



Stan i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim

2020



fol. Foto Ferma



UNIA EUROPEJSKA



Podlaskie



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„EUROPEJSKI FUNDUSZ ROLNY NA RZECZ ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH: EUROPA INWESTUJĄCA W OBSZARY WIEJSKIE”. INSTYTUCJA ZARZĄDZAJĄCA PROGRAMEM ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH NA LATA 2014-2020 – MINISTER ROLNICTWA I ROZWOJU WSI. INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA TREŚĆ: PODLASKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA. OPERACJA WSPÓŁFINANSOWANA ZE ŚRODKÓW UNII W RAMACH SCHEMATU II POMOCY TECHNICZNEJ „KRAJOWA SIĘĆ OBSZARÓW WIEJSKICH” PROGRAMU ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH NA LATA 2014-2020.

INFORMACJE O MOŻLIWOŚCI ZAREJESTROWANIA SIĘ JAKO
PARTNER KSOW:
[HTTP://KSOW.PL](http://ksow.pl)



Podlaska Regionalna
Organizacja Turystyczna

Raport przedstawia stan obecny oraz perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim.

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej w ramach realizacji zadania pt. „Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego” współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020.

Zespół badawczy w składzie

dr inż. Romuald Ziółkowski – koordynator badań
dr Marta Jarocka
dr inż. Halina Kiryluk
dr Anna Busłowska
mgr Aneta Tomkiel

Opracowanie raportu

dr inż. Romuald Ziółkowski

Spis treści	
Opis metodologii badania	4
<i>Cel i zakres opracowania</i>	4
<i>Terminologia</i>	4
<i>Metody i narzędzia badawcze.....</i>	6
<i>Etapy pracy.....</i>	7
Uwarunkowania rozwoju agroturystyki	8
<i>Czynniki zewnętrzne.....</i>	8
<i>Czynniki wewnętrzne</i>	10
<i>Analiza SWOT rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim.....</i>	12
Opis wyników badań	15
<i>Przestrzenne rozmieszczenie obiektów agroturystycznych</i>	15
<i>Charakterystyka grupy badawczej</i>	17
<i>Dostępność walorów naturalnych</i>	22
<i>Standard obiektów</i>	24
<i>Usługi żywieniowe</i>	28
<i>Usługi i atrakcje agroturystyczne.....</i>	30
<i>Charakterystyka turystów wypoczywających w obiektach agroturystycznych w województwie podlaskim</i>	33
<i>Podejmowane działania promocyjne i plany rozwoju</i>	39
Podsumowanie	41
<i>Wnioski końcowe</i>	42
<i>Rekomendacje.....</i>	44
Spisy.....	48
<i>Spis literatury</i>	48
<i>Spis tabel</i>	49
<i>Spis wykresów.....</i>	49
Załączniki	51

Opis metodologii badania

Cel i zakres opracowania

Głównym celem opracowania było określenia stanu aktualnego i możliwości rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim. Szczegółowe cele obejmowały:

- charakterystykę stanu ilościowego i jakościowego agroturystyki,
- analizę rozmieszczenia obiektów agroturystycznych,
- charakterystykę turystów korzystających z obiektów agroturystycznych w województwie podlaskim,
- charakterystykę usług i atrakcji agroturystycznych,
- charakterystykę wyposażenia obiektów agroturystycznych,
- charakterystykę działań promocyjnych podejmowanych przez właścicieli obiektów agroturystycznych.

Zakres opracowania obejmował dokonanie inwentaryzacji obiektów agroturystycznych, przeprowadzenie badań ankietowych oraz sformułowanie wniosków i rekomendacji.

Terminologia

Agroturystyka od wielu lat cieszy się nieustannie rosnącym zainteresowaniem ze strony turystów. Poszukiwanie wypoczynku na terenach wiejskich, kojarzących się z ciszą i spokojem, z dala od zgiełku miasta i tłumy turystów, blisko terenów leśnych, z ułatwionym dostępem do zdrowej żywności to dla wielu turystów synonim agroturystyki. Jednak w literaturze występują liczne definicje agroturystyki.

Jedną z częściej cytowanych jest definicja przedstawiona przez M. Drzewieckiego, według którego agroturystyka jest formą wypoczynku na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, opartą na bazie noclegowej i najczęściej także żywieniowej gospodarstwa rolnego. Stanowi ona formę aktywności rekreacyjnej związanej z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem – przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym¹. W definicji podkreślono istotną cechę agroturystyki, jaką jest pobyt w obrębie gospodarstwa rolnego. Wskazano także na otoczenie przyrodnicze, które bardzo często jest najważniejszym celem wyjazdów turystycznych na wieś. Z kolei M. Dębniowska i M. Tkaczuk agroturystykę definiują wprost jako działalność turystyczną realizowaną w gospodarstwach rolnych². M. Sznajder i L. Przezbórska dodają, że obejmuje ona kategorie produktów i usług turystycznych związanych bezpośrednio z procesem produkcyjnym gospodarstwa³ kładąc nacisk na dodatkową korzyść ekonomiczną, poza wynajmem pokoi, jaką jest sprzedaż produktów rolnych. Wreszcie B. Meyer twierdzi, że agroturystyka to nie tylko forma rekreacji skierowana do turystów, ale również do wycieczkowiczów, którzy bez noclegu mogą korzystać z pewnych usług świadczonych przez gospodarstwo agroturystyczne⁴.

Agroturystykę od innych form turystyki różni⁵:

- przestrzeń – wieś zapewnia turystom: swobodę, nieskażone środowisko, czystą wodę, bliski kontakt z naturą, obcowanie z dziedzictwem kulturowym i historycznym;

¹ M. Drzewiecki, Podstawy agroturystyki, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2001.

² M. Dębniowska, M. Tkaczuk, Agroturystyka, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 1997.

³ M. Sznajder, L. Przezbórska, Agroturystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.

⁴ B. Meyer, Wybrane aspekty ruchu turystycznego, Fundacja Na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.

⁵ B. Mikuta, K. Żelazna, Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa 2004.

- istnienie gospodarstwa rolniczego i obowiązujący w nim rytm życia i pracy – gospodarstwo oferuje możliwość zakwaterowania i mieszkania wspólnie z rodziną, która je prowadzi, umożliwia kontakt ze zwierzętami i uczestnictwo w zajęciach gospodarskich, daje możliwość do korzystania ze świeżej żywności;
- swoiste życie na wsi – niepowtarzalny charakter tworzony przez zabytki, twórców ludowych, charakterystyczne uroczystości;
- wysokość kosztów pobytu – turyście mogą być oferowane różne formy upustów (pomoc w gospodarstwie rolnym i domowym w zamian za zmniejszenie opłat, samodzielne przygotowywanie posiłków, zakup tańszej żywności).

Jak zauważają M. Roman i A. Niedziółka, podstawową cechą agroturystyki jest bezpośredni kontakt turystów z produkcją rolniczą (roślinną i z hodowlą zwierzęcą). Gospodarstwo agroturystyczne jest wobec tego częścią gospodarstwa rolnego wraz z obiektem noclegowym, prowadzonym przez rolnika i jego rodzinę⁶. Oznacza to, że nie trzeba rejestrować działalności gospodarczej w formie gospodarstwa agroturystycznego. Prawo działalności gospodarczej stwierdza, że usługi agroturystyczne świadczone przez rolników nie są działalnością gospodarczą, traktowane są one najczęściej jako dodatkowe, pozarolnicze źródło dochodu rolnika⁷.

Rolnik, który chce wynajmować pokoje na terenie swojego gospodarstwa, miejsca do ustawienia namiotu, a także sprzedawać posiłki domowe lub świadczyć inne usługi związane z pobytem turystów nie ma obowiązku rejestrować tej działalności. Powinien on jedynie zgłosić działalność w urzędzie gminy, który włączy prowadzone przez niego gospodarstwo agroturystyczne do ewidencji. Zwolnienie z obowiązku rejestracji tego typu działalności przez rolnika jest obwarowane warunkiem, mianowicie gospodarstwo nie może mieć więcej niż 5 pokoi do wynajęcia. Jeżeli w ofercie znajdzie się od 6 pokoi wzwyż, traktowane to już będzie jako odrębna działalność gospodarcza i podlega wszelkim uregulowaniom prawnym, jakim podlega prowadzenie działalności gospodarczej.

Agroturystyka w rozumieniu podatkowym to małe, rodzinne przedsiębiorstwo świadczące usługi turystyczne dla niewielkiej liczby turystów, pozwalające w pełni wykorzystać posiadane zasoby i wytworzoną produkcję rolniczą i dzięki niemu uzyskujące dodatkowe dochody. W ustawach podatkowych nie stosuje się pojęcia agroturystyka tylko rolnik. Słowo agroturystyka używane jest marketingowo i w świadomości klientów i rolników odnosi się do usług turystycznych prowadzonych przez rolnika⁸.

Agroturystyka to nie tylko pokoje dla turystów, ale i wyżywienie oraz szeroka oferta różnych usług rekreacyjnych w obrębie samego gospodarstwa agroturystycznego, ale także na terenie wsi i gminy gdzie ono się znajduje. W związku z powyższym traktowanie agroturystyki jako terminu równoważnego dla gospodarstwa agroturystycznego, a tego z kolei jako synonimu dla gospodarstwa rolnego jest obecnie nieprawidłowe, gdyż zawęży to pojęcie. Należy wprowadzić dodatkowe nazewnictwo – kwatery agroturystyczne, jako obiekty mieszkalne i budynki gospodarcze (po adaptacji), zlokalizowane w bezpośrednim sąsiedztwie gospodarstw rolnych, które częściowo lub w całości wynajmowane są turystom na noclegi, a także świadczą dodatkowe usługi dla turystów i są własnością osób, które nie prowadzą czynnej działalności rolnej.

Zastosowanie takiego podejścia wynika także z innych przesłanek, o charakterze obiektywnym. Osoby na emeryturze, które już nie prowadzą działalności rolniczej nie rezygnują jednak z kontynuowania działalności turystycznej. W takiej sytuacji zmienia się tylko status prawny i zachodzi

⁶ M. Roman, A. Niedziółka, Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017.

⁷ www.mojaforma.infor.pl (data wejścia 7.09.2020 r.).

⁸ www.pftw.pl (data wejścia 7.09.2020 r.).

konieczność zarejestrowania działalności, natomiast sam charakter świadczenia usług nie ulega zmianie. Zdarzają się również sytuacje, gdy działalność turystyczna wymaga rozdzielania obowiązków pomiędzy właścicielami gospodarstwa rolnego tak, że jedna część rodziny zajmuje się tylko obsługą turystów (i rejestrują działalność gospodarczą), a druga część zajmuje się prowadzeniem gospodarstwa rolnego, które stanowi nadal miejsce wypoczynku turystów.

Podobnie zauważa M. Hełdak⁹, która stwierdza, że w ofercie turystycznej znajduje się wiele ośrodków reklamujących się jako gospodarstwa agroturystyczne, mimo że powierzchnia ich gospodarstwa jest niższa od 1 hektara. Trudno jednak wykluczyć je z organizacji zrzeszających gospodarstwa agroturystyczne, jeżeli ich oferta nie ogranicza się do zapewnienia przyjezdnym noclegu i wyżywienia, ale polega także na organizowaniu wypoczynku i stwarzaniu możliwości korzystania z różnych atrakcji i dobrodziejstw wsi.

Z uwagi na powyższe w badaniu zastosowano rozszerzone podejście do agroturystyki. Pozostając w zgodzie z definicją tego pojęcia do obiektów agroturystycznych zdecydowano zaliczać zarówno gospodarstwa agroturystyczne, jak i kwatery agroturystyczne, traktując je na równi jako działalność agroturystyczną. W związku z powyższym używając określenia kwaterodawca lub kwaterodawca agroturystyczny za każdym razem miano na uwadze właścicieli obiektów agroturystycznych, czyli łącznie gospodarstwa agroturystyczne (czynne gospodarstwa rolne) i kwatery agroturystyczne (usługodawcy nieposiadający czynnych gospodarstw rolnych).

Metody i narzędzia badawcze

W badaniu wykorzystano zestaw metod i technik badawczych wzajemnie się uzupełniających i pozwalających zastosować triangulację metodologiczną. Wykorzystano zróżnicowane źródła informacji i różnych informatorów (triangulacja danych) oraz różne metody i techniki badawcze (triangulacja metod badawczych).

Analiza danych zastanych

Początkowa część badania została przeprowadzona techniką desk research, której podstawą jest analiza materiałów zastanych. Główną cechą badania desk research jest to, iż polega ono na wyszukiwaniu, zbieraniu oraz analizie materiałów już istniejących i dostępnych. Faza ta obejmowała przegląd literatury, stron internetowych, baz danych stowarzyszeń agroturystycznych i innych organizacji zajmujących się agroturystyką.

Badanie kwestionariuszowe (CAPI, CAWI i CATI)

Przed rozpoczęciem tej fazy badań dokonana została inwentaryzacja kwater i gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego. W przeprowadzonym badaniu kwestionariuszowym wykorzystano trzy techniki badawcze: CAPI, CAWI i CATI.

CAPI (ang. Computer Assisted Personal Interview) to technika stosowana przy realizacji badań ilościowych, polegająca na przeprowadzaniu bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych z wykorzystaniem komputera.

CAWI (ang. Computer Assisted Web Interview) zakłada prowadzenie badań z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety udostępnianym drogą elektroniczną. Respondent zarówno otrzymuje, jak i wypełnia dostarczoną mu ankietę w tym samym kanale – online.

CATI (ang. Computer Assisted Telephone Interviewing) to technika polegająca na przeprowadzaniu wywiadów telefonicznych realizowanych przy wsparciu programu komputerowego.

⁹ M. Hełdak, Identyfikacja i ocena uwarunkowań rozwoju agroturystyki na Dolnym Śląsku, Acta Scientiarum Polonorum. Administratio Locorum 1/1/2, 33-65, 2002, dostęp elektroniczny <http://bazhum.muzhp.pl>

Analiza SWOT

Jest to technika służąca do porządkowania i analizy informacji. Stosuje się ją do analizy wewnętrznej i zewnętrznej otoczenia organizacji. W raporcie została wykorzystana do uporządkowanego przedstawienia silnych stron i szans rozwoju agroturystyki przy jednoczesnym wskazaniu słabych stron i zagrożeń wymagających eliminowania. Do jej opracowania posłużyły wyniki przeprowadzonych badań oraz wiedza ekspercka zespołu badawczego w zakresie uwarunkowań rozwoju agroturystyki.

Etapy pracy

Prace zespołu badawczego obejmowały pięć etapów:

1. Analizę desk research.
2. Przygotowanie kwestionariusza ankiety.
3. Przeprowadzenie badań pilotażowych (technika CAPI).
4. Przeprowadzenie badań ankietowych (technika CAWI).
5. Przygotowanie raportu.

Pierwszy etap prac dotyczył inwentaryzacji obiektów agroturystycznych oraz miał na celu przygotowanie bazy teleadresowej do przeprowadzenia badania ankietowego wśród podmiotów świadczących usługi agroturystyczne. W tym celu dokonano przeglądu elektronicznych baz danych opracowanych przez stowarzyszenia i organizacje zajmujące się wspieraniem rozwoju agroturystyki. W pierwszej kolejności wykorzystano internetowe bazy danych stowarzyszeń agroturystycznych działających na terenie województwa podlaskiego. Wykorzystano dane zgromadzone przez Podlaski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Szepietowie, dokonano przeglądu stron internetowych lokalnych grup działania z terenu województwa podlaskiego oraz lokalnych organizacji turystycznych. Wykorzystano informacje zamieszczone na stronach internetowych parków narodowych i krajobrazowych, a także urzędów gmin. Wykorzystano dane z bazy Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej oraz Polskiej Organizacji Turystycznej. Dokonano również przeglądu kilku popularnych portali rezerwacyjnych (m.in.: boookng.com, airbnb.pl, metor-turystyka.pl, noclegi.pl). Rozesłano również zapytania do wszystkich urzędów gmin w województwie podlaskim z prośbą o przesłanie aktualnego wykazu gospodarstw agroturystycznych z terenu gminy. W ten sposób uzyskano informację zwrotną z 30 gmin.

W celu identyfikacji gospodarstw agroturystycznych nawiązano również współpracę z LOT Region Puszczy Białowieskiej, Augustowską Organizacją Turystyczną oraz Gminnym Ośrodkiem Kultury Sportu i Turystyki w Korycinie.

Drugi etap prac dotyczył przygotowania kwestionariusza ankiety. Przebiegał równoległe do etapu inwentaryzacyjnego. Prace nad kwestionariuszem ankiety były na bieżąco konsultowane z Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną oraz sekretariatem Regionalnym Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w województwie podlaskim. Ponadto zwrócono się do LOT Region Puszczy Białowieskiej, Augustowskiej Organizacji Turystycznej oraz Gminnego Ośrodka Kultury Sportu i Turystyki w Korycinie o uwagi do kwestionariusza.

Kolejnym etapem pracy nad kwestionariuszem ankiety było przeprowadzenie badań pilotażowych. W tym celu, przy współpracy z LOT Region Puszczy Białowieskiej, zorganizowano kilka spotkań z osobami prowadzącymi kwatery i gospodarstwa agroturystyczne w celu określenia poprawności i właściwego rozumienia pytań zawartych w kwestionariuszu. Spotkania te miały na celu nie tylko zidentyfikowanie nieprawidłowości, ale również nastawione były na uwagi dotyczące zwiększenia bądź zmniejszenia liczby pytań, czytelności odpowiedzi oraz ewentualne sugestie poruszenia innych ważnych dla kwaterodawców

kwestii związanych z prowadzeniem usług agroturystycznych. Był to również moment testowania, w jaki sposób radzą sobie przyszli respondenci z wypełnianiem wersji elektronicznej ankiety.

Badania ankietowe (czwarty etap) rozpoczęto dnia 30.06.2020r., a zakończono 27.08.2020r. (data wpłynięcia ostatniej ankiety). Prowadzone one były techniką CAWI zakładającą prowadzenie badań z wykorzystaniem kwestionariuszy ankiet udostępnianego drogą elektroniczną. Do wszystkich gospodarstw agroturystycznych została wysłana wiadomość mailowa z linkiem do ankiety. W przypadku obiektów, które nie posiadały adresu poczty elektronicznej, zostały wykonane połączenia telefoniczne i przeprowadzone rozmowy informujące o badaniach i sposobie przystąpienia do nich. W wielu przypadkach ankieta została wypełniona telefonicznie. Przez cały czas prowadzenia badania, kwestionariusz ankiety był dostępny na stronie internetowej Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

W ostatnim tygodniu lipca 2020r., do kwaterodawców, którzy nie wypełnili ankiety, wysłano ponowne wiadomości przypominające o możliwości przystąpienia do badania. Ponadto w okresie 6-13 sierpnia 2020r. wysłano do kwaterodawców wiadomość sms-ową z linkiem do elektronicznej wersji ankiety.

Ostatni etap prac dotyczył opracowanie wyników przeprowadzonych badań i sporządzenia raportu końcowego analizującego stan i perspektywy agroturystyki w województwie podlaskim.

