniu wynikać z poszerzenia okresu usług agroturystycznych poza sezon letni.

Kolejnym przedmiotem analizy była struktura pochodzenia turystów odwiedzających gospodarstwa agroturystyczne (ryc. 4). Wyniki nie były zaskakujące. Preferencje wyboru gospodarstw agroturystycznych wśród mieszkańców niektórych największych ośrodków miejskich są związane głównie z odległością. Gospodarstwa agroturystyczne na obszarach nizinnych i pojeziernych zdominowane są przez odwiedzających z Warszawy, natomiast na terenach wyżynnych największy udział mają goście z Krakowa.



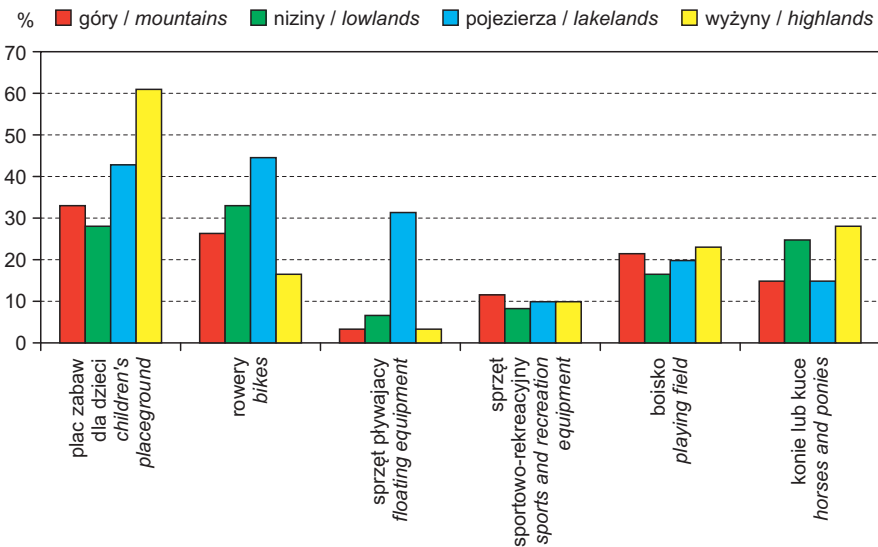
Ryc. 4. Gospodarstwa wg pochodzenie gości z wybranych ośrodków miejskich
Agritourist households by origin of guests from selected urban centres
Opracowanie własne / Author's own research

Nie zawsze odległość kształtuje strukturę pochodzenia uczestników ruchu turystycznego. Gospodarstwa agroturystyczne na pojezierzach były w porównywalnym stopniu odwiedzane przez turystów Trójmiasta i konurbacji śląskiej. W tym przypadku większe znaczenie ma potencjał ludnościowy tych ośrodków. Spośród analizowanych ośrodków Trójmiasto miało najmniejszy udział w struk-

turze ruchu turystycznego w badanych obiektach agroturystycznych na terenach górskich. Niemniej jednak mieszkańcy Trójmiasta znacznie częściej odwiedzali gospodarstwa agroturystyczne w górach niż na nizinach i wyżynach. Atrakcyjność turystyczna gór ma więc w tym przypadku większe znaczenie niż odległość.

Gospodarstwa agroturystyczne były badane pod kątem ich oferty dla turystów, w tym różnych elementów wyposażenia tych obiektów oraz usług i atrakcji oferowanych przez kwaterodawcę.

Oferta dotycząca dodatkowego wyposażenia gospodarstw agroturystycznych jest w większości przypadków uboga (ryc. 5). Przeciętnie co trzecie lub czwarte gospodarstwo oferuje wyposażenie, które powinno stanowić „standard”. Stosunkowo najwięcej badanych gospodarstw deklarowało posiadanie wydzielonego placu zabaw dla dzieci oraz możliwość wypożyczenia rowerów. Potwierdza to wyniki innych, wcześniejszych badań w wielu regionach Polski, gdzie właśnie place zabaw lub rowery były najczęstszymi elementami wyposażenia (Bott-Alama, 2004; Mazurek, 2008; Wojciechowska, 2009; Bednarek-Szczepańska, 2010). Około 1/5 gospodarstw udostępniała turystom boiska do siatkówki lub koszykówki. Jak wskazują wyniki badań, pozostałe elementy wyposażenia należą raczej do rzadkości w gospodarstwach agroturystycznych; nawet na terenach pojezierzy, nieodzowny do rekreacji sprzęt pływający miało co trzecie gospodarstwo.



