



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Agnieszka Maciąg

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

WYBORY I PREFERENCJE KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG AGROTURYSTYCZNYCH

CHOICES AND CONSUMER PREFERENCES IN MARKET SERVICES AT THE AGROTOURISM MARKET

Słowa kluczowe: agroturystyka, preferencje, konsumenci, obiekty wypoczynkowe

Key words: agrotourism, preferences, consumers and recreational buildings

Abstrakt. Przedstawiono wyniki badań dotyczące wyborów i preferencji konsumentów usług agroturystycznych. Scharakteryzowano sylwetkę respondentów korzystających z turystyki wiejskiej w perspektywie liczby wyjazdów wypoczynkowych, długości ich trwania, preferowanych kierunków wyjazdów oraz wydatków na agroturystykę. Zestawiono wybory i preferencje respondentów w odniesieniu do usług oferowanych przez inne obiekty hotelowe. Ocenie badanych poddano obecną aktywność turystyczną konsumentów i przyczyny jej braku. Wyniki badań wskazały, iż z usług gospodarstw agroturystycznych korzystają osoby w różnym wieku, z wyższym wykształceniem, zarówno rodziny, jak i konsumenci niemający zobowiązań rodzinnych. Agroturystyka zajęła najwyższe miejsce w preferencjach badanych na tle innych form wypoczynku i spędzania wolnego czasu. 50% badanych osób najczęściej preferujących wyjazdy agroturystyczne uznała, iż wypoczynek na terenach wiejskich w największym stopniu pozwoliłby im się w pełni zrelaksować.

Wstęp

Atrakcyjność agroturystyki jako jednej z form wypoczynku w ostatnich latach stale wzrasta. „Turystyka agrarna to przede wszystkim wspaniały sposób na regenerację sił psychicznych i fizycznych oraz odpoczynek od codziennego życia w pośpiechu” [Muszkieta 2009, s. 146]. „Produkt agroturystyczny to pakiet materialnych i niematerialnych składników, który można zaoferować potencjalnym nabywcom do konsumpcji lub użytkowania – dobra materialne, rozmaite usługi, miejsca” [Cichowska 2012, s. 54]. Agroturystyka inaczej jest jednak rozumiana przez osoby korzystające z takiej formy wypoczynku, a inaczej przez osoby oferujące taki rodzaj usług. Dla osób uzyskujących przychody z tej odmiany turystyki to najczęściej działalność gospodarza o charakterze pozarolniczym lub uzupełnienie często nierentownej produkcji rolnej. Dla podróżujących to przede wszystkim możliwość poznania walorów turystycznych danego regionu oraz dodatkowe atrakcje uwzględniające specyficzne wymogi określonych grup turystów.

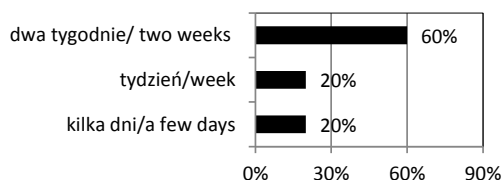
Obecnie oferty agroturystyczne skierowane są przede wszystkim do mieszkańców dużych miast, poszukujących kontaktu z naturą, ekologiczną żywnością, produktami regionalnymi oraz odpoczynku przy zachowaniu aktywności ruchowej. Początkowa turystyka rolna koncentrowała się przede wszystkim na zapewnieniu wypoczynku w pokoju gościnnym z możliwością obserwowania i uczestniczenia w codziennym życiu wsi. Obecnie wiele gospodarstw agroturystycznych oferuje miejsca w wygodnych pensjonatach nastawionych wyłącznie na obsługę turystów. Agroturystyka koncentruje swoją ofertę głównie na turystach indywidualnych, rodzinach i niewielkich grupach znajomych. Na wzrost zainteresowania turystów agroturystyką wpływa jakość wypoczynku oraz środowisko przyrodnicze, dostępna infrastruktura komunikacyjna i techniczna. „Zakres oferowanych usług agroturystycznych zależy od przygotowania gospodarstwa, ale zmienia się w zależności od potrzeb turystów” [Wiatrak 1996, s. 34-45].