Uwarunkowania rozwoju agroturystyki

Czynniki zewnętrzne

Do czynników zewnętrznych determinujących rozwój agroturystyki należy szeroko rozumiane otoczenie, w jakim funkcjonuje obiekt agroturystyczny. Tworzy je środowisko naturalne oraz otoczenie ekonomiczne, społeczno-demograficzne, instytucjonalno-prawne i technologiczne¹⁰.

Uwarunkowania zewnętrzne (szanse i zagrożenia) są kształtowane przez trendy rozwojowe, zjawiska przełomowe o charakterze społeczno-gospodarczym, procesy w decydujący sposób wpływające na ekonomikę, popyt na usługi czy uwarunkowania prawne. Według M. Hełdak spośród uwarunkowań zewnętrznych największy wpływ na rozwój agroturystyki należy przypisać polityce społeczno-gospodarczej kraju¹¹. Grupa tych uwarunkowań jest nazywana uwarunkowaniami makroekonomicznymi i obejmuje: sytuację gospodarczą kraju, działalność administracji rządowej w zakresie ochrony środowiska, uregulowania prawne, dostępność kredytów, system podatkowy i dotacje.

Według M. Sznajdera i L. Przezbórskiej największy wpływ na rozwój agroturystyki mają¹²:

- niskie dochody gospodarstw rolnych;
- urbanizacja;
- redystrybucja dochodów ludności miejskiej do gospodarstw agroturystycznych i w konsekwencji na całą ludność wiejską;
- stan infrastruktury wiejskiej i wiążący się z tym poziom jej urbanizacji;
- polityka lokalnych władz samorządowych.

Z kolei B. Sawicki do determinantów rozwoju usług turystycznych na wsi zalicza¹³:

¹⁰ G. A. Ciepiela, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce, [w:] Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego, Studia i Prace, nr 1(25), Szkoła Główna Handlowa 2016.

¹¹ M. Hełdak, Identyfikacja i ocena uwarunkowań rozwoju agroturystyki na Dolnym Śląsku, ... op.cit.

¹² M. Sznajder, L. Przezbórska, Agroturystyka, PWE, Warszawa 2006.

- rządowe programy rozwoju turystyki jako części składowej programów zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich;
- dotacje UE do turystycznych programów rozwoju wsi;
- bezrobocie wśród ludności zatrudnionej w rolnictwie;
- wolna powierzchnia mieszkań w domach wiejskich;
- chęć rolników do zrównoważenia dochodów w gospodarstwach rolnych;
- atrakcyjność bogactwa przyrodniczego obszarów wiejskich;
- interesujące dziedzictwo kulturowe polskiej wsi;
- możliwość sprzedaży bezpośredniej płodów rolnych, produktów przemysłu lokalnego i produkcji warsztatów rzemieślniczych dla turystów;
- wsparcie ze strony samorządów lokalnych (gminy);
- promocja regionalnych i lokalnych produktów turystycznych.

Według M. Jalinika do najważniejszych czynników społeczno-ekonomicznych, które decydują o przydatności obszaru do rozwijania agroturystyki zalicza się¹⁴:

- wysokość środków finansowych przeznaczonych na ten cel przez władze lokalne;
- rozwój przemysłu, usług i handlu;
- zasobność regionu w bogactwa naturalne;
- występujące zabytki kultury i sztuki;
- zamożność społeczeństwa;
- napływ kapitału z innych państw;
- ceny oferowanych usług i produktów.

Ważnym czynnikiem sprzyjającym rozwojowi agroturystyki jest możliwość skorzystania z przywilejów, polegających na wyłączeniu usług turystycznych w gospodarstwach rolnych z obowiązku rejestrowania działalności agroturystycznej jako działalności gospodarczej oraz zwolnieniu z podatku dochodowego od osób fizycznych. Rolnik, który chce wynajmować pokoje na terenie swojego gospodarstwa czy miejsca do ustawienia namiotu, a także sprzedawać posiłki domowe lub świadczyć inne usługi związane z pobytem turystów, musi jedynie zgłosić ten fakt w urzędzie gminy, który zarejestruje prowadzone przez niego gospodarstwo agroturystyczne w ewidencji innych obiektów świadczących usługi hotelarskie¹⁵.

Niekwestionowanym przez nikogo, a jednocześnie najbardziej obiektywnym czynnikiem rozwoju agroturystyki jest atrakcyjność środowiska przyrodniczego. Wobec postępujących procesów urbanizacji, z jej wszystkimi ujemnymi skutkami, dla znacznej grupy turystów atrakcyjny staje się obszar będący strefą ciszy od miejskiego ggiełku, charakteryzujący się czystym powietrzem i swobodnym dostępem do obszarów leśnych i wodnych. Wśród czynników przyrodniczych determinujących rozwój agroturystyki wymienić należy¹⁶:

- klimat;
- ukształtowanie terenu;
- występowanie wód powierzchniowych;
- pokrycie obszaru szatą roślinną.

¹³ B. Sawicki, Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich, Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 2007.

¹⁴ M. Jalinik, Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.

¹⁵ G. A. Ciepiela, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce..., op.cit.

¹⁶ M. Jalinik, Agroturystyka..., op.cit.

Środowisko przyrodnicze jest jednym z głównych atrybutów agroturystyki. Także M. Woźniak i T. Cebulak wskazują, że agroturyści poszukują ciszy, spokoju, czystej wody, pięknych krajobrazów i aktywnego odpoczynku na łonie natury¹⁷.

Czynniki wewnętrzne

Czynniki wewnętrzne, determinujące rozwój agroturystyki, związane bezpośrednio lub pośrednio z gospodarstwem tworzą mikrootoczenie w którym działają konkurenci, dostawcy, pośrednicy, nabywcy i różne grupy interesu. Suma tych czynników powinna składać się na tworzenie i rozwój produktu agroturystycznego, na którego budowę mają istotny wpływ takie czynniki jak¹⁸:

- naturalne walory i zasoby danego środowiska, które determinują sposób życia społeczności lokalnych i decydują o swoistej odmienności każdej wsi;
- materialne zasoby kultury, w tym formy szczególnie interesujące;
- duchowe dziedzictwo kultury, czyli szeroko rozumiana tradycja oraz w różnych formach utrwalona i kultywowana kultura danego regionu.

Z punktu widzenia właściciela obiektu agroturystycznego najważniejszy jest nocleg, a mniej oferowane wyżywienie (głównie ze względu na wymogi sanitarne) oraz urządzenia rekreacyjne w obiekcie. Z punktu widzenia turystów jest to zbyt mały wachlarz propozycji. Oczywiście interesuje ich jakość świadczenia usług noclegowych i żywieniowych wraz z zindywidualizowanym podejściem kwaterodawcy do klienta, ale oprócz tych podstawowych usług bardzo ważne są walory turystyczne miejscowości i okolic, bezpieczeństwo, życzliwość mieszkańców, informacja o regionie, miejscowości i dostępności usług kulturalnych (kino, teatr, muzeum itp.), transport, możliwość skorzystania z usług rekreacyjnych poza obiektem i podstawowa infrastruktura wypoczynkowa (wypożyczalnia, usługi przewodnickie, itp.)¹⁹. Biorąc powyższe pod uwagę można stwierdzić, że o powodzeniu w agroturystyce decyduje produkt agroturystyczny.

Tworzenie produktu jest procesem złożonym, odnoszącym się przede wszystkim do kształtowania oferty, czyli wyboru najważniejszych elementów produktu i ciągłego dostosowywania oferty do zmieniających się preferencji gości. Istotnym atrybutem użytecznym w budowaniu produktów turystycznych o wyraźnej tożsamości jest autentyczność, która jest trudna do skopiowania²⁰. To z kolei jest związane z marką produktu agroturystycznego, stając się swoistym wyróżnikiem. Nadal aktualna pozostaje koncepcja A.P. Wiatraka, według którego w agroturystyce można byłoby wykorzystać trzy typy wizerunków marki²¹:

- markę symboliczną - określającą pewien styl życia, taki jak dbałość o fizyczną sprawność, ochronę środowiska, poznawanie historii, kultury, folkloru;
- markę rytualną - pozwalającą wykorzystać różnego rodzaju święta, uroczystości oraz obrzędy;
- markę dziedziczną - związaną z istotą agroturystyki i oparciem zaspokojenia potrzeb turysty na walorach wsi i jej dziedzictwa.

¹⁷ M. Woźniak, T. Cebulak, Otoczenie przyrodnicze elementem wyznaczającym wzajemne relacje między turystami a przestrzenią agroturystyczną, [w:] Marketing w agroturystyce, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie Akademii Podlaskiej w Siedlcach” nr 75, Siedlce 2006.

¹⁸ Zob. A. Kowalczyk, Kilka uwag o uwarunkowaniach agroturystyki. Agroturystyka jako dodatkowe źródło dochodu na wsi. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993.

¹⁹ I. Majewska i inni, Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, Warszawa 2015.

²⁰ Zob. W. Idziak, Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne, Wydawnictwo Alta Press, Koszalin 2008.

J. Majewski, Tożsamość turystyki wiejskiej – poziomy: ogólnokrajowy, regionalny, lokalny, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.

²¹ A. P. Wiatrak, Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998.

Usługodawca agroturystyczny, jeśli chce być konkurencyjny, musi ciągle myśleć o możliwości rozszerzenia atrakcji proponowanych gościom. W ramach prowadzonej działalności agroturystycznej istotne są decyzje dotyczące takich zagadnień jak²²:

- jakie produkty turystyczne wytwarzać, aby w pełni zadowolić turystów;
- czy następuje wzrost zainteresowania zdrowym odżywianiem;
- jakie walory smakowe potraw są szczególnie doceniane przez turystów;
- czy turyści poszukują lokalnych produktów (nie tylko żywnościowych);
- jaka jest możliwość dopasowania posiadanych zasobów do wymagań turystów (zajęcia edukacyjne, warsztaty tematyczne i inne);
- jak urządzić pokoje (rodzaj mebli i urządzeń, ale także ich estetyka i funkcjonalność).

Podstawą sukcesu działań marketingowych w zakresie produktu agroturystycznego jest oferowanie potencjalnym nabywcom produktu jak najbardziej zróżnicowanego i jak najwyższej jakości, która wyraża się stopniem, w jakim ten produkt spełnia wymagania i oczekiwania.

Według L. Strzembickiego²³ turyści, oceniając jakość produktu agroturystycznego, biorą pod uwagę także:

- lokalizację gospodarstwa agroturystycznego i warunki dojazdu;
- rzetelną, łatwo dostępną informację o produkcie (ofercie);
- urządzenia sprzyjające spędzaniu czasu wolnego przez gości, znajdujące się zarówno w obrębie gospodarstwa agroturystycznego, jak i poza nim;
- obiekty infrastruktury handlowej, usługowej i społecznej w osiedlu wiejskim;
- fachowość, kompetencje, uprzejmość, gościnność gospodarzy, ich dbałość o higienę oraz wygląd zewnętrzny;
- bezpieczeństwo w obiekcie agroturystycznym i na wsi;
- atrakcje środowiskowe w postaci naturalnych walorów przyrodniczych, kulturowych oraz możliwości poznania cyklu życia i pracy na wsi.

Zatem jakość produktu agroturystycznego dotyczy indywidualnych i subiektywnych wyobrażeń nabywcy o oferowanym produkcie. Klient ocenia ten produkt między innymi poprzez kompetencje obsługujących go osób, ich zachowania, odpowiedzialność i prezencję²⁴. Turyści oczekują także takich korzyści jak: satysfakcji z produktu, adekwatnej ceny, wygodnej i łatwej możliwości nabycia usługi oraz wiarygodnej i rzetelnej informacji o ofercie. Jeżeli standard produktu turystycznego spełni oczekiwania gości, to będzie on kształtował pozytywny wizerunek obiektu agroturystycznego i tym samym zwiększy się popyt na usługi świadczone w tym gospodarstwie.

Kreując produkt agroturystyczny, bardzo ważne jest wspólne zaangażowanie mieszkańców wsi i działania zespołowe²⁵. Zdaniem M. Koniusz²⁶ współdziałanie i współpraca kwaterodawców potrzebne są do stworzenia lepszego produktu turystycznego. Taki produkt można zbudować poprzez działanie na rzecz przedsięwzięć inwestycyjnych i wprowadzanie innowacji w działalność agroturystyczną. Można to

²² Por. K. Gralak, M. Kacprzak, Agroturystyka w rozwoju obszarów wiejskich w Polsce – stan obecny, problemy i perspektywy, Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja, 2(22), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa 2018.

K. Żelazna, Marketing mix i jego elementy w działalności turystycznej, [w:] Agroturystyka, red. U. Świetlikowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000.

M. Jalinik, Agroturystyka..., op.cit.

²³ L. Strzembicki, Marketing w agroturystyce, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995.

²⁴ G. A. Ciepela, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce..., op.cit.

²⁵ E. Lipianin-Zontek, L. Szewczyk, Z. Zontek, Współdziałanie mieszkańców w kreowaniu produktu turystycznego regionu - produkty obszarów wiejskich i agroturystyczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Ekonomiczne Problemy Turystyki (nr 8), Szczecin 2007.

²⁶ M. Koniusz, Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.

również osiągnąć poprzez rozwijanie pewnych części produktu, poprawę jego jakości, ustalenie i utrzymanie odpowiednio wysokich standardów czy też wprowadzenie ulepszeń w zakresie infrastruktury. Ważne jest również tworzenie ofert dla różnych grup turystów, czyli segmentacja rynku, wspólne organizowanie badań i analizowanie rynku agroturystycznego, organizowanie sprzedaży produktu turystycznego, uruchomienie systemu rezerwacji i sprzedaży, ujednoczenie cen. Tego typu działania mogą być prowadzone przez stowarzyszenia agroturystyczne.

Analiza SWOT rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim

Analiza SWOT stanowi jedną z najczęściej stosowanych metod analitycznych w procesie strategicznego zarządzania jednostkami terytorialnymi lub sektorami działalności i określenia możliwości sukcesu ich rozwoju²⁷. Analiza ta polega na zestawieniu mocnych oraz słabych stron zasobów, czyli potencjału (są to tzw. uwarunkowania wewnętrzne), a także określa szanse i zagrożenia dla rozwoju omawianego sektora w istniejącym otoczeniu (tzw. uwarunkowania zewnętrzne). Analizę można przeprowadzać w kontekście różnych perspektyw:

- w kontekście umiejscowienia czynników – czynniki wewnętrzne vs zewnętrzne, wówczas słabe i mocne strony traktuje się jako umiejscowione w analizowanym obiekcie zaś szanse i zagrożenia znajdują się poza nim;
- w kontekście czasu – słabe i mocne strony są analizowane jako czynniki aktualnie oddziałujące na analizowany obiekt zaś szanse i zagrożenia umiejscowione są w przyszłości;
- w kontekście umiejscowienia kontroli nad czynnikami – słabe i mocne strony traktowane są jako czynniki subiektywne, coś na co analizowany obiekt ma wpływ (są to czynniki wewnętrzne), zaś szanse i zagrożenia traktowane są jako czynniki obiektywne, kontrolowane pośrednio (są to czynniki zewnętrzne).

W analizie potencjału rozwoju sektora agroturystycznego w województwie podlaskim dokonanej metodą SWOT zidentyfikowano jego atuty oraz słabości, a także szanse i zagrożenia stwarzane przez jego otoczenie (tabela 1). Za czynniki wewnętrzne uznano wszelkie zasoby, działania oraz zjawiska związane bezpośrednio z obiektami agroturystycznymi występującymi na analizowanym obszarze. Kluczowe dla rozwoju agroturystyki na badanym obszarze czynniki wewnętrzne poddano ocenie pod kątem ich pozytywnego (mocne strony) bądź negatywnego (słabe strony) oddziaływania na rozwój agroturystyki. Do czynników tych zaliczyć należy przede wszystkim walory turystyczne (aktualnie istniejące oraz te, które potencjalnie mogłyby się nimi stać) oraz ich ocenę pod względem atrakcyjności w skali regionalnej czy krajowej, a także zagospodarowanie turystyczne, sytuację społeczno-ekonomiczną i kulturową oraz szereg czynników organizacyjnych (m.in. polityka turystyczna i zainteresowanie władz lokalnych na rzecz rozwoju agroturystyki, aktywne działania pod kątem rozwoju promocji turystycznej obszaru).

Za czynniki zewnętrzne, które z kolei są źródłem szans bądź zagrożeń rozwoju agroturystyki, uważa się natomiast zasoby, zjawiska i działania nieskładające się na potencjał turystyczny, lecz wynikające z otoczenia zewnętrznego. Uwarunkowania te w istotny sposób wpływają jednak na rozwój agroturystyki na badanym obszarze. Zaliczyć do nich należy czynniki ekonomiczne, polityczno-prawne, społeczne i kulturowe oraz otoczenie konkurencyjne.

²⁷ J. Siekierski, L. Poptawski, Usługi turystyczne jako nowa forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, nr 3(14), Tarnów 2009.