Ryc. 5. Wybrane elementy dodatkowego wyposażenia gospodarstw agroturystycznych wg regionów badań

Selected elements of additional equipment of the agritourist households by studied region

Opracowanie własne / Author's own research

Nieco korzystniejsza jest sytuacja pod względem wyposażenia gospodarstw na pojezierzach i wyżynach – większość tamtejszych gospodarstw (około 80%) ma w swojej ofercie dodatkowe elementy wyposażenia, natomiast na terenach górskich i nizinnych odsetek takich gospodarstw wynosi tylko 65%. Trudno jednak wskazywać zależności pomiędzy lokalizacją obiektów a poziomem ich wyposażenia w dodatkowe elementy uatrakcyjniające pobyt turystów. Wcześniejsze badania, prowadzone w Instytucie Turystyki, wykazywały również pewne przestrzenne prawidłowości jeśli chodzi o wyposażenie gospodarstw agroturystycznych w różne urządzenia rekreacyjne i sportowe. Najlepiej pod tym względem wypadły wówczas województwa wielkopolskie, małopolskie i pomorskie, najgorzej zaś: łódzkie, mazowieckie, opolskie, śląskie i świętokrzyskie (Legienis, 2003). Trudno jednak bez szczegółowych badań zidentyfikować czynniki determinujące takie zróżnicowanie.

Oferta dodatkowych usług świadczonych przez gospodarstwa agroturystyczne zdecydowanie korzystniej wypada na terenach górskich i nizinnych niż wyżynnych i pojeziernych (tab. 2). Mają one w ofercie usługi przeznaczone dla szerszego spektrum odbiorców, w tym dla grup turystycznych (firmy, szkoły). Wydaje się jednak, że tylko gospodarstwa położone na nizinach wykorzystują swój potencjał w tym zakresie, o czym świadczy największa liczba osób przyjęta przez przeciętne gospodarstwo z tego obszaru. Prawdopodobnie jest to skutek wykorzystania oferty przez firmy lub grupy szkolne.

Tabela 2. Udział gospodarstw agroturystycznych świadczących dodatkowe usługi (%)
Share of agritourist households providing additional services (%)

Typ krajobrazu <i>Landscape type</i>	Udział w pracach gospodarskich <i>Participation in farm work</i>	Sprzedaż produktów regionalnych <i>Sale of regional products</i>	Możliwość jazdy konnej wierzchem <i>Possibility of horseback riding</i>	Kuligi, przejazdy bryczką <i>Winter sleigh cavalcades, carriage rides</i>	Organizacja imprez rozrywkowych <i>Organisation of entertainment events</i>	Organizacja przyjęć świątecznych <i>Organisation of holiday receptions</i>	Oferta dla tzw. zielonych szkół <i>Offer for the so-called „green schools”</i>	Oferta dla firm <i>Offer for the companies</i>
Ogółem	30,4	10,4	21	22,5	21,3	16,3	2,92	7,1
Góry	23,3	20,0	15	36,7	35,0	26,7	5	6,7
Niziny	46,7	15,0	25	25,0	28,3	23,3	5	13,3
Pojezierza	16,7	1,7	15	8,3	6,7	5,0	0	3,3
Wyżyny	35,0	5,0	28	20,0	15,0	10,0	1,67	5,0

Opracowanie własne / Author's own research

J. Wojciechowska (2009) opisuje na przykładzie województwa łódzkiego rozwijającą się tam ofertę edukacyjno-poznawczą gospodarstw agroturystycznych, które proponują grupom szkolnym jednodniowe programy, pokazujące życie wsi, wykorzystujące ścieżki i szlaki turystyczne; programy te często są tworzone w ramach działalności stowarzyszeń agroturystycznych. Wydaje się, że gospodarstwa agroturystyczne rozwijające taki profil działalności na obszarach wokół dużych miast mogą odnieść sukces ekonomiczny.