Material i metodyka badań

W badaniu podjęto próbę porównania aktualnych wyborów i preferencji osób wypoczywających i wybierających polskie gospodarstwa agroturystyczne. Badanie terenowe miało charakter pilotażowy i przeprowadzono je na próbie 100 respondentów na przełomie maja i czerwca 2015 roku w trakcie wiosennych pikników i festynów organizowanych na terenie miasta Warszawy. Wykorzystano autorski kwestionariusz ankiety. Badanie ankietowe zostało pogłębione wywiadem z respondentami i miało na celu doprecyzowanie i wyjaśnienie wyborów.

Wyniki badań

W grupie respondentów uczestniczących w badaniu 58% stanowiły kobiety, a 31% mężczyźni (pozostałe osoby nie zaznaczyły w ankiecie płci, jednak odpowiedziały na pozostałe pytania). W przypadku turystyki rolnej czas pobytu był dłuższy w porównaniu z innymi formami wypoczynku. 60% turystów zadeklarowało, iż przeznacza na agroturystykę przynajmniej dwa tygodnie (rys. 1). Osoby korzystające z usług ośrodków agroturystycznych przeznaczały na ten cel średnio od 1000 do 2000 zł na osobę w skali roku (60%). Respondenci nie byli zróżnicowani pod względem wykształcenia. Na wyjazdy agroturystyczne decydowały się wyłącznie osoby ze średnim (43%) oraz pomaturalnym wykształceniem (43%). W badaniu uwzględniono trzy grupy wiekowe: 18-42, 43-63, 64 lata i więcej. Agroturystykę wybierały zazwyczaj osoby w wieku średnim (43-63 lata) – 20% oraz osoby młode (13%), stanu wolnego (58%). Starsi konsumenci stanowili jedynie nieliczną grupę (9%).



Rysunek 1. Długość wyjazdów badanych korzystających z usług ośrodków agroturystycznych

Figure 1. Length of stay in farm tourist

Źródło: badanie własne.

Source: own study

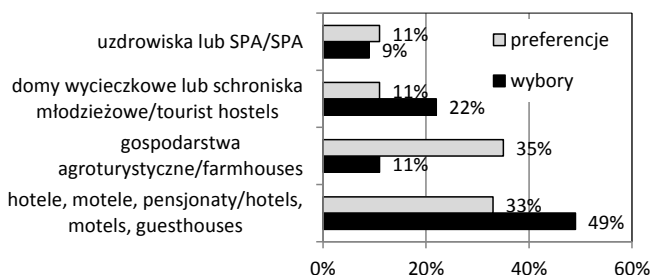
Kolejnym elementem badania było ustalenie zgodności oraz różnic pomiędzy wyborami a preferencjami konsumentów w zakresie wyjazdów wypoczynkowych ze szczególnym uwzględnieniem turystyki agrarnej. Paradoksalnie, osoby, które najczęściej korzystały z usług pensjonatów i hoteli, mając do wyboru różnorodne oferty wypoczynkowe, preferowały wyjazdy agroturystyczne. Agroturystyka zajęła najwyższe miejsce w preferencjach badanych na tle innych form wypoczynku i spędzania wolnego czasu (rys. 2). Najczęściej tę formę wskazywały kobiety, zarówno osoby młode jak i starsze, stanu wolnego, z wyższym wykształceniem, co oznacza, iż konsumenci w coraz większym stopniu zaczynają dostrzegać walory i zalety turystyki wiejskiej. Według Kurtyki [2003] agroturystyka cieszy się największym zainteresowaniem wśród osób ze średnim lub wyższym wykształceniem, a najczęstszymi odbiorcami usług są rodziny z małymi dziećmi oraz emeryci, których nie stać na inny wypoczynek. Wyniki badań pilotażowych pokazują, iż agroturystyka nie jest już jedynie alternatywą dla osób z niewielkim budżetem, ale staje się jednym z głównych form wypoczynku, konkurując jednocześnie z hotelami, motelami i pensjonatami.