Tabela 1. Analiza SWOT potencjału sektora agroturystycznego w województwie podlaskim

Uwarunkowania wewnętrzne	
Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • położenie kwater agroturystycznych na terenach atrakcyjnych przyrodniczo, w bezpośrednim sąsiedztwie obszarów leśnych i wodnych; • świadomość tożsamości kulturowej i religijnej oraz chęć jej kultywowania i promowania; • atrakcyjność położenia dla ornitologów i przyrodników; • atrakcyjność położenia dla rowerzystów; • możliwość uczestnictwa w pracach polowych; • bogata oferta produktów rolnych i przetworów oferowanych turystom; • niewygórowane ceny za usługi agroturystyczne; • ciągle obecna „podlaska gościnność” kwaterodawców; • położenie przygraniczne; • szeroki wachlarz atrakcji i możliwości czynnego wypoczynku; • różnorodność urządzeń i sprzętu rekreacyjno-sportowego udostępnianego turystom; • różnorodność usług oferowanych turystom; • otwartość na rozszerzanie zakresu oferowanych usług; • przewaga obiektów całorocznych; • oferta noclegów w samodzielnych domach; • współpraca z innymi właścicielami obiektów agroturystycznych; • współpraca z przewodnikami turystycznymi; • umiejętność posługiwania się językiem obcym; • przewaga pobytów długookresowych; • duża aktywność w zakresie podejmowania działań promocyjnych; • umiejętność korzystania z nowoczesnych technologii komunikacyjnych; 	<ul style="list-style-type: none"> • niewystarczający udział kwaterodawców w szkoleniach z zakresu turystyki; • niekorzystna, zniechęcająca do rozwoju struktura wiekowa osób prowadzących działalność agroturystyczną; • niewystarczające umiejętności aplikowania po środki finansowe z funduszy krajowych i zagranicznych; • brak wystarczających własnych środków na inwestycje w rozwój agroturystyki; • nieprzystosowanie gospodarstw dla osób niepełnosprawnych; • niewielka część obiektów skategoryzowanych; • małe zaangażowanie w zakresie stowarzyszania się; • brak spersonalizowanych ofert agroturystycznych, pakietów pobytowych; • słaba współpraca z gminami, stowarzyszeniami, itp.; • mało pokoi z prywatną łazienką; • brak wyżywienia w ofercie agroturystycznej;
Uwarunkowania zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • wspieranie działalności agroturystycznej z krajowych i zagranicznych programów i funduszy publicznych; • utrzymujący się wzrost zainteresowania agroturystyką wywołany na przykład pandemią Covid-19; • współpraca ze stowarzyszeniami agroturystycznymi i organizacjami wspierającymi rozwój turystyki sprzyjająca lepszemu dostosowaniu oferty wypoczynku; • permanentne prowadzenie szeroko rozumianych badań popytu i podaży usług agroturystycznych; • wzrost liczby szkoleń dedykowanych sektorowi agroturystycznemu; • uproszczenie procedur w zakładaniu i prowadzeniu działalności agroturystycznej; • włączanie walorów gospodarstw rolnych w tworzenie produktu turystycznego; • rozwinięta sieć szlaków turystycznych; • rozwój bazy turystycznej; • powstawanie nowych organizacji lokalnych 	<ul style="list-style-type: none"> • rosnące wymagania turystów dotyczące organizacji wypoczynku; • degradacja środowiska przyrodniczego wynikająca z nadmiernego ruchu turystycznego; • słabo rozwinięta infrastruktura transportowa w kraju; • sezonowość ruchu turystycznego; • zbyt małe nakłady na promocję gmin; • ograniczenia wynikające z położenia na terenach chronionych; • niewystarczająca promocja; • słabo rozpowszechniona informacja o dziedzictwie kulturowym i religijnym regionu; • skomplikowana procedura związana z przygotowaniem wniosku o dotacje z funduszy strukturalnych; • migracja ludności wiejskiej do miast; • niedostateczne wsparcie finansowe gmin w zakresie rozwoju usług agroturystycznych, niewystarczająca

<p>wspierających działalność agroturystyczną;</p> <ul style="list-style-type: none"> • wielokulturowość, wielowyznaniowość i wieloetniczność zamieszkującej ludności; • atrakcyjne przyrodniczo tereny, idealne miejsce do aktywnego odpoczynku oraz na edukację ekologiczną; • rosnące zainteresowanie żywnością ekologiczną; • utrzymanie wyjątkowych walorów środowiska przyrodniczego (czyste powietrze, lasy); • rosnące zainteresowanie turystyką wiejską; • uproszczenie procedur w zakładaniu i prowadzeniu działalności agroturystycznej; • rozwój wiejskiej infrastruktury społecznej, ekonomicznej, technicznej oraz turystycznej; • rozbudowanie systemu promocji działalności agroturystycznej; • powstanie coraz większej liczby złożonych produktów turystyki wiejskiej i agroturystyki, np. w postaci różnorodnych szlaków turystycznych, wiosek tematycznych, oryginalnych, innowacyjnych i unikatowych, wykorzystujących potencjał regionalny; • zachowanie dziedzictwa kulturowego polskiej wsi, kultywowanie tradycji ludowych oraz zwyczajów regionalnych (m.in. organizacja festynów, targów, jarmarków okolicznościowych, festiwali ludowych itp.); • pojawienie się nowych trendów w turystyce wiejskiej i agroturystyce, związanych z turystyką zdrowotną, rehabilitacyjną, zielarstwem; • aktywizacja społeczności wsi i zahamowanie procesu jej wyludniania; • podnoszenie jakości poprzez wprowadzenie obowiązkowego systemu kategoryzacji obiektów; • prowadzenie systematycznych badań przez ośrodki naukowe w celu lepszego rozpoznania agroturystyki na rynku krajowym; 	<p>pomoc przy pozyskiwaniu środków z UE;</p> <ul style="list-style-type: none"> • bariera popytowa wywołana spadkiem dochodów gospodarstw domowych, wzrostem cen dóbr i usług; • wysokie oprocentowanie kredytów; • niesprawny system komunikacji pomiędzy gospodarstwami a instytucjami je wspomagającymi; • brak skoordynowanych działań instytucji i władz samorządowych w kwestii rozwoju agroturystyki; • nieumiejętne rozpoznanie rynku usług agroturystycznych;
--	---

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Opis wyników badań

Przestrzenne rozmieszczenie obiektów agroturystycznych

Podczas prowadzonych badań w województwie podlaskim zidentyfikowano i zweryfikowano prawie 800 podmiotów świadczących usługi agroturystyczne. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych nie jest równomierne. Najwięcej obiektów agroturystycznych, prawie co trzeci, znajduje się w powiecie hajnowskim (tabela 2). Kolejnymi powiatami wyróżniającymi się pod względem liczby kwater i gospodarstw agroturystycznych są powiat suwalski (ponad 12%) i białostocki (ponad 10%). Analizowanych podmiotów najmniej zaś jest w powiatach: wysokomazowieckim, zambrowskim i bielskim, w których łącznie znajduje się niecałe 2% wszystkich obiektów.

Tabela 2. Liczba kwater i gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim

Lp.	Nazwa powiatu	Liczba kwater i gospodarstw	% udział kwater
1.	Augustowski	76	9,7 %
2.	Białostocki	82	10,5 %
3.	Bielski	8	1,0 %
4.	Grajewski	19	2,4 %
5.	Hajnowski	244	31,3 %
6.	Kolneński	9	1,2 %
7.	Łomżyński	15	1,9 %
8.	Moniecki	75	9,6 %
9.	Sejneński	66	8,5 %
10.	Siemiatycki	36	4,6 %
11.	Sokólski	46	5,9 %
12.	Suwalski	96	12,3 %
13.	Wysokomazowiecki	4	0,5 %
14.	Zambrowski	5	0,6 %
	suma	781	100 %

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kompleksowa ocena atrakcyjności turystycznej, uwzględniająca walory wypoczynkowe, osobliwości przyrodnicze i kulturowe, zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjną, pozwala wyróżnić na obszarze województwa podlaskiego rejony turystyczne o znaczeniu międzynarodowym, krajowym i regionalnym²⁸. Poprzez analogię do tych rejonów zastosowano podział na rejony turystyczne, dostosowując go do podziału administracyjnego województwa podlaskiego. Wyróżniono rejon północny, południowy, centralny i zachodni. Analizując rozmieszczenie obiektów agroturystycznych pod względem rejonów turystycznych (a tym samym w odniesieniu do atrakcyjności turystycznej obszarów) należy stwierdzić, że jest ono adekwatne do potencjału turystycznego. W rejonach: północnym i południowym, zlokalizowanych jest powyżej 30% wszystkich obiektów agroturystycznych (odpowiednio 30,5% i 36,9%, zaś w rejonach centralnym i zachodnim, po mniej niż 20% (wykres 1).

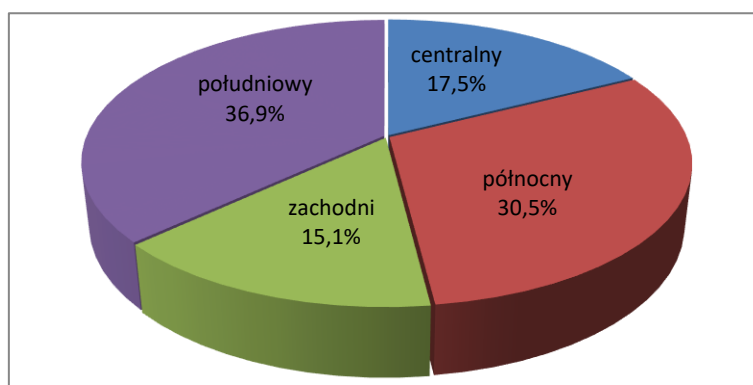
Rejon południowy, obejmujący powiaty: bielski, hajnowski i siemiatycki, to Puszcza Białowieska (rejon o znaczeniu międzynarodowym), Dolina Bugu (rejon o znaczeniu krajowym) i Dolina Nurca (o znaczeniu regionalnym). W rejonie tym położonych jest najwięcej (36,9%) obiektów agroturystycznych w województwie podlaskim.

²⁸ Porównaj Plan zagospodarowania przestrzennego województwa podlaskiego, Samorząd województwa Podlaskiego, Białystok 2017, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr XXXVI/330/17 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 22 maja 2017 r. (Dz. Urz. Woj. Podlaskiego z 2017 r. poz. 2777 z dnia 11.07.2017r.), s. 74-84.

Rejon północny obejmuje trzy powiaty: augustowski, sejneński i suwalski. Znajduje się tutaj Puszcza Augustowska, Kanał Augustowski i Wigierski Park Narodowy (rejon o znaczeniu międzynarodowym), Północna Suwalszczyzna i Pojezierze Sejneńskie (rejony o znaczeniu krajowym) oraz Dolina Rospudy (o znaczeniu regionalnym). Jest to rejon o długich tradycjach turystycznych. Na jego obszarze znajduje się 30,5% wszystkich obiektów agroturystycznych.

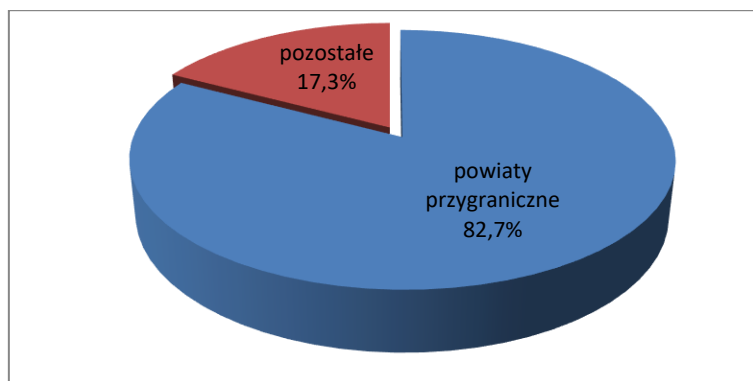
Rejon zachodni, obejmujący powiaty: grajewski, kolneński, moniecki i łomżyński, to Dolina Biebrzy (znaczenie międzynarodowe), Dolina Dolnej Narwi i Jeziora Rajgrodzkie (znaczenie krajowe) oraz Puszcza Kurpiowska z Doliną Pisy (znaczenie regionalne). Na tym obszarze znajduje się 15,1% wszystkich kwaterodawców. Najbardziej rozpoznawalny dla tego rejonu jest Biebrzański Park Narodowy, skupiający zainteresowanie głównie turystów – przyrodników, a jednocześnie trudnodostępny, co wpływa na liczbę istniejących obiektów.

Rejon centralny (powiaty: białostocki, sokólski, wysokomazowiecki i zambrowski) to obszar Puszczy Knyszyńskiej i częściowo Doliny Dolnej Narwi o znaczeniu krajowym oraz Doliny Górnej Narwi ze zbiornikiem wodnym Siemianówka o znaczeniu regionalny. Na tym obszarze znajduje się 17,5% obiektów.



Wykres 1. Rozmieszczenie obiektów agroturystycznych w rejonach turystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

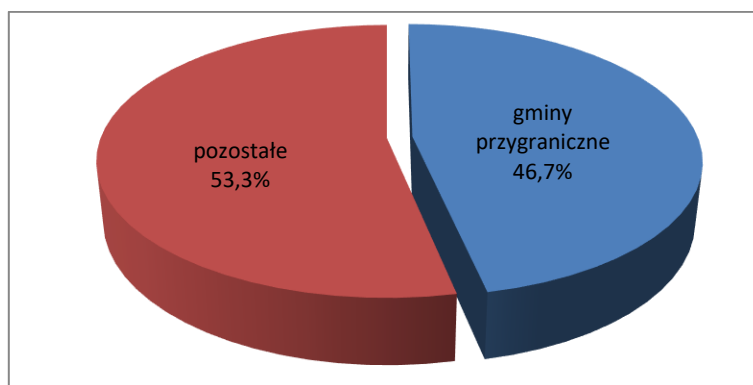
W województwie podlaskim znajduje się 14 powiatów i 3 miasta na prawach powiatu, z czego 7 położonych jest przy granicy państwa. Dwa z nich (suwalski i sejneński) graniczą z Litwą, a pięć (augustowski, sokólski, białostocki, hajnowski i siemiatycki) graniczy z Białorusią. Na terenie powiatów przygranicznych znajduje się ponad 80% obiektów agroturystycznych (wykres 2).



Wykres 2. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w powiatach przygranicznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Położenie przygraniczne może być atutem w prowadzonej działalności agroturystycznej, niezależnie od charakteru granicy (wewnętrzna granica Unii Europejskiej lub zewnętrzna granica Unii Europejskiej). Lokalizację przygraniczną można również rozpatrywać w odniesieniu do podziału na najmniejsze jednostki terytorialne – gminy. Podejście takie należy uznać za właściwsze, z uwagi na fakt, że w przypadku niektórych powiatów atut położenia przygranicznego nie jest tak wyraźny. Dotyczy to na przykład zachodniej części powiatu augustowskiego, dla którego większym atutem będzie bliskość innych walorów i atrakcji turystycznych: gmina Bargłów Kościelny – sąsiedztwo Jezior Rajgrodzkich, gmina Sztabin – sąsiedztwo Doliny Biebrzy, gmina Augustów – Kanał Augustowski i Puszcza Augustowska. Podobne zależności dotyczą w szczególności gmin położonych w zachodnich częściach powiatów: białostockiego i siemiatyckiego, dla których atut przygraniczny nie jest już tak silny.

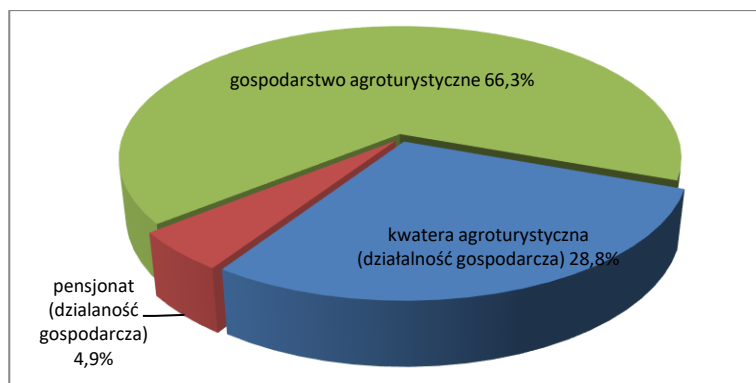
Województwo podlaskie zostało podzielone na 118 gmin, w tym 13 gmin miejskich, 27 gmin miejsko-wiejskich oraz 78 gmin wiejskich. Przygraniczne położenie dotyczy 23 gmin, w tym 2 gminy miejskie, 4 miejsko-wiejskie i 17 wiejskich. 6 gmin graniczy z Litwą (Wiżajny, Rutka Tartak, Szypliszki, Puńsk, Sejny i Giby), a 17 z Białorusią (Płaska, Lipsk, Nowy Dwór, Kuźnica, Sokółka, Szudziałowo, Krynki, Gródek, Michałowo, Narewka, Białowieża, Hajnówka, Dubicze Cerkiewne, Kleszczele, Czeremcha, Nurzec Stacja, Mielnik). Biorąc pod uwagę powyższe kryterium położenia przygranicznego (szczeble gminy podziału administracyjnego kraju) można stwierdzić, że położenie przygraniczne charakteryzuje prawie połowę obiektów agroturystycznych z terenu województwa podlaskiego (wykres 3).



Wykres 3. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w gminach przygranicznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

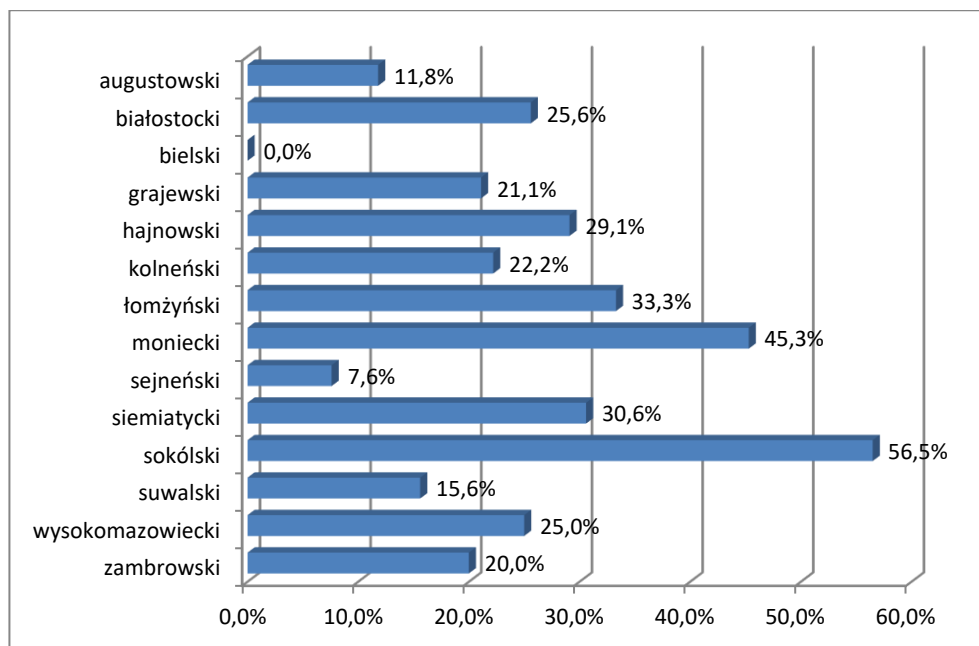
Charakterystyka grupy badawczej

W badaniu wzięło udział 205 podmiotów świadczących usługi agroturystyczne na terenie województwa podlaskiego, co stanowi 26,2% wszystkich zidentyfikowanych obiektów agroturystycznych. Ponad 66% respondentów prowadzi gospodarstwo rolne. Co czwarty respondent (28,8%) określił swoją działalność jako agroturystyczną, jednak ma zarejestrowaną działalność gospodarczą. Niecałe 5% respondentów stwierdziło, że mają pensjonat lub dworek i również zarejestrowaną działalność gospodarczą. Jednak z uwagi na fakt, że sposób świadczenia usług, oferta wypoczynku, lokalizacja lub charakter miejsca (a czasem wszystkie te cechy łącznie) spowodowały, że podmioty te zostały uwzględnione w badaniach jako obiekty świadczące usługi agroturystyczne. Szczegółowe wyniki przedstawiono na wykresie 4.



Wykres 4. Rodzaj obiektów biorących udział w badaniu
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najchętniej udział w badaniu brali kwaterodawcy agroturystyczni prowadzący działalność na terenie powiatu sokólskiego, w którym więcej niż co drugi podmiot wypełnił ankietę (wykres 5). Najmniej licznie do badania przystąpili kwaterodawcy z powiatów: bielski i sejneński, w których udział nie przekroczył 8%.



Wykres 5. Udział respondentów w badaniu w podziale na powiaty
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W tabeli 3 przedstawiono te same wyniki, co na wykresie 5, przy czym dla lepszego zobrazowania zamieszczono zarówno dane liczbowe informujące o wszystkich obiektach agroturystycznych na terenie powiatu, jak i dane odnoszące się do podmiotów biorących udział w badaniu.