Co ciekawe, zaledwie co trzeci badany obiekt oferował turystom uczestnictwo w pracach gospodarskich. Wydaje się, że powinna być to „sztandarowa” atrakcja agroturystyki, której wyróżnikiem jest przecież wykorzystanie gospodarstwa rolnego w tworzeniu oferty turystycznej. Niewielki udział kwaterodawców deklarujących możliwość uczestnictwa turystów w pracach gospodarskich może świadczyć o marginalizacji roli rolnictwa w badanych gospodarstwach lub o braku zainteresowania turystów tą formą spędzania czasu. Związek agroturystyki z produkcją rolniczą jest więc coraz słabszy i w praktyce charakter tej formy turystyki coraz bardziej oddala się od wzorca.

Pod względem udziału podmiotów agroturystycznych oferujących możliwość uczestnictwa w pracach gospodarskich lepiej wypadają kwatery na nizinach i wyżynach. Można więc stwierdzić, że jest tu więcej klasycznej agroturystyki, z „rolniczymi” elementami oferty, niż w górach i na pojezierzach. Już niespełna 20 lat temu, a więc w początkowej fazie rozwoju „nowoczesnej” agroturystyki w Polsce, M. Drzewiecki (1995) wskazywał, że na nizinach i wyżynach centralnej i wschodniej Polski więcej jest agroturystyki „klasycznej” i kwatery lokalizowane są w prawdziwych gospodarstwach rolnych. O „wynaturzeniu” czy „sprzeniewierzeniu się” idei agroturystyki pisze też J. Wojciechowska (2009). Badania doprowadziły ją do wniosku, że na obszarach górskich i nadmorskich działa wiele tzw. pensjonatów agroturystycznych, których właściciele wprawdzie posiadają nieduże powierzchnie użytków rolnych, ale często są one oddalone od obiektów wynajmowanych turystom i nie prowadzi się na nich produkcji rolnej.

Kolejną analizowaną usługą była sprzedaż produktów regionalnych. Najczęściej były one oferowane przez gospodarstwa zlokalizowane w górach. Nie jest to wynik zaskakujący, gdyż na obszarach górskich, zwłaszcza Małopolski, dużą popularnością cieszą się wśród turystów powszechnie dostępne i znane regionalne produkty żywnościowe (np. sery góralskie, kwaśnica, grzańce, itp.).

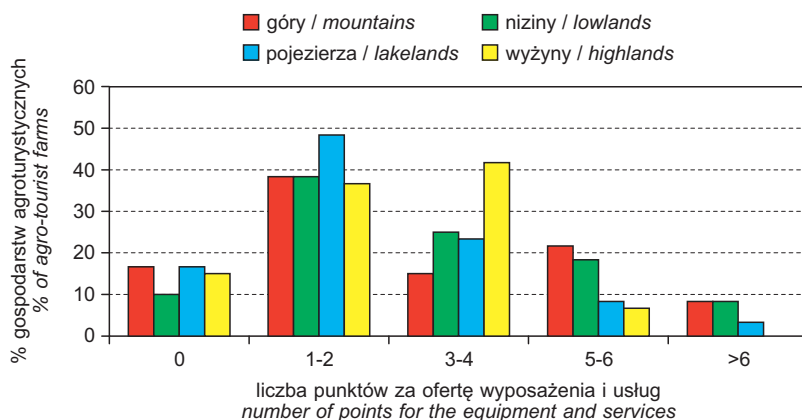
Dla znaczącej grupy gospodarstw agroturystycznych ważnym elementem oferty są usługi związane z wykorzystaniem koni. Organizacja kuligów czy przejazdów bryczką okazała się domeną przede wszystkim usługodawców działających w górach, zwłaszcza w Karpatach, zaś udostępnianie koni do jazdy wierzchem było znacznie popularniejsze na wyżynach i nizinach niż w górach i na pojezierzach. Góry i pojezierza mają większą i atrakcyjniejszą ofertę aktywnego wypoczynku (wycieczki górskie, sporty wodne) niż niziny i wyżyny. Można zatem przypuszczać, że usługodawcy z nizin i wyżyn częściej budują swoją ofer-

tę aktywnego wypoczynku na bazie jazdy konnej, dla której obszary te oferują dogodne warunki, wobec niedostatku innych atrakcyjnych możliwości aktywnego wypoczynku.