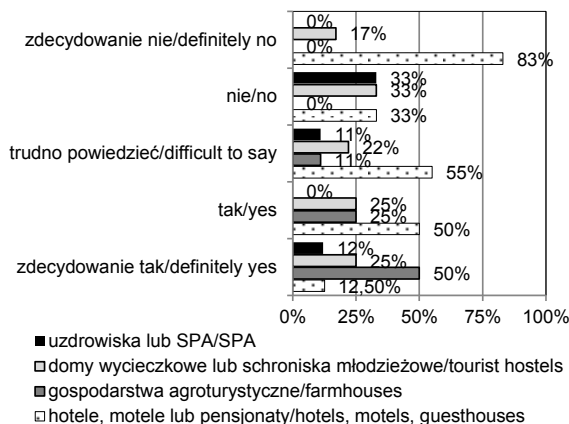
Rysunek 2. Wybory i preferencje badanych w zakresie wyjazdów wypoczynkowych

Figure 2. Choices and preferences of respondents in the field of vacation trips

Źródło: badanie własne

Source: own study





Rysunek 3. Ocena dotychczasowej aktywności turystycznej w grupie osób wybierających pobyt w poszczególnych obiektach wycieczkowych

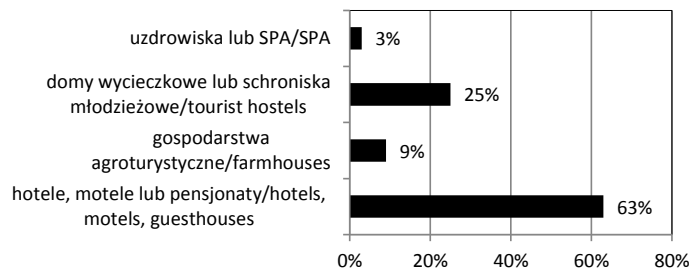
Figure 3. Evaluation the current tourist activity in a group of people choosing residence in the various holiday accommodations

Źródło: badanie własne

Source: own study

(31%). Marginalne znaczenie w rekreacji miały problemy zdrowotne respondentów (4%) oraz samotność (2%). Dla 6% uczestniczących w badaniu barierą okazał się brak wolnego czasu. Respondenci spędzający wolny czas w gospodarstwach turystycznych rezerwowali pobyty najczęściej dwutygodniowe (60%). Wskazywali, iż długość pobytu w gospodarstwach agroturystycznych uwarunkowany jest zarówno niższą ceną, jak i dużym zróżnicowaniem usług, a także atrakcji oferowanych przez ośrodki. Należy zauważyć, iż Polska jest krajem bardzo zróżnicowanym pod względem liczby i ofert gospodarstw agroturystycznych. Powodami nierównomiernego rozwoju agroturystyki w różnych regionach Polski są m.in.: duże zróżnicowanie przyrodnicze kraju, nierównomierność ekonomiczna regionów, przeszłość historyczna, położenie geograficzne, tradycje wycieczkowe [Sokół 2012]. Jak wynika z przeprowadzonych badań konsumenci chętniej decydowali się na skorzystanie z ofert gospodarstw agroturystycznych oferujących zróżnicowane atrakcje.

Jednym z czynników determinujących korzystanie przez turystów z usług gospodarstw agroturystycznych jest zagwarantowanie pełnego wyżywienia podczas wycieczki. Respondenci wskazali, iż w przypadku spędzania wczasów w hotelach i pensjonatach najczęściej korzystają z dodatkowych usług gastronomicznych, co wiąże się z dodatkowymi kosztami (63%). W przypadku wycieczki zorganizowanej na terenie gospodarstwa tylko 9% ankietowanych wskazywało na konieczność skorzystania z gastronomii poza agroturystyką (rys. 4).



Rysunek 4. Respondenci korzystający z dodatkowych usług gastronomicznych w poszczególnych obiektach wycieczkowych

Figure 4. People benefiting from the additional food services

Źródło: badanie własne

Source: own study

Innym elementem oceny było sprawdzenie czy obecna ilość wycieczki dla respondentów jest wystarczająca (rys. 3). W ocenie zastosowano pięciostopniową skalę Likerta (zdecydowanie tak ... zdecydowanie nie). 50% osób najczęściej preferujących wyjazdy agroturystyczne uznała, iż wycieczkę na terenach wiejskich w największym stopniu pozwoliby im się w pełni zrelaksować. W grupie osób aktywnie korzystających z usług gospodarstw agroturystycznych nie było respondentów, dla których ta forma spędzania urlopu okazałaby się niewystarczająca. Wśród badanych zdecydowanie nieusatisfakcjonowanych ze swojej dotychczasowej aktywności wycieczkowej 83% stanowiły osoby spędzające wakacje najczęściej w hotelach i pensjonatach.