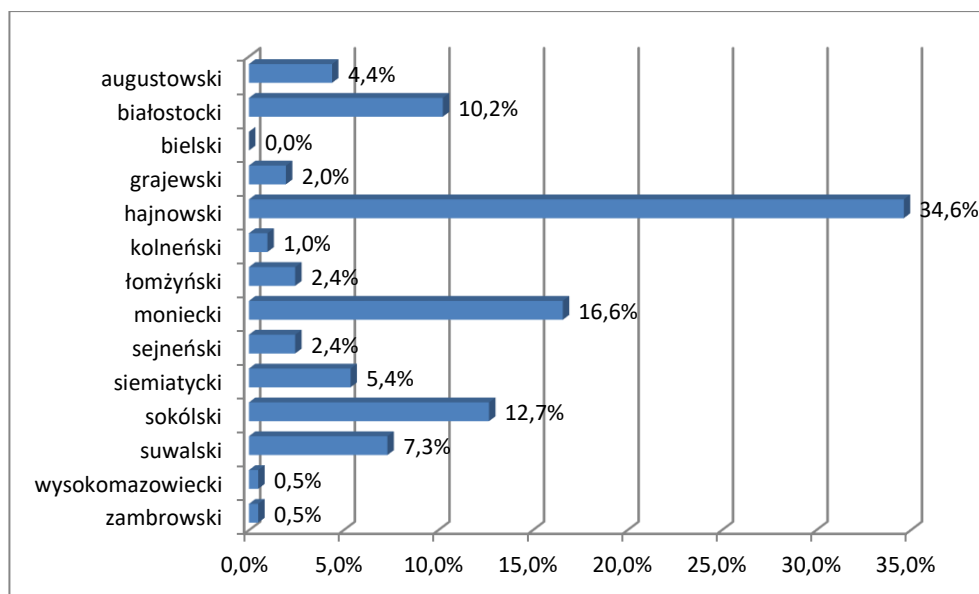
Tabela 3. Udział respondentów w badaniach w poszczególnych powiatach

Lp.	Powiat	Liczba obiektów agroturystycznych ogółem	Liczba obiektów agroturystycznych biorących udział w badaniu	Procentowy udział respondentów biorących udział w badaniach
1.	augustowski	76	9	11,8%
2.	białostocki	82	22	26,8%
3.	bielski	8	0	0,0%

Lp.	Powiat	Liczba obiektów agroturystycznych ogółem	Liczba obiektów agroturystycznych biorących udział w badaniu	Procentowy udział respondentów biorących udział w badaniach
4.	grajewski	19	4	21,1%
5.	hajnowski	244	70	28,7%
6.	kolneński	9	2	22,2%
7.	łomżyński	15	5	33,3%
8.	moniecki	75	34	45,3%
9.	sejneński	66	5	7,6%
10.	siemiatycki	36	11	30,6%
11.	sokółski	46	26	56,5%
12.	suwalski	96	15	15,6%
13.	wysokomazowiecki	4	1	25,0%
14.	zambrowski	5	1	20,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

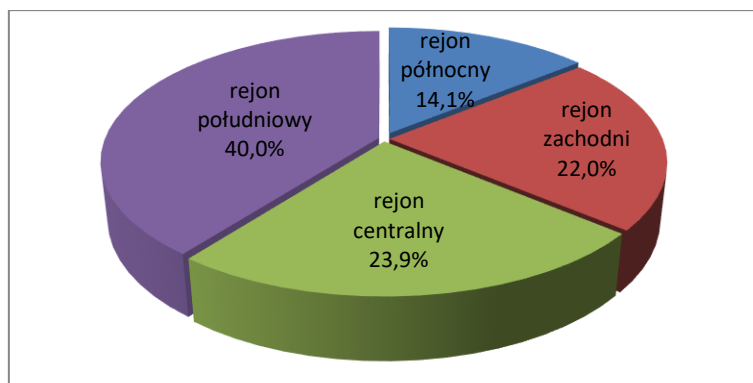
Spośród podmiotów biorących udział w badaniu najliczniej przystąpili do niego kwaterodawcy agroturystyczni z powiatu hajnowskiego. Co trzecia wypełniona ankieta pochodzi z tego obszaru (wykres 6). Warto zwrócić uwagę, że jest to jednocześnie powiat z największą liczbą podmiotów świadczących usługi agroturystyczne. Licznie reprezentowane są również powiaty: białostocki, moniecki i sokółski, w których udział kwaterodawców uczestniczących w badaniach waha się pomiędzy 10 a 17%. Najmniej licznie reprezentowane są powiaty: bielski, wysokomazowiecki i zambrowski – poniżej 1%



Wykres 6. Udział respondentów biorących udział w badaniu

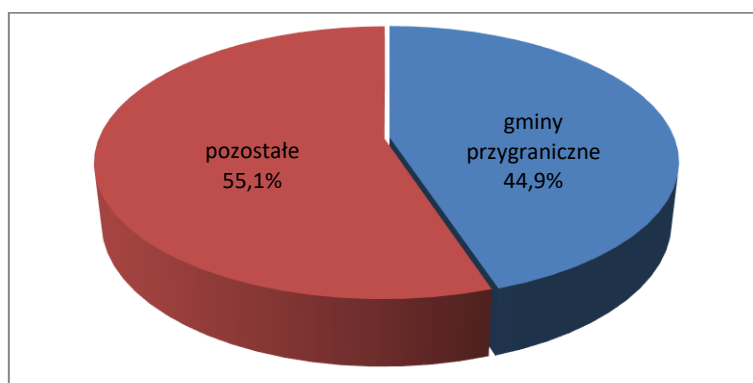
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Biorąc jednak pod uwagę podział województwa na rejony turystyczne i związaną z tym atrakcyjność i rozpoznawalność turystyczną, udział respondentów w badaniu jest zbliżony do rozmieszczenia obiektów w rejonach turystycznych. Rejon północny (to odniesienie głównie do rejonu o znaczeniu międzynarodowym – Puszcza Augustowska i Wigierski Park Narodowy) jest reprezentowany przez ponad 14% kwaterodawców (wykres 7). Rejon zachodni (to przede wszystkim Dolina Biebrzy o znaczeniu międzynarodowe) jest reprezentowany przez 22% kwaterodawców. Z rejonu centralnego (to w dużej mierze obszar Puszczy Knyszyńskiej) pochodzi prawie co czwarta ankieta (23,9%). Wreszcie rejon południowy (głównie Puszcza Białowiecka) jest reprezentowany przez 40% kwaterodawców.



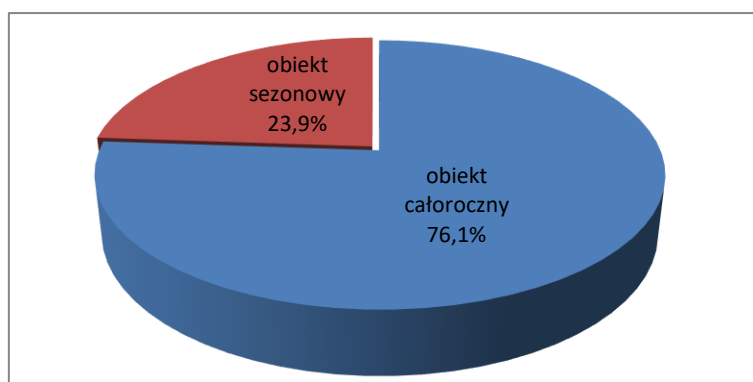
Wykres 7. Respondenci w podziale na rejony turystyczne
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Prawie 45% respondentów prowadzi swoją działalność agroturystyczną na terenie przygranicznym (wykres 8). Oznacza to, że obiekt jest zlokalizowany na terenie gminy położonej przy granicy państwa.



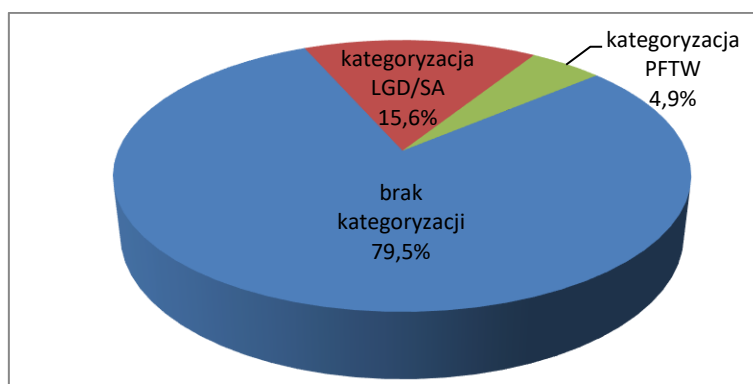
Wykres 8. Udział respondentów z gmin przygranicznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Większość obiektów, ponad 76% jest dostępna przez cały rok (wykres 9). Niecałe 24% są to obiekty dostępne tylko sezonowo. Dostępność obiektów nie jest uzależniona od położenia przygranicznego. W powiatach przygranicznych (suwalski, sejneński, augustowski, sokólski, białostocki, hajnowski i siemiatycki) obiekty całoroczne stanowią około 70%, pozostałe 30% są to obiekty sezonowe. W przypadku powiatów nie położonych przy granicy państwa proporcje są takie same (różnica nie przekracza 0,5%). Nie zauważono również istotnych różnic w przypadku poszczególnych rejonów turystycznych.



Wykres 9. Sezonowość obiektów agroturystycznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Obiekty agroturystyczne w przeważającej mierze (prawie 80%) nie są skategoryzowane. Obecnie tylko co piąty obiekt został poddany standaryzacji. Niecałe 5% posiada kategoryzację Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej. Prawie 16% zostało skategoryzowane przez lokalną grupę działania lub stowarzyszenie agroturystyczne. Szczegółowe wyniki zaprezentowano na wykresie 10.

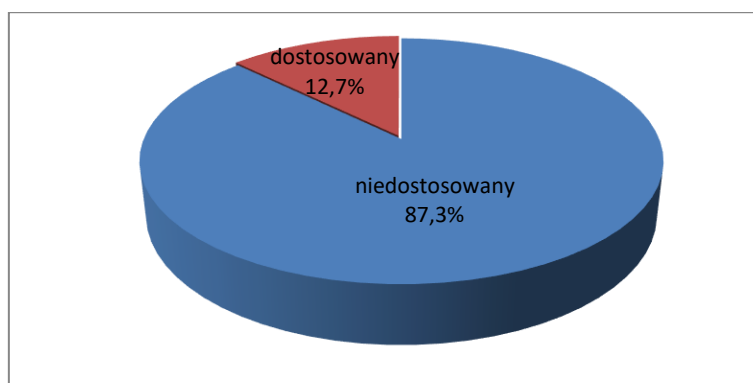


Wykres 10. Kategoryzacja kwater i gospodarstw agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W przypadku kategoryzacji prowadzonej przez stowarzyszenia agroturystyczne lub lokalne grupy działania widać wyraźną dominację obiektów z powiatów przygranicznych (sokólski, białostocki, hajnowski i siemiatycki), co należy łączyć z aktywną działalnością stowarzyszeń agroturystycznych z tych terenów.

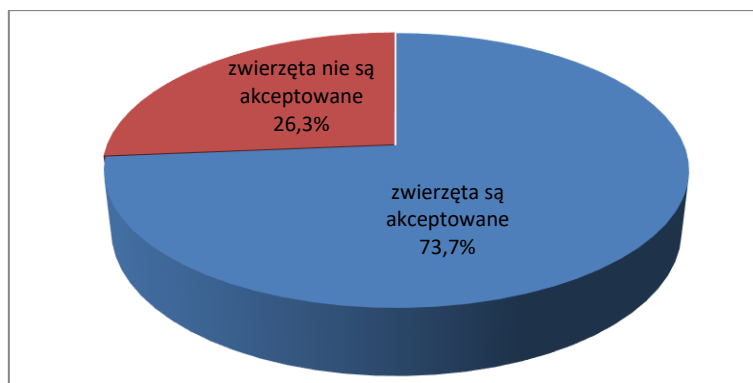
Obiekty agroturystyczne raczej nie są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Jednak 12,7% respondentów deklaruje możliwość przyjmowania takich osób (wykres 11). Są to obiekty położone w różnych częściach województwa. Nie wyróżniają się żadną wspólną cechą.

Dostosowanie obiektów agroturystycznych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami wymaga poniesienia dodatkowych nakładów finansowych, przygotowania specjalnej oferty wypoczynku, a także może być związane z występowaniem indywidualnych cech osobowościowych u kwaterodawców, co wpływa na ograniczenie liczby takich obiektów.



Wykres 11. Dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Z kolei naturalne, dla obiektów agroturystycznych, wydaje się być obcowanie ze zwierzętami. Jednak co czwarty obiekt agroturystyczny (26,3%) nie przyjmuje gości ze zwierzętami. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 12.

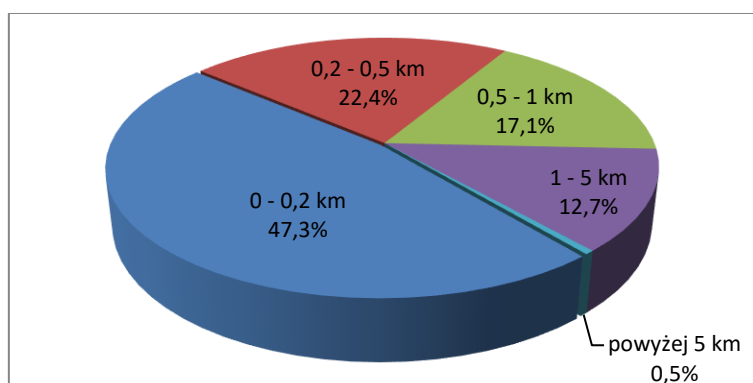


Wykres 12. Możliwość przyjazdu ze zwierzętami
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dostępność walorów naturalnych

Sektor turystyczny, jak żaden inny, jest całkowicie uzależniony od atrakcyjności zasobów naturalnych²⁹. Województwo podlaskie to jeden z najciekawszych pod względem przyrodniczym region kraju. Jest to kraina wielkich puszczy, zachowanych w stanie naturalnym dolin rzecznych, rozległych bagien i obszarów pojeziernych³⁰. Liczne obszary zostały objęte najwyższą formą ochrony przyrody: parki narodowe stanowią 4,57/100 km² powierzchni województwa (pierwsze miejsce w kraju), rezerwy przyrody – 1,17/100 km² (drugie miejsce w kraju). Uwzględniając całą powierzchnię obszarów NATURA 2000 przynajmniej jedną formą ochrony przyrody objęte jest ponad 40% powierzchni województwa podlaskiego³¹.

Otoczenie puszczańskie jest charakterystyczne dla obiektów agroturystycznych. Prawie 90% z nich jest położonych nie dalej niż 1 kilometr od obszarów leśnych, a prawie 48% znajduje się w ich bezpośrednim sąsiedztwie (wykres 13). Jedynie ułamek procenta stanowią obiekty, które są oddalone od obszarów leśnych powyżej 5 kilometrów.



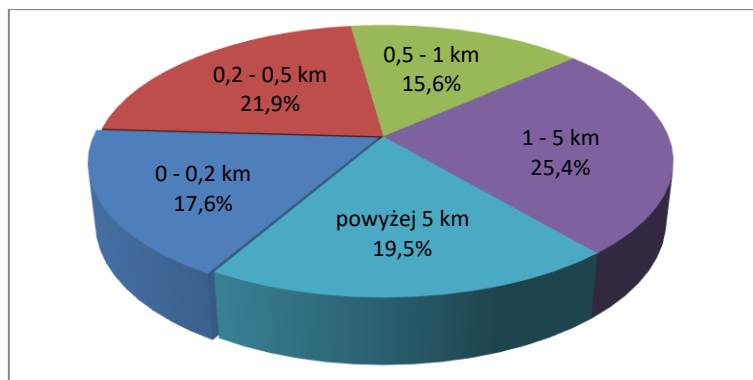
Wykres 13. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od lasu
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

²⁹ A. Kaczmarek, Wybrane czynniki rozwoju turystyki, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne, 2014, s. 203, dostęp elektroniczny <https://docplayer.pl> (data dostępu: 3.09.2020 r.).

³⁰ I. Bielawska i inni, Turystyka w województwie podlaskim, Politechnika Białostocka, Białystok 2001, s. 71.

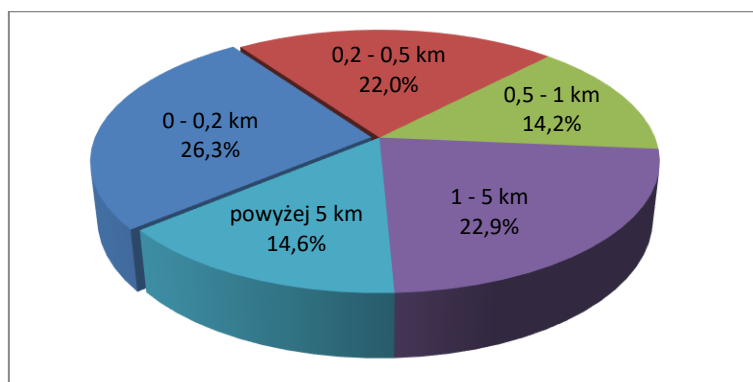
³¹ A. Czauż i inni, Diagnoza strategiczna województwa podlaskiego, Podlaskie Regionalne Obserwatorium Terytorialne, Białystok 2020, s. 10.

Cieki wodne nie są już tak typowym krajobrazem dla obiektów agroturystycznych jak obszary leśne. Niemniej i one stanowią istotny walor otoczenia przyrodniczego. Ponad 50% obiektów jest oddalonych od rzeki mniej niż 1 kilometr, przy czym prawie 18% ma ją w bezpośrednim sąsiedztwie (wykres 14). Podobna liczba obiektów (ponad 19%) jest oddalona od rzeki o więcej niż 5 kilometrów.



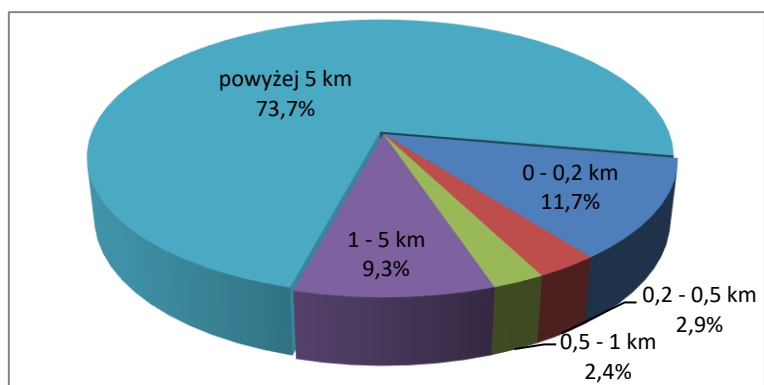
Wykres 14. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od rzeki
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Równie częstym elementem krajobrazu jak rzeki są zbiorniki wodne – naturalne i sztuczne. Dla ponad 60% obiektów agroturystycznych stanowią one nieodległe sąsiedztwo (położone są w odległości mniejszej niż 1 kilometr od obiektu). W co czwartym obiekcie (26,3%) znajdują się one w bezpośredniej styczności (wykres 15). Z kolei prawie 15% obiektów jest oddalonych od zbiorników wodnych o więcej niż 5 kilometrów.