Kwaterodawcy uczestniczący w badaniu mieli możliwość wypowiedzenia się na temat innych elementów wyposażenia, usług lub atrakcji. Odpowiedzi nie dały jednak podstaw do wskazania innych, poza wymienionymi, usług i atrakcji turystycznych, które świadczyłyby o specyfice agroturystyki na badanych obszarach.

Podjęto również próbę syntetycznej oceny badanych gospodarstw agroturystycznych pod kątem możliwości spędzania w nich czasu przez turystów, biorąc pod uwagę różne elementy dodatkowego wyposażenia, a także usługi oraz atrakcje. Zsumowano wszystkie elementy oferty w każdym z badanych gospodarstw (za każdy z nich badany obiekt uzyskiwał 1 punkt). Pomimo że kwaterodawcy mieli do wyboru w ankiecie aż 16 elementów oferty oraz mogli wymieniać dowolną liczbę innych składników swojej oferty (a więc mogli uzyskać co najmniej 16 punktów), średnia liczba punktów uzyskanych za ofertę turystyczną wyniosła zaledwie 2,7. Różnice pomiędzy gospodarstwami agroturystycznymi położonymi na nizinach (średnio 3,0 punkty), w górach (2,9) na wyżynach (2,4) i pojezierzach (2,3) są znikome.

Przystępując do tej części badania założono, że gospodarstwa agroturystyczne na obszarach mniej atrakcyjnych (a więc generalnie na nizinach i wyżynach) chcąc przyciągnąć turystów przygotowują bardziej różnorodną ofertę wypoczynku i rekreacji. Analiza materiału ankietowego nie potwierdziła jednak tego założenia; oferta jest bardzo skromna, bez względu na lokalizację (ryc. 6). Wprawdzie



Ryc. 6. Liczba punktów uzyskanych za ofertę dodatkowego wyposażenia, atrakcji i usług według regionów badań

Number of points earned for additional equipment, attractions and services by studied region

Opracowanie własne / Author's own research

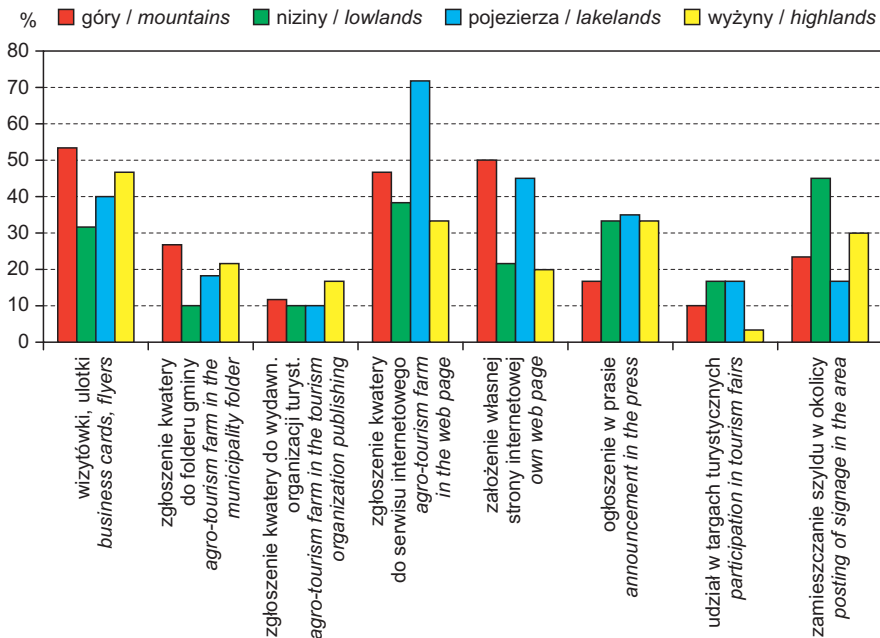
minimalnie lepiej wypadają obiekty położone na nizinach i w górach, ale mając na uwadze tak dużą rozpiętość punktów, które mogły one uzyskać, różnice średnich wartości poniżej 1 nie mają znaczenia. Dominujący rodzaj krajobrazu nie jest więc czynnikiem determinującym stopień urozmaicenia oferty turystycznej.