W grupie wszystkich badanych, korzystających z różnych form wycieczki przyczyną niewystarczającej aktywności turystycznej był brak wolnego czasu (35%) oraz środków finansowych

Podsumowanie i wnioski

Pobyt i wypoczynek w gospodarstwach agroturystycznych jest obecnie wybierany i preferowany nie tylko przez osoby z małymi dziećmi, lecz również przez osoby dobrze zarabiające, wykształcone nieposiadające żadnych rodzinnych zobowiązań, co pokazuje, iż turyści w coraz większym stopniu doceniają walory turystyki wiejskiej. Badanie wyborów i preferencji konsumentów usług turystycznych wskazuje na duże zapotrzebowanie turystów pod kątem zróżnicowanej oferty w aspekcie niskich kosztów. Wyniki innych reprezentatywnych ogólnopolskich badań kwaterodawców turystyki wiejskiej wskazują, że najczęściej proponowane elementy oferty to: całodzienne wyżywienie (52%), pokój lub plac zabaw dla dzieci w gospodarstwie (40% obiektów), możliwość wypożyczenia rowerów (36%), boisko do uprawiania sportów (20%), uczestnictwo w pracach gospodarskich (17%), możliwość jazdy konnej (16%), organizacja imprez rozrywkowych (15%), kuligów lub przejazdów bryczką (14%), organizacji imprez świątecznych (13%) [Turystyka wiejska... 2012].

W ocenie konsumentów wyjazdy agroturystyczne nabierają coraz większego znaczenia bowiem standardem dorównują ośrodkom czasowym lub hotelom. Wpływa na to również zmiana charakteru samego gospodarstwa. Jak wynika z Raportu Agrotec Polska [Turystyka wiejska... 2012] tylko 17% kwaterodawców umożliwia turystom uczestnictwo w pracach gospodarskich, pozostali nie wiążą swoich usług z możliwością poznawania wsi [Turystyka wiejska... 2012]. Na szczególną uwagę w przeprowadzonym badaniu pilotażowym zasługują preferencje konsumentów. Konsumenty najczęściej korzystający z usług hoteli i pensjonatów w sytuacji możliwości indywidualnego wyboru preferowaliby pobyt w ośrodkach agroturystycznych, co wskazuje, iż turystyka wiejska daje większe szanse na pełny wypoczynek.

Przeprowadzone badania pilotażowe uzupełnione wywiadem przeprowadzonym wśród respondentów są wstępem do dalszych badań ukierunkowanych na zdefiniowanie przyczyn rezygnacji w ofert gospodarstw agroturystycznych w grupach badanych preferujących tego rodzaju aktywność fizyczną.

Literatura

- Cichowska J. 2012: *Rozwój produktu agroturystycznego w oparciu o jazdę konną*, Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich, nr 2/IV/2012, 53-63.
- Kurtyka I. 2003: *Segmenty odbiorców produktu agroturystycznego*, [w:] K. Łęczycki (red.), *Wybrane zasoby i produkty w gospodarstwie agroturystycznym*, Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce.
- Muszkiet R. 2009: *Spoleczne i ekonomiczne aspekty turystyki i rekreacji*, Wyd. Ośrodek Rekreacji, Sportu i Edukacji w Poznaniu, Poznań, 146.
- Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*. 2012: Raport Agrotec Polska, PAN, Warszawa, 75.
- Sokół J. 2012: *Działalność gospodarstw agroturystycznych na obszarze Narwiańskiego Parku Narodowego w ocenie turystów i ich nowe wyzwania*, *Ekonomy and Management*, 3/2012, 118-128.
- Wiatrak A. 1996: *Wpływ agroturystyki na zagospodarowanie terenów wiejskich*, *Zag. Dor. Rol.*, 34-46.

Summary

The paper presents the results of research on consumer preferences and choices of tourism services. Research results indicated that the services of agro tourism farms used by people of different ages with higher education, both families and consumers who do not have family responsibilities. Agro tourism took the highest place in the preferences of the respondents in comparison to other forms of recreation and spending free time. 50% of people mostly prefer the agro tourism trips to find that break on the rural areas to the greatest extent would allow them to fully relax.

Adres do korespondencji
dr Agnieszka Maciąg
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
ul. Nowoursynowska 159c, 02-776 Warszawa
e-mail: agnieszka_maciag@sggw.pl