Wykres 15. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od zbiornika wodnego
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

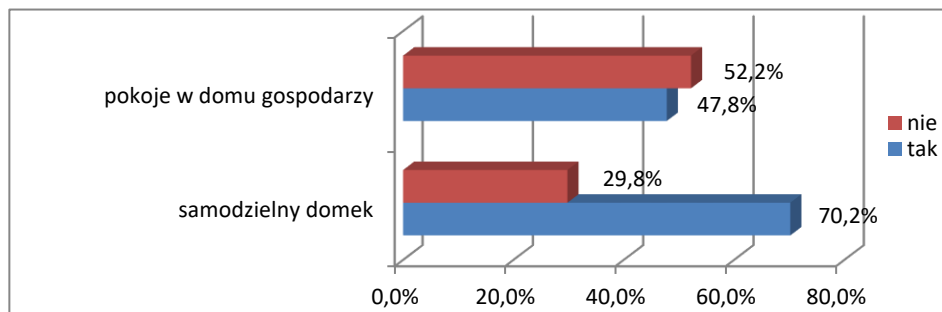
Mimo dużej liczby jezior (naturalnych zbiorników wodnych) w województwie podlaskim nie są one już tak powszechnym elementem krajobrazu agroturystycznego. Niewiele ponad 17% obiektów znajduje się w odległości nie większej niż 1 kilometr od takiego akwenu, a ponad 73% jest położonych w odległości większej niż 5 kilometrów (wykres 16).



Wykres 16. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od jeziora
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

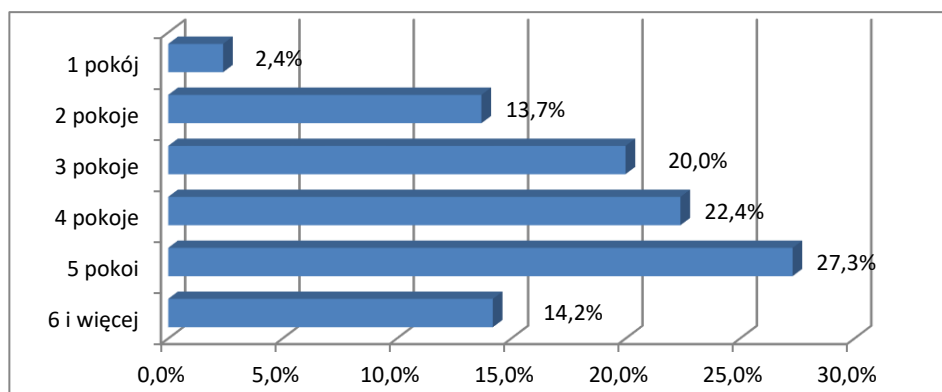
Standard obiektów

Wypoczynek na wsi, kojarzony z wczasami pod gruszą i wypoczynkiem o cenach i standardzie niższym niż w innych obiektach noclegowych, przechodzi od kilku lat widoczną transformację. Jednym z jej przejawów jest odchodzenie od noclegów spędzanych w domu gospodarzy (prawie 48% kwaterodawców nie oferuje noclegów w swoich domach) i oferowanie noclegu w wolno stojących domach (ponad 70% kwaterodawców ma w ofercie nocleg w samodzielnym domku). Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 17. Jednocześnie 18% oferuje noclegi zarówno we własnych domach, jak i w samodzielnym domkach.



Wykres 17. Kwatery i gospodarstwa agroturystyczne z samodzielnym domkiem i pokojami w domu gospodarzy
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

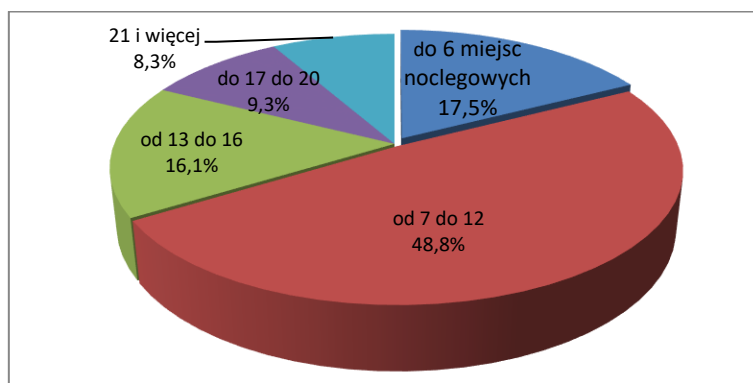
Liczba pokoi, którymi dysponują kwaterodawcy również może świadczyć o tendencji do traktowania agroturystyki jako głównego zajęcia. Prawie 64% kwaterodawców ma do dyspozycji co najmniej 4 pokoje, co wymaga poświęcenia znacznej ilości czasu na obsługę turystów (wykres 18). Nieliczni (16,1%) mają do dyspozycji 1 lub 2 pokoje, co świadczy o poszukiwaniu dodatkowego (okazjonalnego) źródła dochodów z działalności agroturystycznej.



Wykres 18. Liczba pokoi

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

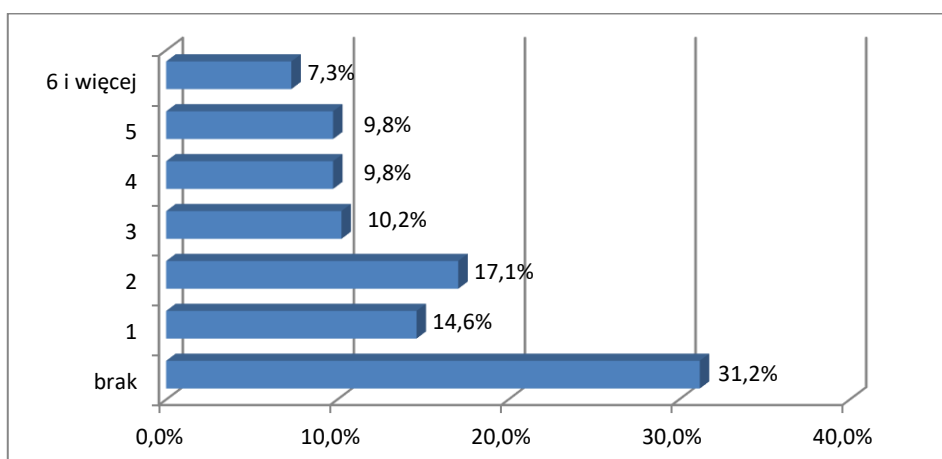
Potwierdza to liczba udostępnianych miejsc noclegowych (wykres 19). Tylko 17,5% dysponuje liczbą tych miejsc nie większą niż 6. Od 7 do 12 miejsc noclegowych posiada prawie co drugi obiekt (48,8%), a co trzeci (33,7%) ma więcej niż 12 miejsc noclegowych.



Wykres 19. Liczba dostępnych miejsc noclegowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

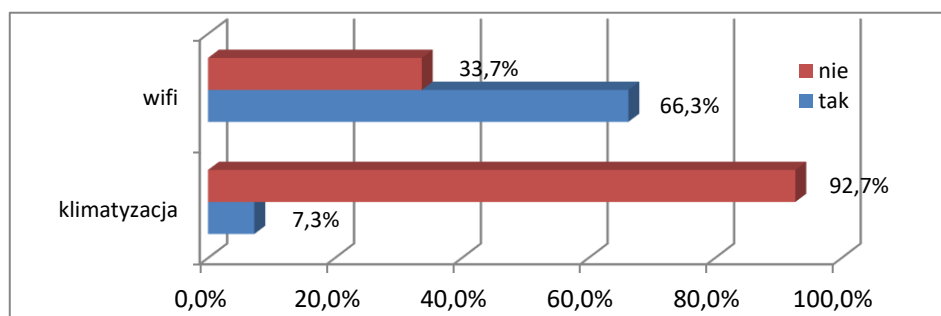
W dalszym ciągu typowe dla działalności agroturystycznej pozostają wspólne łazienki do użytkowania przez turystów. Ponad 60% obiektów agroturystycznych posiada nie więcej niż 2 pokoje z prywatną łazienką, przy czym prawie co trzeci obiekt (31,2%) nie posiada żadnego pokoju z prywatną łazienką (wykres 20).



Wykres 20. Liczba pokoi z prywatną łazienką

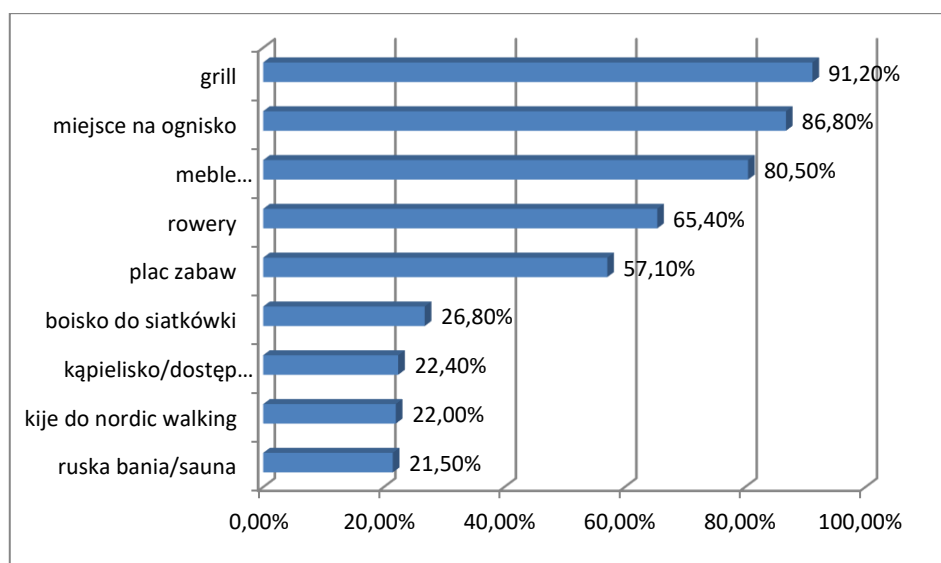
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Do rzadkości należy instalacja klimatyzacji, którą dysponuje niewiele ponad 7% obiektów (wykres 21). Natomiast dostęp do sieci bezprzewodowej oferuje ponad 66% kwaterodawców.



Wykres 21. Udogodnienia w obiektach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kwaterodawcy agroturystyczni dbają nie tylko o standard pomieszczeń, ale również o otoczenie i wyposażenie w sprzęt i urządzenia umilające pobyt turystom. Do najczęściej spotykanych należą grill, którym dysponuje ponad 91% kwaterodawców i miejsce na rozpalenia ogniska, które znajduje się w ponad 86% obiektów (wykres 22). Często spotykane są również różnego rodzaju meble ogrodowe, wiaty, hamaki i podobny sprzęt, który znajduje się w 80,5% obiektów. Ponad połowa kwaterodawców posiada rowery do dyspozycji gości oraz wyposażone place zabaw dla dzieci.



Wykres 22. Dodatkowe wyposażenie obiektów agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Znaczna liczba kwaterodawców oferuje również miejsce do gry w siatkówkę (26,8%), dostęp do plaży (22,4%), kije do nordic walking (22%), a także saunę (21,5%). Pełna lista urządzeń i sprzętu dostępnego w obiektach agroturystycznych znajduje się w tabeli 4.

Tabela 4. Różnorodność urządzeń i sprzętu rekreacyjno-sportowego i wycieczkowego

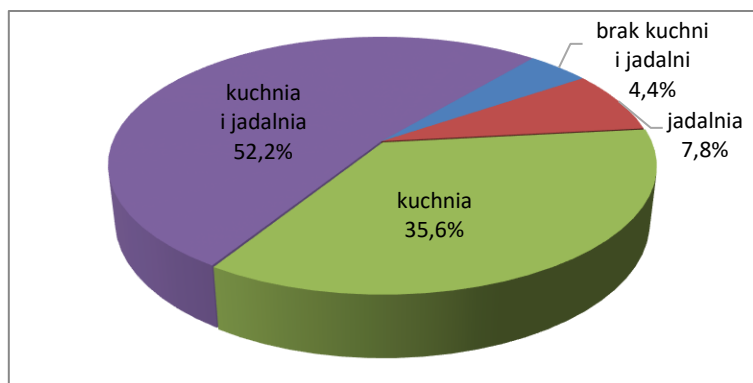
Lp.	Rodzaj urządzenia/sprzętu	Odsetek kwater i gospodarstw oferujących urządzenia i sprzęt rekreacyjno-sportowy
1.	Grill	91,20%
2.	Miejsce na ognisko	86,80%
3.	Meble ogrodowe/altany/hamaki	80,50%

Lp.	Rodzaj urządzenia/sprzętu	Odsetek kwater i gospodarstw oferujących urządzenia i sprzęt rekreacyjno-sportowy
4.	Rowery	65,40%
5.	Plac zabaw	57,10%
6.	Miejsce do gry w siatkówkę	26,80%
7.	Kąpielisko/dostęp do wody/plaża	22,40%
8.	Kije do nordic walking	22,00%
9.	Ruska bania/sauna	21,50%
10.	Kajaki	19,50%
11.	Sprzęt wędkarski	19,00%
12.	Stół do tenisa stołowego	12,20%
13.	Piłkarzyki	11,70%
14.	Basen odkryty	8,80%
15.	Mini zoo	7,30%
16.	Bilard	2,00%
17.	Boisko do piłki nożnej	1,50%
18.	Łódka	1,50%
19.	Balia ogrodowa/kąpielowa	1,00%
20.	Boisko do koszykówki	1,00%
21.	Trampolina	1,00%
22.	Tratwy biesiadne	1,00%
23.	Ekomuzeum tkackie	0,50%
24.	Bryczka	0,50%
25.	Chata solna	0,50%
26.	Domek na drzewie	0,50%
27.	Edukacyjny ogródek ziołowy	0,50%
28.	Gabinet masażu	0,50%
29.	Gry planszowe	0,50%
30.	Hot tube	0,50%
31.	Kometka	0,50%
32.	Korty tenisowe	0,50%
33.	Literatura	0,50%
34.	Mała Galeria Podlaskiej Pamiątki	0,50%
35.	Miejsce do gry w szachy	0,50%
36.	MOR	0,50%
37.	Motocykle	0,50%
38.	Muzeum Indian	0,50%
39.	Narty biegowe	0,50%
40.	Park linowy	0,50%
41.	Pracownia rękodzieła	0,50%
42.	Quad	0,50%
43.	Rower wodny	0,50%
44.	Sala fitness	0,50%
45.	Sala zabaw dla dzieci	0,50%
46.	Segway	0,50%
47.	Siłownia	0,50%
48.	Ule	0,50%
49.	Wieża widokowa	0,50%
50.	Woliera z papużkami	0,50%
55.	Żywa altana wiklinowa	0,50%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

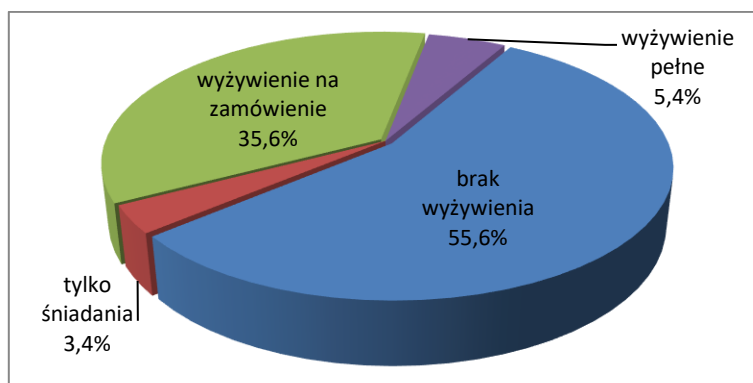
Usługi żywieniowe

Typowa, dla działalności agroturystycznej, jest dostępność do kuchni i jadalni. Do wyjątków należą sytuacje, w których brakuje dostępu do pomieszczeń, w których turyści mogą samodzielnie przygotować i spożyć posiłek. W województwie podlaskim dotyczy to niecałych 5% obiektów (wykres 23). Jednocześnie prawie 80% tych obiektów oferuje wyżywienie (częściowe lub pełne). Ponad połowa kwaterodawców oferuje dostęp zarówno do kuchni i jadalni, 35,6% do samej kuchni, a 7,8% do jadalni.



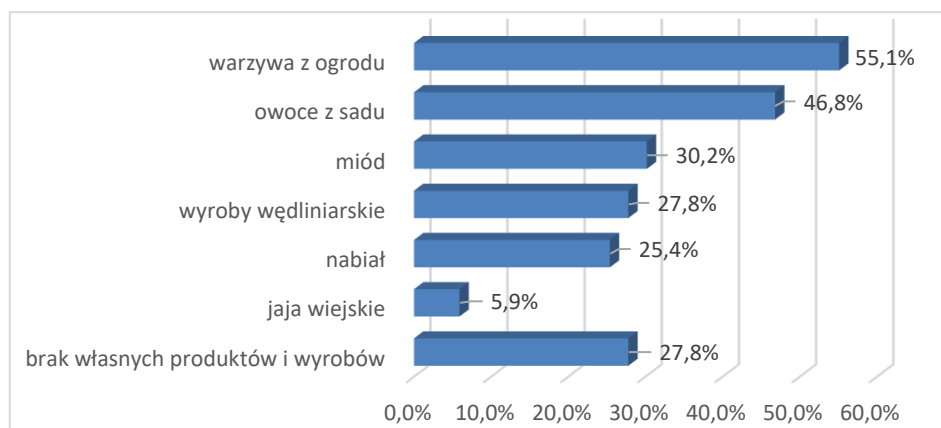
Wykres 23. Możliwość samodzielnego przygotowania posiłków
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Usługi żywieniowe w czasie pobytu oferuje mniej niż co drugi obiekt agroturystyczny (wykres 24). 35,6% kwaterodawców oferuje wyżywienia na zamówienie, niewiele ponad 3% posiada w ofercie tylko śniadania, a jedynie 5,4% kwaterodawców ma w swojej ofercie pełne wyżywienie.



Wykres 24. Usługi żywieniowe w obiektach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Obiekty agroturystyczne oferujące wyżywienie bazują na własnych produktach rolnych, które oprócz spożycia razem z zamówionym daniem można również nabyć w celu samodzielnego przygotowania posiłku lub kupić w celu zabrania ze sobą. Do najczęściej oferowanych produktów przez obiekty agroturystyczne należą warzywa (dostępne w ponad 55% obiektów), owoce (ponad 46%) i miód (ponad 30%). Popularne są również wyroby wędliniarskie, oferowane w prawie 28% obiektów i nabiał oferowany w co czwartym obiekcie. Własnych produktów i wyrobów nie oferuje 27,8% obiektów (wykres 25).