Od 10% do 15% gospodarstw na wszystkich analizowanych obszarach, nie oferowało turystom żadnych form rozrywki lub sprzętu do rekreacji. Zdecydowanie największą grupę we wszystkich regionach stanowiły obiekty, których właściciele oferowali turystom 1-2 rodzaje usług lub sprzętów do wyposażenia.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych byli też pytani o inwestycje planowane w najbliższych latach. Ograniczają się one jednak do zwiększenia liczby miejsc noclegowych, co zadeklarowało po około 20% gospodarstw z każdego badanego regionu. Inwestycje związane z budową nowych obiektów noclegowych, rozbudową lokalu w celu poprawy świadczenia usług gastronomicznych lub wprowadzenie nowych usług i atrakcji turystycznych zadeklarowało zaledwie kilka gospodarstw. Takie odpowiedzi nie napawają optymizmem – obecnie oferta agroturystyczna jest przecież bardzo uboga. Okazuje się, że funkcjonujący na rynku kwaterodawcy nie planują działań, które mogą zmienić ten niekorzystny stan i zwiększyć konkurencyjność agroturystyki.

Analizowano także gospodarstwa agroturystyczne pod kątem stosowanych przez nie metod promocji (ryc. 7). Okazało się, że właściciele obiektów agroturystycznych w górach i na pojezierzach stosowali przeciętnie nieco więcej metod promocji swoich usług niż właściciele obiektów zlokalizowanych na nizinach i wyżynach; częściej też reklamowali swoje usługi w serwisach internetowych i tworzyli własne witryny. Internet jest obecnie dla turystów najważniejszym źródłem informacji o gospodarstwach agroturystycznych, dlatego wszelkie działania promocyjne w Internecie dobrze świadczą o podejściu kwaterodawców do promocji. Wyniki badań skłaniają do wniosku, że kwaterodawcy na obszarach o silniejszych tradycjach turystycznych bardziej angażują się w promocję swoich usług. Należy jednak podkreślić, że różnice pomiędzy poszczególnymi regionami badań były nieduże; krajobraz nie jest zatem czynnikiem istotnie determinującym podejmowanie działań promocyjnych.

W całej badanej próbie najczęstszym działaniem promocyjnym było właśnie zamieszczanie ogłoszeń w Internecie, ale korzystała z tego tylko około połowa usługodawców (48%). Jest to zdecydowanie za mało. Często stosowanym narzędziem promocji było też rozpowszechnianie własnych ulotek i wizytówek (43% kwaterodawców) – najczęściej promowano w ten sposób gospodarstwa agroturystyczne w górach, najrzadziej zaś – na nizinach. Najmniej popularne były zaś takie formy działań jak udział w targach turystycznych i reklamowanie swoich usług w folderach czy innych publikacjach wydawanych przez stowarzyszenia i organizacje turystyczne.



Ryc. 7. Działalność promocyjna kwaterodawców według regionów badań
Activity promoting agritourist households by studied region
Opracowanie własne / Author's own research