Wykres 25. Własne produkty oferowane dla gości

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

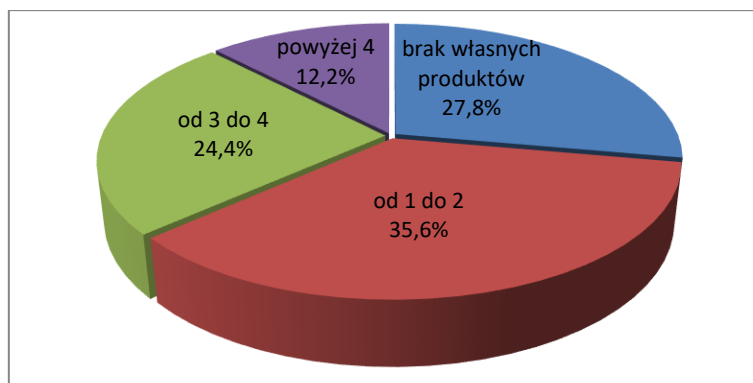
Różnorodność produktów i wyrobów oferowanych turystom przebywającym na wypoczynku agroturystycznym jest jednak znacznie większa. Są wśród nich własnoręcznie wypiekany chleb, przetwory owocowe i warzywne, ciasta wypiekane przez kwaterodawców, soki i wiele innych. Listę produktów i wyrobów wraz z odsetkiem obiektów je oferujących przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Różnorodność produktów i wyrobów oferowanych turystom

Lp.	Rodzaj produktu/wyrobu	Odsetek obiektów oferujących własne produkty i wyroby
1.	Warzywa z ogrodu	55,1%
2.	Owoce z sadu	46,8%
3.	Miód	30,2%
4.	Wyroby wędliniarskie	27,8%
5.	Nabiał	25,4%
6.	Jaja wiejskie	5,9%
7.	Chleb	3,4%
8.	Przetwory	2,4%
9.	Ryby	2,4%
10.	Grzyby	1,0%
11.	Ciasta	1,0%
12.	Zioła	0,5%
13.	Przepiórki	0,5%
14.	Kawa z własnej plantacji w Rwandzie	0,5%
15.	Maliny	0,5%
16.	Octy owocowe	0,5%
17.	Orzechy laskowe	0,0%
18.	Drób	0,5%
19.	Soki	0,5%

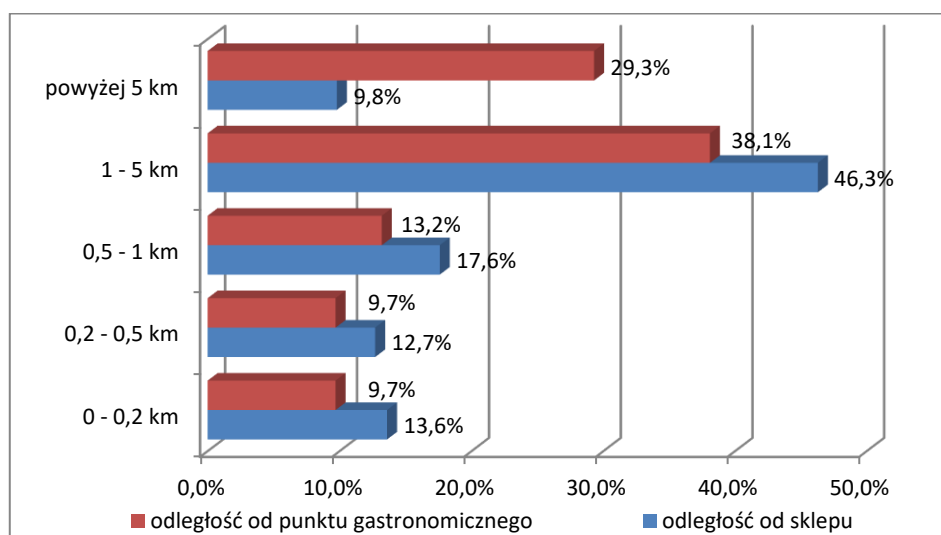
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najczęściej kwaterodawcy posiadają w ofercie 1 lub 2 takie produkty (35,6%). Co czwarty kwaterodawca oferuje od 3 do 4 produktów, a większą różnorodnością oferty charakteryzuje się około co dziesiąty obiekt (wykres 26).



Wykres 26. Liczba produktów oferowanych w obiektach agroturystycznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Korzystanie z produktów rolnych i przetwórn przygotowanych przez kwatrodawców, a także możliwość zamawiania posiłków to przede wszystkim okazja do poznania lokalnych smaków. Dodatkowym argumentem może być fakt, że większość obiektów nie jest zlokalizowana w bliskim sąsiedztwie sklepów (ponad 56% jest oddalonych o więcej niż 1 kilometr), bądź punktów gastronomicznych (ponad 67% jest oddalonych o więcej niż 1 kilometr). Szczegółowe wyniki przedstawiono na wykresie 27.

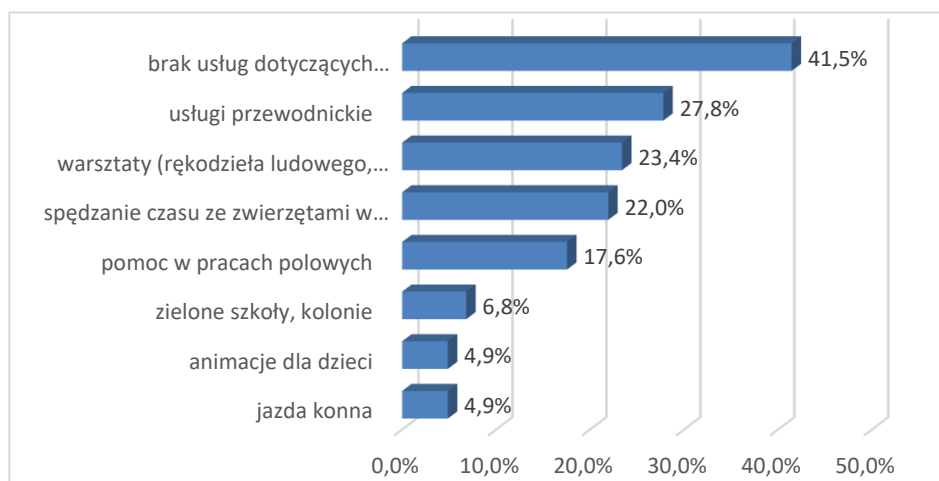


Wykres 27. Odległość od sklepów i punktów gastronomicznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Usługi i atrakcje agroturystyczne

Zaspokojenie potrzeb turystów nie sprowadza się jedynie do zaoferowania noclegu i wyżywienia. Skuteczne prowadzenie biznesu turystycznego to konkurowanie o turystów w drodze zaspokojenia ich potrzeb, które ujawniają w miejscu pobytu. Ewentualnie wzbudzenie w nich takich potrzeb, aby wypoczynek agroturystyczny dostarczył nowych przeżyć, pozwolił nabyć nowych umiejętności, bądź pozostawił miłe i trwałe wspomnienia. Oferowanie atrakcji związanych z agroturystyką jest sposobem na zaspokojenie takiego zapotrzebowanie. Z drugiej strony niesie korzyści właścicielom obiektów, dając dodatkowe źródło dochodu.

W województwie podlaskim ponad 41% kwaterodawców agroturystycznych nie oferuje usług dotyczących zagospodarowania czasu wolnego turystów. Do najczęściej spotykanych dodatkowych usług należą: usługi przewodnickie (w ofercie co czwartego kwaterodawcy), warsztaty rękodzieła ludowego, kulinarne i inne (oferowane przez 23,4% kwaterodawców). Ponadto 22% badanych obiektów oferuje możliwość spędzania czasu ze zwierzętami w gospodarstwie (karmienie, opieka). Często pojawia się również oferta pomocy w pracach polowych, którą oferuje 17,6% kwaterodawców (wykres 28).



Wykres 28. Usługi dodatkowe oferowane turystom przebywającym na wczasach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

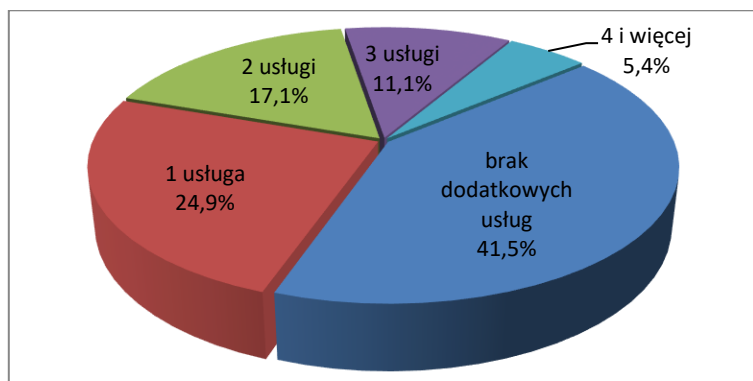
Nieco rzadziej pojawiają się takie usługi jak: organizacja zielonych szkół (6,8%), organizacja zajęć dla dzieci (4,9%) czy jazda konna (4,9%). Pełna lista usług dodatkowych oferowanych przez kwaterodawców została przedstawiona w tabeli 6.

Tabela 6. Różnorodność usług turystycznych oferowanych turystom

Lp.	Różnorodność usług	Odsetek obiektów agroturystycznych oferujących dodatkowe usługi
1.	Usługi przewodnickie	27,80%
2.	Warsztaty (rękodzieła ludowego, kulinarne, inne)	23,40%
3.	Spędzanie czasu ze zwierzętami w gospodarstwie (karmienie, opieka)	22,00%
4.	Pomoc w pracach polowych	17,60%
5.	Zielone szkoły, kolonie	6,80%
6.	Jazda konna	4,90%
7.	Animacje dla dzieci	4,90%
8.	Łowienie ryb	1,50%
9.	Hipoterapia	1,50%
10.	Przejazdy bryczkami	1,00%
11.	Ognisko	1,00%
12.	Kulig	1,00%
13.	Spływy tratwami	0,50%
14.	Spływy kajakowe	0,50%
15.	Sesje terapii bioenergetycznej	0,50%
16.	Masaż	0,50%
17.	Darmowy odbiór gości ze stacji	0,50%
18.	Warsztaty samodzielnej produkcji kosmetyków ziołowych	0,50%
19.	Sprzedż biletów wstępu do parku narodowego	0,50%
20.	Nauka tkania na krosnach	0,50%

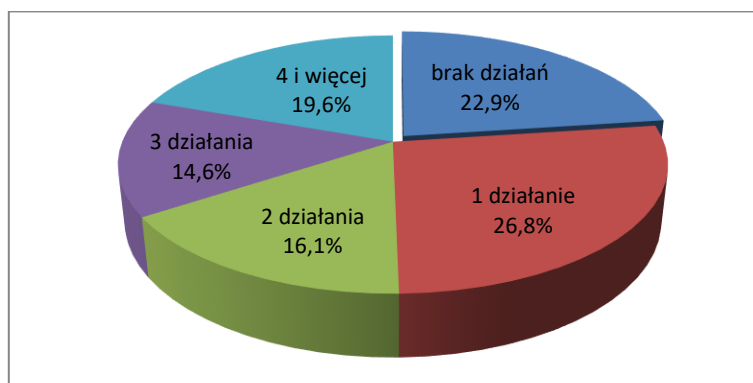
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dywersyfikacja świadczonych usług związanych z wypoczynkiem agroturystycznym jest niewielka. Poza usługami podstawowymi: noclegową – typową dla wszystkich i żywieniową – dostępną u około połowy kwaterodawców, pozostałe są świadczone z jeszcze większą ostrożnością. Nieliczni kwaterodawcy (5,4%) oferują 4 lub więcej dodatkowych usług dla turystów. Średnio co dziesiąty (11,1%) świadczy 3 usługi, 17,1% – dwie, ale już co czwarty (24,9%) zaledwie jedną (wykres 29).



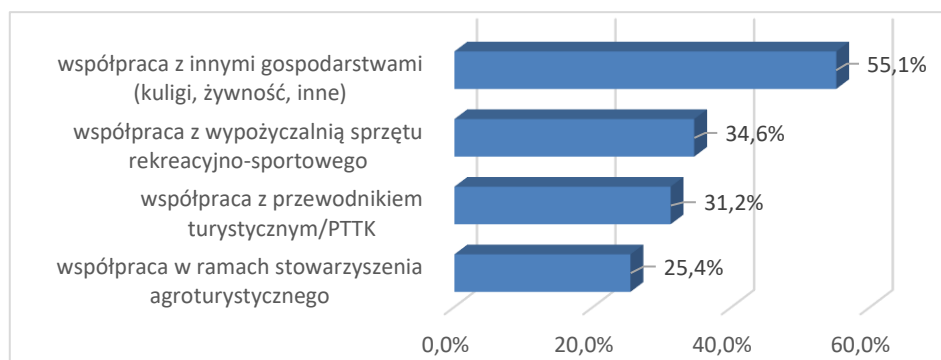
Wykres 29. Liczba usług oferowanych w obiektach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Jednocześnie należy zauważyć, że prawie co czwarty kwaterodawca nie widzi potrzeby zmiany takiego stanu rzeczy. Aż 22,9% nie podejmuje żadnych działań mających na celu poszerzenie oferty wypoczynku (wykres 30). Podobny odsetek (26,8%) podejmuje się tylko jednego działania, a co drugi kwaterodawca 2 lub więcej.



Wykres 30. Liczba działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Do najczęściej wskazywanych działań należą inicjatywy współpracy z innymi kwaterodawcami lub gospodarstwami rolnymi. Dotyczy to między innymi organizacji kuligów, zakupu żywności (jaj, serów, mleka, wędlin, przetworów) czy przejażdżki konno. Takie działania podejmuje 55,1% kwaterodawców (wykres 31). Często jest również współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego lub z przewodnikiem turystycznym – odpowiednio 34,6% oraz 31,2%. Co czwarty kwaterodawca wskazuje, że w celu poszerzenia oferty wypoczynku podejmuje współpracę w ramach stowarzyszenia agroturystycznego.



Wykres 31. Najczęstsze działania podejmowane w celu poszerzenia oferty wypoczynku
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wielu kwaterodawców pomysłu na poszerzenie oferty wypoczynku poszukuje w szkoleniach organizowanych przez różne instytucje i organizacje. 18% z nich bierze udział w szkoleniach organizowanych przez urzędy gmin, ponad 16% w szkoleniach organizowanych przez lokalne organizacje turystyczne lub Podlaską Regionalną Organizację Turystyczną, prawie tyle samo kwaterodawców korzysta z oferty szkoleń organizowanych przez lokalne grupy działania. Pełną różnorodność działań podejmowanych przez kwaterodawców agroturystycznych z województwa podlaskiego w celu szukania możliwości poszerzenia oferty wypoczynku przedstawiono w tabeli 7.

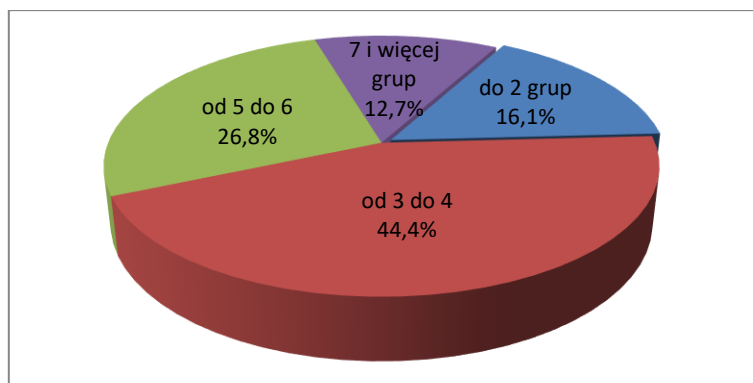
Tabela 4. Różnorodność działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku

Lp.	Różnorodność atrakcji	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Współpraca z innymi gospodarstwami (kuligi, żywność, inne)	55,1%
2.	Współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego	34,6%
3.	Współpraca z przewodnikiem turystycznym/PTTK	31,2%
4.	Współpraca w ramach stowarzyszenia agroturystycznego	25,4%
5.	Udział w szkoleniach organizowanych przez urząd gminy	18,0%
6.	Udział w szkoleniach organizowanych przez LOT/PROT	16,1%
7.	Udział w szkoleniach organizowanych przez lokalną grupę działania	15,6%
8.	Współpraca z fizjoterapeutą	1,0%
9.	Współpraca z klubem jeździeckim	0,5%
10.	Współpraca z biurami podróży i organizatorami wypoczynku	0,5%
11.	Współpraca ze szkołami	0,5%
12.	Współpraca z campingiem	0,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Charakterystyka turystów wycieczających w obiektach agroturystycznych w województwie podlaskim

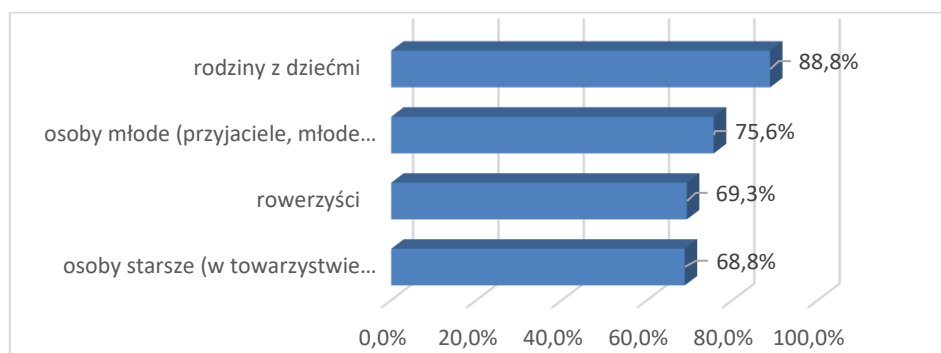
Kwaterodawcy agroturystyczni z województwa podlaskiego nie specjalizują się w obsłudze konkretnych grup turystów. Zaledwie 4,4% wskazuje tylko jedną grupę turystów, a 11,7% dwie grupy. Stąd można wnioskować, że około 16% kwaterodawców może profilować swoją ofertę pod konkretne grupy turystyczne. Najwięcej (44,4%) wskazuje od 3 do 4 głównych grup odwiedzających, a w przypadku 39,5% jest to 5, 6, a nawet więcej grup odwiedzających (wykres 32).



Wykres 32. Specjalizacja w obsłudze grup turystów

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najliczniej obiekty agroturystyczne goszczą rodziny z dziećmi. Prawie 90% wskazało, że stanowią oni istotny udział wśród odwiedzających (wykres 33). Często z takiego wypoczynku korzystają również osoby młode (przyjaciele, partnerzy, studenci, młode małżeństwa), którzy zostali wskazani przez 75,6% kwaterodawców oraz osoby starsze (również w towarzystwie przyjaciół lub partnerów) – 68,8%. Zwraca uwagę fakt, że w prawie 70% obiektów odnotowuje się znaczny udział rowerzystów.



Wykres 33. Grupy turystów najliczniej korzystające z usług agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Warto zwrócić uwagę, że licznie odnotowani zostali turyści zagraniczni. W przypadku 42% obiektów agroturystycznych zostali oni zaliczeni do grupy licznie korzystających ze świadczonych usług. Pełna lista grup korzystających z usług agroturystycznych przedstawiono w tabeli 8.

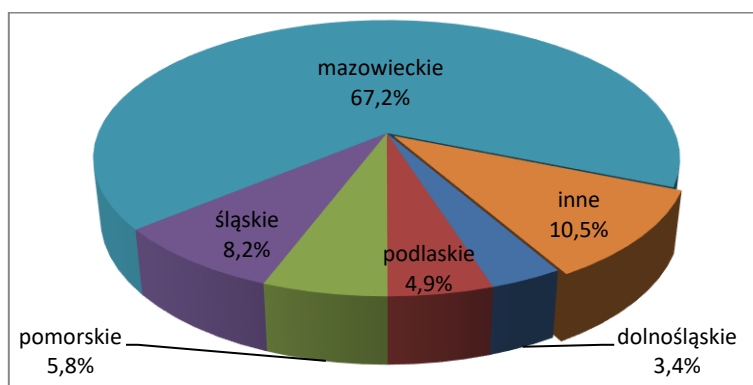
Tabela 8. Grupy turystów korzystające z usług agroturystycznych

Lp.	Grupa turystów	Odsetek obiektów goszczących turystów
1.	Rodziny z dziećmi	88,8%
2.	Osoby młode (przyjaciele, młode małżeństwa)	75,6%
3.	Rowerzyści	69,3%
4.	Osoby starsze (w towarzystwie przyjaciół, partnerów)	68,8%
5.	Turyści zagraniczni	42,0%
6.	Pracownicy firm	33,2%
7.	Osoby samotne	29,3%
8.	Dzieci (kolonie, zielone szkoły)	8,3%
9.	Motocykliści	1,5%
10.	Miłośnicy przyrody i ciszy	1,0%
11.	Pielgrzymi	0,5%
12.	Ornitolodzy	0,5%

Lp.	Grupa turystów	Odsetek obiektów goszczących turystów
13.	Uczestnicy warsztatów	0,5%
14.	Tratwiarze	0,5%
15.	Kajakarze	0,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na wypoczynek agroturystyczny do województwa podlaskiego najliczniej przyjeżdżają mieszkańcy sąsiadującego województwa mazowieckiego. Ponad 67% kwaterodawców wskazało, że najczęściej przyjeżdżają do nich mieszkańcy tego województwa (wykres 34). Wśród grupy pięciu województw najliczniej generujących ruch turystyczny znalazło się województwo podlaskie (4,9%) oraz dwa znacznie odleglejsze: śląskie (8,2%) i pomorskie (5,8%).



Wykres 34. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów krajowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Mieszkańcy województwa mazowieckiego, którzy przyjeżdżają na wypoczynek agroturystyczny do województwa podlaskiego, najczęściej wybierają obiekty położone w rejonie południowym (głównie Puszcza Białowieska) – 44,2%. W rejonie centralnym (Puszcza Knyszyńska i Dolina Narwi) – odpoczywa 22,5%, podobny odsetek w rejonie północnym (Puszcza Augustowska, Suwalszczyzna) – 21%. Najrzadziej wybierany jest rejon zachodni (Bagna Biebrzańskie) – 12,3% .

Pod względem miejsca zamieszkania reprezentowane są prawie wszystkie województwa z Polski. Nie odnotowano jedynie turystów z województwa zachodniopomorskiego i lubuskiego. Pełne dane przedstawiono w tabeli 9.

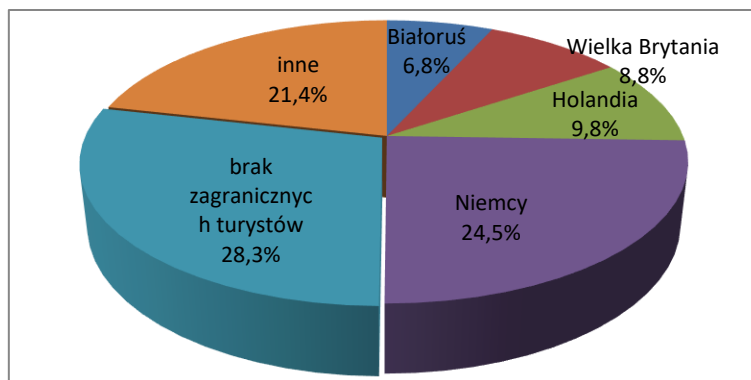
Tabela 9. Miejsce zamieszkania turystów z Polski

Lp.	Województwo	Odsetek obiektów wskazujących województwo jako najliczniej generujące ruch turystyczny
1.	dolnośląskie	3,4%
2.	kujawsko-pomorskie	2,0%
3.	lubelskie	0,5%
4.	łódzkie	2,0%
5.	małopolskie	1,5%
6.	mazowieckie	67,3%
7.	opolskie	1,0%
8.	podkarpackie	1,0%
9.	podlaskie	4,9%
10.	pomorskie	5,9%
11.	śląskie	8,3%
12.	świętokrzyskie	0,5%

Lp.	Województwo	Odsetek obiektów wskazujących województwo jako najliczniej generujące ruch turystyczny
13.	warmińsko-mazurskie	1,0%
14.	wielkopolskie	1,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W przypadku turystów zagranicznych najczęściej na wypoczynek przyjeżdżają mieszkańcy Niemiec. Co czwarty kwaterodawca wskazał, że mieszkańcy tego kraju przyjeżdżają najczęściej. Stosunkowo często wskazywano także mieszkańców Holandii (9,8%), Wielkiej Brytanii (8,8%) i Białorusi (6,8%). 28,3% kwaterodawców nie gości turystów z zagranicy (wykres 35).



Wykres 35. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów zagranicznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Turyści z Niemiec, przyjeżdżający na wypoczynek agroturystyczny do województwa podlaskiego, najchętniej wybierają rejon południowy (podobnie jak turyści z województwa mazowieckiego), aż 46,1% decyduje się na wypoczynek w tym rejonie. Prawie co czwarty turysta z tego kraju decyduje się na odpoczynek w rejonie zachodnim. Rejon północny wybiera 15,4% i tyle samo rejon centralny.

W przypadku turystów z Holandii, wypoczywających w obiektach agroturystycznych województwa podlaskiego, preferowany jest rejon zachodni (Bagna Biebrzańskie), który wybiera 45% osób korzystających z wypoczynku agroturystycznego w województwie podlaskim. Niewiele mniej (40%) podróżuje do rejonu południowego, zaś 10% do rejonu centralnego, a pozostałe 5% spędza wakacje w rejonie północnym.

Pod względem miejsca zamieszkania turystów reprezentowane są kraje europejskie, poza jednym wyjątkiem – USA. Pełne dane przedstawiono w tabeli 10.

Tabela 10. Kraj pochodzenia turystów zagranicznych

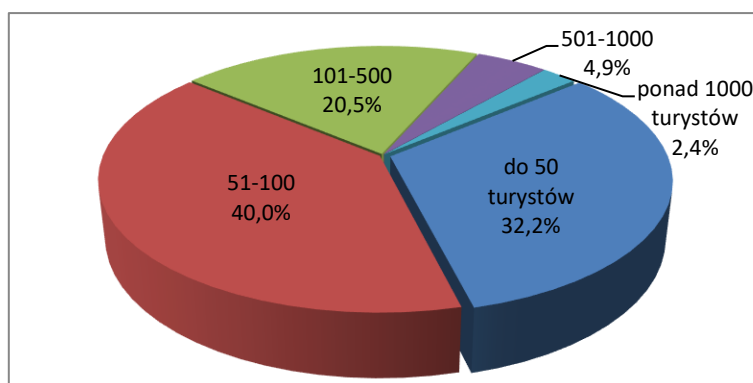
Lp.	Kraj	Odsetek obiektów przyjmujących turystów
1.	Niemcy	24,5%
2.	Holandia	9,8%
3.	Wielka Brytania	8,8%
4.	Białoruś	6,8%
5.	Belgia	4,8%
6.	Litwa	4,4%
7.	Hiszpania	1,9%
8.	Rosja	1,9%
9.	USA	1,9%
10.	Szwajcaria	1,5%
11.	Czechy	1,0%

Lp.	Kraj	Odsetek obiektów przyjmujących turystów
12.	Szwecja	1,0%
13.	Francja	0,5%
14.	Norwegia	0,5%
15.	Słowacja	0,5%
16.	Włochy	0,5%
17.	Dania	0,5%
18.	Brak zagranicznych turystów	28,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W zdecydowanej większości obiektów (ponad 70%) liczba turystów wycieczających ciągu roku nie przekracza 100 osób. W przypadku 32,2% badanych podmiotów nie przekracza ona 50 osób, a w przypadku 40% waha się pomiędzy 51 a 100 (wykres 36). Należy zaznaczyć, że mała liczba gości w ciągu roku nie zależy od liczby pokoi i miejsc noclegowych, usług żywieniowych, położenia obiektu, sezonowości świadczenia usług agroturystycznych, dodatkowych usług i atrakcji ani innych kryteriów. Należy więc wnioskować, że o ile nie jest to zamierzony cel, to występują tu problemy natury marketingowej i komunikacyjnej.

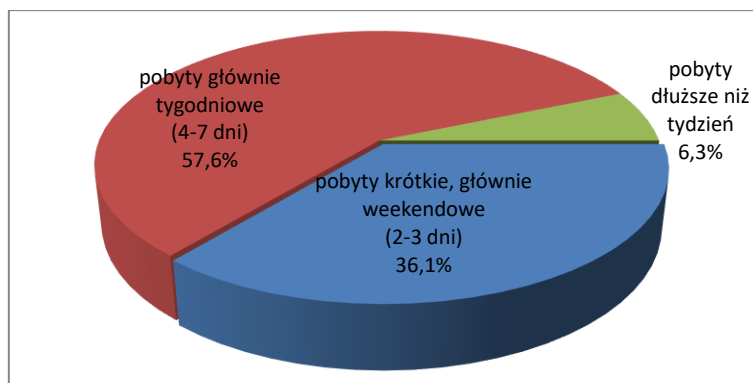
Z kolei w przypadku obiektów przyjmujących ponad 500 turystów w ciągu roku (7,3%) można zauważyć kilka cech wspólnych. Są to obiekty świadczące usługi agroturystyczne cały rok (100%), posiadające co najmniej 5 pokoi (86,7%) oferujące dostęp do sieci wi-fi (86,7%), oferujące turystom pełne wyżywienie (93,3%) i w większości położone są w rejonie południowym (46,7%).



Wykres 36. Liczba turystów wycieczających w obiektach agroturystycznych w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

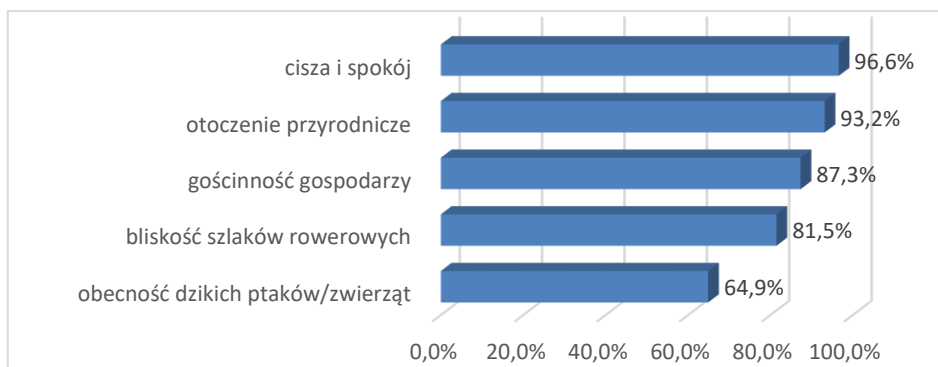
Wśród turystów wycieczających na terenie województwa podlaskiego i korzystających z obiektów agroturystycznych dominują pobyty tygodniowe (wykres 37). Prawie 58% kwaterodawców przyjmuje turystów na pobyty tygodniowe. Niewiele ponad 6% kwaterodawców przyjmuje turystów na okresy dłuższe niż tydzień, a u 36,1% dominują pobyty weekendowe.



Wykres 37. Długość pobytów agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dominujące powody wyboru przez turystów wypoczynku agroturystycznego na terenie województwa podlaskiego to przede wszystkim cisza i spokój (96,6%) oraz otoczenie przyrodnicze (93,2%). Wśród często wskazywanych atutów znalazły się również: gościnność gospodarzy (87,3%) i bliskość szlaków rowerowych (81,5%). Wyniki zaprezentowano na wykresie 38.



Wykres 38. Najbardziej cenione walory wypoczynku agroturystycznego

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zdaniem kwaterodawców znajduje się znacznie więcej atutów takiego wypoczynku (tabela 11). Warto zwrócić uwagę na dość często podkreślaną jakość oferowanych posiłków oraz możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych, które to cechy urzekły prawie co trzeciego turystę. Często wskazywano również na cechę typową dla województwa podlaskiego – położenie przy granicy państwa (24,9%) oraz możliwość przekraczania granicy (17,1%).

Tabela 11. Różnorodność walorów wypoczynku agroturystycznego wskazywana przez turystów

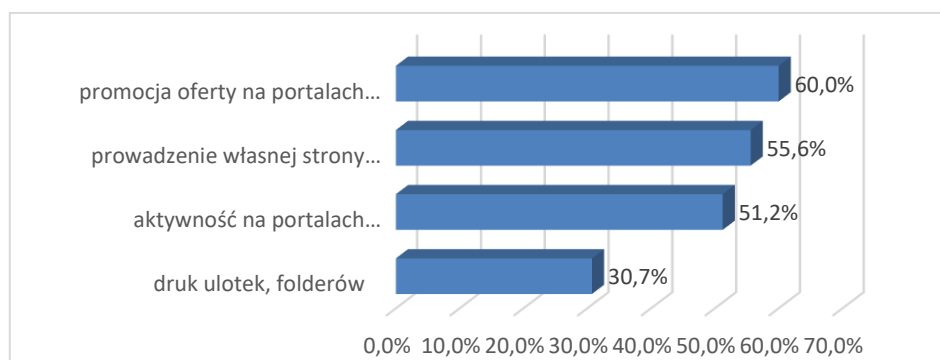
Lp.	Walor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek turystów
1.	Cisza i spokój	96,6%
2.	Otoczenie przyrodnicze	93,2%
3.	Gościnność gospodarzy	87,3%
4.	Bliskość szlaków rowerowych	81,5%
5.	Obecność dzikich ptaków/zwierząt	64,9%
6.	Wysoki standard wyposażenia pokoi	41,0%
7.	Różnorodność oferty wypoczynku	31,2%
8.	Jakość oferowanych posiłków	29,8%
9.	Możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych	29,8%
10.	Bliskość atrakcji turystycznych	27,3%
11.	Położenie przy granicy	24,9%

Lp.	Walor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek turystów
12.	Możliwość przekroczenia granicy	17,1%
13.	Brak zasięgu internetowego (cyfrowy detoks)	12,7%
14.	Możliwość korzystania z toru enduro	0,5%
15.	Kameralność obiektu	0,5%
16.	Tradycyjna architektura drewniana gospodarstwa	0,5%
17.	Czystość	0,5%
18.	Elastyczność gospodyni	0,5%
19.	Idea 'low impact'	0,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podejmowane działania promocyjne i plany rozwoju

Rynek usług agroturystycznych, niezależnie od sytuacji społeczno-gospodarczej czy epidemiologicznej wymaga podejmowania działań, które będą pozycjonowały jego pozycję wśród innych sektorów branży turystycznej. Tak samo dotyczy to poszczególnych kwaterodawców, którzy z jednej strony muszą konkurować z innymi obiektami o zainteresowanie turystów, a z drugiej muszą rozpoznawać potrzeby osób korzystających z usług agroturystycznych, aby jak najlepiej je zaspokajać. Na wykresie 39 przedstawiono najczęściej podejmowane działania promocyjne przez kwaterodawców agroturystycznych.



Wykres 39. Najczęściej podejmowane działania promocyjne

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najwięcej respondentów (60%) dba o promocję własnej działalności agroturystycznej w Internecie na portalach turystycznych i agroturystycznych. Prawie tyle samo (55,6%) założyło własną stronę internetową, a co drugi kwaterodawca jest aktywny na portalach społecznościowych (Twitter, Instagram, Facebook itp.). W czasie, gdy cała działalność promocyjna przenosi się do Internetu zwraca uwagę fakt, że prawie co trzeci kwaterodawca inwestuje w druk materiałów reklamowych, a co dziesiąty (10,2%) uczestniczy w targach turystycznych. W tabeli 12 przedstawiono wszystkie działania promocyjne podejmowane przez kwaterodawców agroturystycznych.

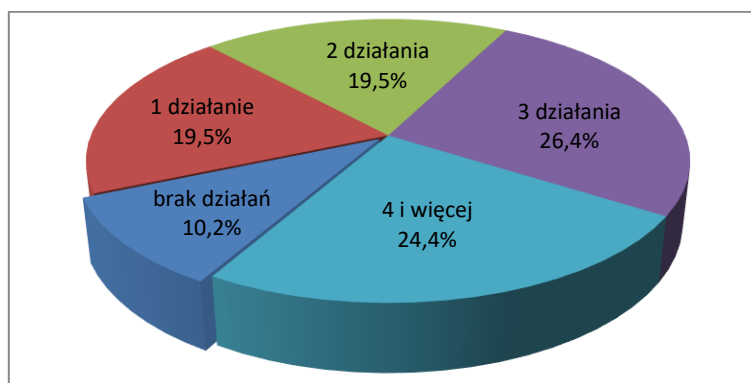
Tabela 12. Różnorodność podejmowanych działań promocyjnych

Lp.	Rodzaj działania	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Promocja oferty na portalach turystycznych i agroturystycznych	60,0%
2.	Prowadzenie własnej strony internetowej	55,6%
3.	Aktywność na portalach społecznościowych (np. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram)	51,2%
4.	Druk ulotek, folderów	30,7%

Lp.	Rodzaj działania	Odsetek obiektów podejmujących działanie
5.	Obecność na platformie booking.com	25,9%
6.	Obecność na platformie airbnb.pl	13,7%
7.	Uczestnictwo w targach turystycznych	10,2%
8.	Umieszczanie ofert na OLX	0,5%
9.	Obecność na platformie slowhop	0,5%
10.	Pozycjonowanie w Google adwords	0,5%
11.	Współpraca z portalem nocowanie.pl	0,5%
12.	Obecność na Google Maps	0,5%
13.	Baner reklamowy	0,5%
14.	Reklamy w radio	0,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

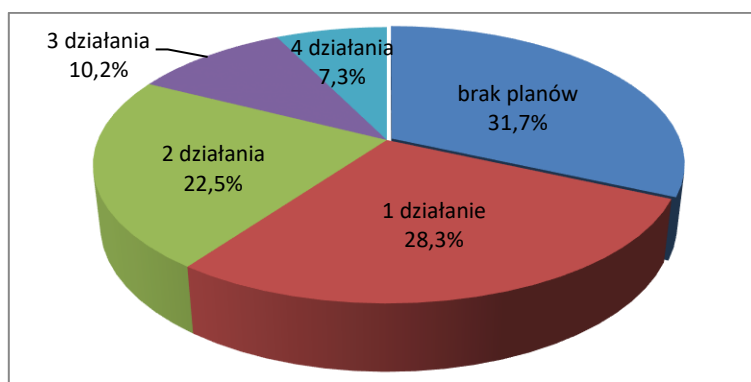
Jedynie co dziesiąty kwaterodawca nie podejmuje żadnych działań promocyjnych (wykres 40). Co piąty podejmuje jedno działanie, jednak większość nie poprzestaje na tym. Połowa kwaterodawców równolegle podejmuje więcej działań zmierzających do lepszej promocji własnej oferty. W przypadku 26,4% są to co najmniej 3 działania, a 24,4% realizuje 4 i więcej działań promocyjnych.