Podsumowanie i wnioski

Przeprowadzone analizy wskazują, że położenie na obszarach o odmiennym krajobrazie (pojeziernym, nizinym, wyżynnym i górskim) różnicuje niektóre aspekty działalności gospodarstw agroturystycznych. Obiekty położone w górach i na pojezierzach, a więc na obszarach najatrakcyjniejszych turystycznie, działają nieco dłużej w ciągu roku niż te na nizinach i wyżynach. Liczba turystów korzystających średnio rocznie z noclegów w gospodarstwach agroturystycznych była najwyższa na nizinach, najniższa zaś w górach, co uwarunkowane jest wieloma czynnikami, omówionymi w tekście. Strukturę pochodzenia turystów odwiedzających badane obiekty determinowała głównie odległość od ośrodków emisji ruchu turystycznego, ale także potencjał ludnościowy aglomeracji i atrakcyjność turystyczna obszarów recepcji. Gospodarstwa agroturystyczne na nizinach i pojezierzach zdominowane były przez odwiedzających z Warszawy, na wyżynach największy udział mieli goście z Krakowa, a w góry przyjeżdżali turyści w równym stopniu ze wszystkich kierunków.

Nie zidentyfikowano regionalnej specyfiki produktu agroturystycznego, choć można wskazać zróżnicowanie przestrzenne elementów oferty (wypożyczanie sprzętu pływającego było charakterystyczne dla pojezierzy, organizacja imprez i zajęć dla grup szkolnych, towarzyskich i firm – na nizinach oraz w górach, możliwość uczestnictwa w pracach gospodarskich dominowała na nizinach, sprzedaż produktów regionalnych w górach, podobnie jak organizacja kuligów i przejazdów bryczką).

Generalnie oferta gospodarstw agroturystycznych jest uboga. Większość podmiotów udostępnia turystom pojedyncze rodzaje sprzętów, usług czy atrakcji, bez względu na lokalizację. Trudno też wskazać wyraźne zależności przestrzenne w zakresie podejmowanych przez kwatrodawców działań promocyjnych, choć warto podkreślić, że ci funkcjonujący w górach i na pojezierzach częściej niż pozostali wykorzystują Internet do promocji swoich usług.

Poszukiwanie przestrzennych uwarunkowań działalności agroturystycznej jest warte dalszych studiów. W tym artykule przedstawiono zaledwie jeden z aspektów tej problematyki. Ciekawym problemem badawczym jest rozpoznanie, czy odległość gospodarstw agroturystycznych od takich elementów jak jezioro, las, park narodowy lub ważny zabytek jest czynnikiem różnicującym cechy gospodarstw agroturystycznych. Można również badać, jak odległość od ośrodków emisji ruchu turystycznego wpływa na charakter oferty agroturystyki. Interesujące pytanie badawcze dotyczy też tego, czy cechy gospodarstwa agroturystycznego determinuje położenie względem innych obiektów agroturystycznych, a więc jakie znaczenie w rozwoju działalności ma koncentracja lub rozproszenie przestrzenne obiektów.

Piśmiennictwo / References

- Balińska A., Sikorska-Wolak I., 2001, *Agroturystyka w Dolinie Bugu i uwarunkowania jej rozwoju*, Wydawnictwa SGGW, Warszawa.
- Bański J. (red.), 2010, *Atlas Rolnictwa Polski*, IGiPZ PAN, Warszawa.
- Bednarek-Szczepańska M., 2010, *Rola podmiotów lokalnych w rozwoju turystyki wiejskiej na wybranych obszarach Lubelszczyzny*, Studia Obszarów Wiejskich, 23, IGiPZ PAN, PTG, Warszawa.
- Bednarek-Szczepańska M., 2011, *Mit o agroturystyce jako szansie rozwojowej polskiej wsi*, Czasopismo Geograficzne, 82, 3, s. 249-270.
- Bott-Alama A., 2004, *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej w województwie zachodniopomorskim*, Rozprawy i Studia, 501, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Drzewiecki M., 1995, *Agroturystyka. Założenia – uwarunkowania – działania*, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz.
- Durydiwka M., 2008, *Przestrzenne zróżnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce*, [w:] Gołembski G. (red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Sulechowie, Sulechów, s. 399-408.

- Godlewski G., 2004, *Spoleczno-ekonomiczne aspekty dzialalnosci gospodarstw agroturystycznych na przykladzie Poludniowego Podlasia*, Zeszyty Studiów Doktoranckich Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Górz B., 2008, *Funkcje turystyki na obszarach wiejskich*, [w:] W. Kurek, M. Mika (red.), *Studia nad turystyką. Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze*, IGiGP UJ, Kraków, s. 223-235.
- Jalinik M., 2005, *Typologia gospodarstw agroturystycznych jako determinanta rozwoju usług*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok.
- Kurtyka I., 2008, *Aktywność gospodarcza właścicieli gospodarstw agroturystycznych w powiecie kłodzkim*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 10, 2, s. 138-141.
- Legienis H., 2003, *Usługi w bazie agroturystycznej*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Mazurek J., 2008, *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki na obszarach wiejskich gmin Pobrzeża Koszalińskiego*, Regiony Nadmorskie, 16, Uniwersytet Gdański, Gdynia-Pelplin.
- Nałęcka D., Żbikowski J., 2005, *Motywy wyboru wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych w świetle badań ankietowych*, [w:] J. Bergier, B. Sawicki (red.), *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, Wydawnictwo PWSZ, Biała Podlaska, s. 121-128.
- Niedziółka A., 2008, *Innowacyjne usługi rekreacyjne jako determinanta rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim*, Prace Naukowe, 45, SGGW, Warszawa.
- Pałka E., 2004, *Uwarunkowania i kierunki rozwoju agroturystyki na Kielecczyźnie*, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce.
- Przezbórska L., 2005, *Przemiany gospodarstw agroturystycznych Wielkopolski w latach 1990-2003*, Roczniki Naukowe SERIA, 7, 1, Warszawa-Poznań.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1979, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Wojciechowska J., 2009, *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

[Wpłynęło: grudzień 2013; poprawiono: luty 2014 r.]

MARIA BEDNAREK-SZCZEPAŃSKA, JERZY BAŃSKI

LOCATIONAL DETERMINANTS OF AGRITOURISM OFFER IN POLAND

The subject of this study is an analysis of the diversity of Polish agritourist households as regards their locations in areas of different landscape qualities. The research objective is to elucidate the issue of whether the location affects the characteristics of agritourist households. For the purposes of the study, the research area was divided into four categories of distinct landscape and environmental features: lake districts, lowlands, highlands and mountains. The database for the analyses conducted in the study reported was constituted by the statistical materials of the Polish Central Statistical Office (GUS), and the results of questionnaire-based surveys carried out with the owners of agritourist farms in Poland in the year 2012; for the detailed analyses, 60 agritourist farms were selected from each of the four landscape categories.

The analyses performed indicate that locations within areas featuring different types of landscape differentiate certain aspects of activity on agritourist farms. The

facilities, located in the mountains and in the lake districts, that is – within the regions most attractive from the tourism point of view, have been functioning for a somewhat longer period than those in the lowlands and uplands. The number of visitors staying overnight on average in a year on agritourist farms was highest in the lowlands, and lowest in the mountains, this fact being the effect of a number of factors commented upon in the paper. The structure as regards the origins of visitors in the investigated facilities was determined primarily by distance from centres of emission of tourist traffic, but also by the demographic potential of these agglomerations, as well as the attractiveness for tourism of reception areas. The agritourist farms in the lowlands and in the lake districts were dominated by visitors from Warsaw, while in the uplands the largest share was taken by guests from Cracow, while mountains were visited in equal proportions by guests from all the directions considered.

No regional specificity of the agritourist product was identified, although definite spatial differentiation can be indicated in terms of the appearance of certain elements of the offer. In general terms, the offer on farms is very poor. The majority of the facilities make available to visitors only single kinds of equipment, services or attractions, irrespective of the location. It is also hard to point to clear spatial interdependences as regards promotional activities undertaken by the service providers, although it is worth emphasising that those who operate in the mountains and the lake districts are more inclined than their counterparts elsewhere to use the web to promote their service.

The search for the spatial conditioning of agri-tourist activity is worth pursuing in further studies. This paper presents just a single aspect of this problem area. An interesting issue for investigation would seek to recognise whether distance between an agro-tourist facility and such local objects as, for instance, a lake, forest, National Park or important historical monument constitutes a factor differentiating the characteristics of the agro-tourist farms. It is also possible to inquire into the potential influence of distance from centres of emission of tourist traffic on the nature of the agri-tourist offer.