Wykres 40. Liczba podejmowanych działań promocyjnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

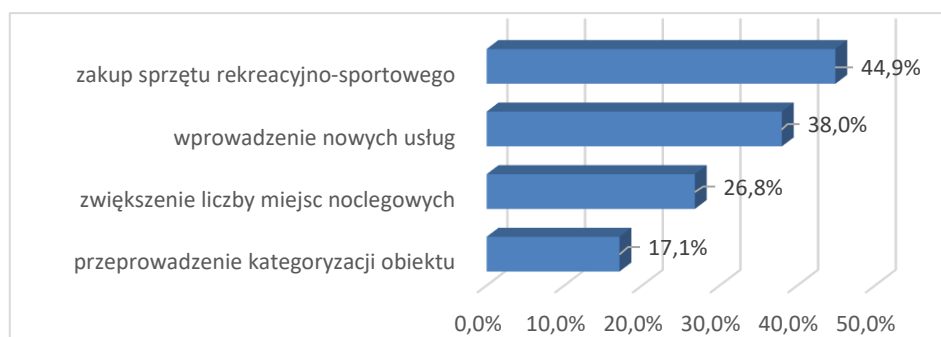
Podobnie jest z planami rozwoju. Wprawdzie prawie co trzeci kwaterodawca (31,7%) uważa, że w chwili obecnej nie musi rozwijać już swojej działalności, to jednak prawie 70% widzi potrzebę inwestycji w rozwój działalności agroturystycznej, a 40% zamierza realizować więcej niż jedno działanie. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 41.



Wykres 41. Liczba planowanych przedsięwzięć rozwojowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Do najczęstszych planowanych inwestycji należy zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego. Taką inwestycję chce zrealizować 44,9% kwaterodawców agroturystycznych (wykres 42). Znaczna część, bo aż 38%, rozważa wprowadzenie nowych usług do swojej działalności. Co czwarty (26,8%) chce zwiększyć liczbę miejsc noclegowych, a 17,1% rozważa przeprowadzenie kategoryzacji swojego obiektu.



Wykres 42. Najważniejsze przedsięwzięcia rozwojowe
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Lista przedsięwzięć, które chcą realizować kwaterodawcy jest dłuższa. Są na niej również takie jak podniesienie standardu wyposażenia czy budowa stawu, nie są one jednak powszechne. Wszystkie plany rozwojowe przedstawiono w tabeli 13.

Tabela 13. Różnorodność działań rozwojowych

Lp.	Walor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego	44,9%
2.	Wprowadzenie nowych usług	38,0%
3.	Zwiększenie liczby miejsc noclegowych	26,8%
4.	Przeprowadzenie kategoryzacji obiektu	17,1%
5.	Podniesienie standardu wyposażenia	3,4%
6.	Budowa stawu	1,0%
7.	Odmalowanie pokoi	0,5%
8.	Coaching	0,5%
9.	Przekazanie działalności dzieciom	0,5%
10.	Podjazd dla niepełnosprawnych	0,5%
11.	Powiększenie powierzchni stawu	0,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podsumowanie

Agroturystyka jest tym obszarem działalności turystycznej, który od samego początku był trudny do analiz statystycznych. Te, często obiektywne problemy, istniały i istnieją nadal w wielu aspektach usług agroturystycznych. Już sama terminologia powoduje, że pojawia się wiele wątpliwości przy określaniu, który rodzaj działalności można nazwać agroturystyką, a który nie.

Popularność tej formy wypoczynku spowodowała, że wiele obiektów traktuje określenie „agroturystyka” jako zabieg marketingowy mający przyciągnąć zainteresowanie turystów. Staje się on synonimem wypoczynku realizowanego z dala od miejskiego zgiełku, w otoczeniu niekażonego środowiska przyrodniczego, w bezpośredniej bliskości wsi, z łatwym dostępem do naturalnych produktów rolnych i zdrowej żywności oraz z oszczędnością wydatków ponoszonych na nocleg. Mimo to

dla wielu agroturystyka jest nieodłącznie związana z wypoczynkiem na terenie czynnego gospodarstwa rolnego – u rolnika, który uprawia pole i posiada zwierzęta gospodarskie, czyli u gospodarza agroturystycznego. Jest to wymogiem formalnym dla uniknięcia konieczności rejestrowania działalności gospodarczej i płacenia podatków. Taka forma wsparcia jest przewidziana dla rolników, którzy chcą posiadać dodatkowe źródło dochodów z usług oferowanych turystom. Warunkiem jest jedynie określona liczba pokoi oferowana turystom, która nie może przekraczać pięciu.

Należy zwrócić również uwagę na fakt, że początkowo świadczenie usług noclegowych w agroturystyce mogło być realizowane tylko w budynku, w którym śpią gospodarze. Jednak z jednej strony rozwój rolnictwa i dostęp do środków finansowych spowodował, że rolnicy często budowali drugie domy z myślą o wynajmowaniu ich turystom. Z drugiej strony postępował proces migracji ze wsi do miast, co powodowało, że wiele domów stało opuszczonych, z możliwością użytkowania turystycznego. Wreszcie wielu turystów, jak i samych gospodarzy, wolało mieszkać w osobnych domach. Taka sytuacja również przyczyniała się do powstawania nowych wątpliwości odnośnie do zaliczenia takich usług jako agroturystycznych.

Ten stan rzeczy wymagał zastosowania w trakcie badań nowatorskiego podejścia do tego zagadnienia. Zdecydowano się wyróżnić dwie kategorie usług agroturystycznych. Jedną z nich to gospodarstwa agroturystyczne, których właściciele prowadzą czynne gospodarstwo rolne, a dodatkowo zajmują się usługami dla turystów (noclegowe, żywieniowe i inne). Drugą, to kwatery agroturystyczne, których właściciele z różnych powodów (ekonomicznych, zdrowotnych, społecznych lub innych) zdecydowali się na prowadzenie wyłącznie działalności polegającej na obsłudze turystów. Jedne i drugie zaliczane są do obiektów agroturystycznych, takich, które wypełniają istotę wypoczynku agroturystycznego z punktu widzenia turysty, a także biorą pod uwagę rodzaj świadczonych usług przez właścicieli tych obiektów.

Wnioski końcowe

Liczba obiektów agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego jest bliska 800. Są to wszystkie zidentyfikowane i zweryfikowane w trakcie badań obiekty. Obejmują one zarówno gospodarstwa agroturystyczne, jak i kwatery agroturystyczne. Odnosząc się do wyników przeprowadzonych badań można stwierdzić, że obecnie co trzecie obiekt agroturystyczny to kwatera, a 2/3 to gospodarstwa agroturystyczne.

Przestrzenne rozmieszczenie obiektów agroturystycznych jest niejednorodne. Można zauważyć, że temu rodzajowi działalności sprzyja bliska lokalizacja wyróżniających walorów przyrodniczych. Najwięcej obiektów jest na terenie Puszczy Białowieskiej, następnie na pojezierzu suwalsko-augustowskim (Puszcza Augustowska, bliskość dwóch parków Wigierskiego i Suwalskiego, a także polodowcowa rzeźba tego obszaru czynią go wyróżniającym się) oraz na terenie i w sąsiedztwie Puszczy Knyszyńskiej. Stosunkowo nieduża liczba obiektów na obszarze bagien biebrzańskich wynika z jednej strony z trudnej dostępności tych terenów (mniejsze zagęszczenie mieszkańców), a z drugiej z faktu, że nie tylko powiat augustowski, ale także Białystok stały się naturalną bazą wypadową dla turystów odwiedzających te bagienne tereny.

Środowisko przyrodnicze jest jednym z najważniejszych czynników lokalizacyjnych i świadczącym o konkurencyjności. Ponad 93% kwaterodawców uważa to jako jeden z najbardziej cenionych wśród turystów walorów agroturystyki. Jednocześnie prawie połowa obiektów jest oddalona od lasu o mniej niż 200 metrów. Co czwarty obiekt agroturystyczny znajduje się w odległości mniejszej niż 200 metrów od zbiornika wodnego, a prawie 18% obiektów jest tak zlokalizowanych względem rzeki.

Województwo podlaskie jest obszarem graniczącym z dwoma państwami: Litwą i Białorusią. Przygraniczne położenie jest istotnym czynnikiem lokalizacyjnym dla obiektów agroturystycznych. W gminach przygranicznych (jest ich 23 ze 118 w całym województwie) zlokalizowanych jest 46,7% wszystkich obiektów. Oznacza to, że w niecałych 20% gmin zlokalizowanych jest prawie połowa usługodawców agroturystycznych. Jednocześnie 25% respondentów wskazywało to jako jeden z atutów obiektu.

Najchętniej wczasy agroturystyczne w województwie podlaskim wybierają mieszkańcy województwa mazowieckiego. Stanowią oni 67,2% wszystkich odwiedzających. Wśród turystów zagranicznych dominują mieszkańcy Niemiec (24,5% wszystkich turystów). Właściciele obiektów agroturystycznych są przygotowani na obsługę turystów z zagranicy. Gości ich u siebie ponad 70% kwaterodawców.

Na wczasy agroturystyczne przyjeżdżają zróżnicowane grupy turystów. Najliczniejszą grupę stanowią rodziny z dziećmi. Gości ich u siebie prawie 90% właścicieli obiektów agroturystycznych. Licznie reprezentowane są również osoby młode (75,6%). Duże zróżnicowanie grup turystów wynika z braku specjalizacji i braku nastawienia się na obsługę wybranych segmentów rynku. Tylko 16,1% usługodawców agroturystycznych może wskazać nie więcej niż dwie główne grupy, które odwiedzają jego obiekt. Z kolei prawie 40% właścicieli obiektów agroturystycznych wskazuje pięć i więcej takich grup.

Obiekty agroturystyczne w województwie podlaskim są przygotowane do świadczenia usług noclegowych na wysokim poziomie i przez cały rok. W ponad 75% są to obiekty całosezonowe. Prawie 64% obiektów ma co najmniej 4 pokoje, a ponad 80% dysponuje co najmniej 7 pokojami do wynajęcia lub większą ich liczbą. Kwaterodawcy oferują zróżnicowane dodatkowe wyposażenie, które jest znaczącym udogodnieniem dla wypoczywających turystów. Do powszechnego wyposażenia należą: grille, miejsca na ognisko czy różnego rodzaju meble ogrodowe. Świadczy to o tendencji do traktowania agroturystyki jako ważnego źródła dochodów.

Niestety, w kwestii dywersyfikowania źródeł dochodu z działalności agroturystycznej pozostaje jeszcze duża przestrzeń do rozwoju. Standardem jest oferowanie przestrzeni kuchenneo-jadalnej, w której turyści mogą przygotować samodzielnie posiłek lub go zjeść (tylko 4,4% obiektów nie posiada ani jadalni ani kuchni do dyspozycji gości). Niestety większość (55,6%) właścicieli obiektów agroturystycznych nie świadczy usługi żywieniowej, a u 35,6% jest ona na zamówienie, co nie zawsze oznacza jej dostępność. Prawie 28% właścicieli nie oferuje żadnych własnych wyrobów kulinarnych. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że blisko 30% kwaterodawców wśród atutów wymienia możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych i tyle samo wyróżnia jakość oferowanych posiłków.

Świadczenia usług w zakresie zagospodarowania czasu wolnego również pozostają w fazie niedostrzegania lub niedoceniań ich znaczenia w sferze usług agroturystycznych. Aż 41,5% właścicieli obiektów agroturystycznych nie oferuje usług dotyczących zagospodarowania czasu wolnego turystów. Do najczęściej spotykanych należą usługi przewodnickie (27,8%), warsztaty rękodzieła ludowego, kulinarne i inne (23,4%). Wielu respondentów wśród takich usług wskazywało opiekę nad zwierzętami (22%) lub pomoc w pracach polowych (17,6%) co, jak należy przypuszczać, nie jest związane z dodatkową opłatą wnoszoną przez turystę. Jednak ten stan może ulec poprawie, gdyż 38% kwaterodawców agroturystycznych deklaruje chęć wprowadzenia nowych usług do swojej działalności. Dodatkowo aż 77,1% widzi potrzebę podjęcia działań mających na celu poszerzenie oferty wypoczynku. Najczęściej jest to inicjowanie współpracy z innymi kwaterodawcami lub gospodarstwami rolnymi (ponad 55%). Często jest podejmowana współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego (34,6%) i z przewodnikami turystycznymi (31,2%).

Równie wysoki odsetek kwaterodawców (68,3%) zamierza zainwestować w modernizację swojego obiektu. Najczęściej są to plany dotyczące zakupu sprzętu rekreacyjno-sportowego (zamiary takie zgłosiła prawie połowa respondentów). Często (26,8%) deklarowana jest potrzeba zwiększenia liczby posiadanych miejsc noclegowych. Równolegle do działań inwestycyjnych podejmowane są działania promocyjne. Prawie 90% kwaterodawców widzi taką potrzebę. Najczęściej jest to promocja na portalach turystycznych i agroturystycznych lub prowadzenie własnej strony internetowej. Co drugi kwaterodawca podejmuje także aktywne działania na portalach społecznościowych.

Reasumując można stwierdzić, że właściciele obiektów agroturystycznych są świadomi potrzeby nadążania za zmieniającymi się potrzebami turystów. Widzą także konieczność podejmowania różnych działań, które będą stabilizować ich pozycję na rynku usług agroturystycznych.

Rekomendacje

Rynek usług agroturystycznych jest ważnym, ale trudnym do zorganizowania i zarządzania, a przez to niedocenianym sektorem branży turystycznej. W województwie podlaskim dysponuje on około 9 tysiącami miejsc noclegowych, z których większość jest poza kontrolą instytucji i organizacji turystycznych. Uporządkowanie runku usług agroturystycznych jest w interesie zarówno branży turystycznej (sektora usług noclegowych, żywieniowych, przewodnickich i innych), organizacji zarządzających turystyką, jak i samorządu terytorialnego.

Mając powyższe na uwadze, a także odnosząc się do wyników przeprowadzonych badań, rekomenduje się dla właścicieli obiektów agroturystycznych:

- przystępowanie do stowarzyszeń agroturystycznych
Nieliczne podmioty są zrzeszonych w organizacjach turystycznych (stowarzyszeniach, lokalnych organizacjach turystycznych, lokalnych grupach działania). Organizacje te są wyposażone w odpowiednią wiedzę prawną, ekonomiczną i marketingową. Wspierają swoich członków organizacyjnie i merytorycznie. Sprzyjają wymianie wiedzy i rozwijaniu współpracy pomiędzy kwaterodawcami. Są odpowiednim podmiotem do podejmowania współpracy zinstytucjonalizowanej z innymi podmiotami otoczenia agroturystycznego (urzędy gmin, lot-y, uczelnie wyższe, szkoły zawodowe).
- zgłaszanie (rejestrwanie) swojej działalności w urzędach gmin
Dotyczy to gospodarstw agroturystycznych, które nie muszą rejestrować działalności gospodarczej, aby móc prowadzić działalność w zakresie świadczenia usług turystom. Mają jednak powinność zgłaszania gminom tej działalności w celach rejestracyjnych. Unikanie tego powoduje, że wydziały lub referaty gminne zajmujące się wspieraniem takiej działalności, nie mają wiedzy o niej, a tym samym nie są w stanie ich wesprzeć. Niesie to również obawy dotyczące rzetelności świadczenia usług, ich jakości, a także może budzić wątpliwości odnośnie do bezpieczeństwa pobytu turystów. Przyczynia się również do niechęci przedstawicieli innych sektorów turystycznych i wyrażania ich obaw o obniżanie jakości usług turystycznych jak również zaufania turystów do regionu.
- zwiększenie zaangażowania w uczestnictwie w badaniach prowadzonych w sektorze usług agroturystycznych
Właściciele obiektów agroturystycznych niechętnie, a zazwyczaj wcale nie przystępują do badań realizowanych przez środowiska naukowe i eksperckie. Nie widząc bezpośrednich korzyści z wypełnienia kwestionariusza ankiety bądź przeprowadzenia wywiadu tłumaczą to

najczęściej brakiem czasu i nadmiarem obowiązków. Z kolei brak wiedzy na temat uwarunkowań rozwoju tego sektora powoduje, że wsparcie instytucji publicznych i organizacji turystycznych może być niewłaściwe lub spóźnione. Utrudnia to, a niejednokrotnie uniemożliwia stowarzyszeniom agroturystycznym podejmowanie prób lobbowania za rozwiązaniami, które mogłyby usprawnić rozwój agroturystyki.

Zmiana postaw wśród właścicieli obiektów agroturystycznych wymaga zaangażowania się wielu innych podmiotów w poprawę procesu komunikacji ze środowiskiem agroturystycznym. Należą do nich w szczególności Sekretariat Regionalny Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w województwie podlaskim (KSOW), Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT), lokalne organizacje turystyczne (LOT), lokalne grupy działania (LGD), stowarzyszenia agroturystyczne (SA), ośrodki doradztwa rolniczego (ODR) oraz urzędy gmin (UG). Każda z nich, co prawda w różnym stopniu, angażuje się we wspieranie działań zmierzających do różnicowania działalności rolniczej w kierunku turystycznym, wspiera działania gospodarstw agroturystycznych, bądź angażuje się w tworzenie warunków rozwoju turystyki na obszarach wiejskich. Podmioty te, samodzielnie lub we współpracy, powinny zintensyfikować i ukierunkować swoje działania w kierunku zintegrowania środowiska agroturystycznego i zorganizowania stabilnego wsparcia dla rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim. W szczególności do takich działań należy zaliczyć:

- nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami i instytucjami wspierającymi rozwój agroturystyki w województwie podlaskim
Brak usystematyzowanego wsparcia dla sektora usług agroturystycznych jest wynikiem znikomego przenikania się tych środowisk. Współpraca ta mogłaby rozpocząć się od powołania Rady Wsparcia Agroturystyki działającej przy marszałku właściwym dla spraw turystyki lub obszarów wiejskich.
- prowadzenie cyklicznych badań w sektorze usług agroturystycznych
Badania takie dostarczą aktualnej i wiarygodnej wiedzy o zmianach w popycie i podaży usług agroturystycznych na obszarze województwa podlaskiego oraz pozwolą je lepiej przewidywać. Badania mogłyby być prowadzone w cyklu dwuletnim, wśród właścicieli obiektów agroturystycznych i w takim samym cyklu wśród turystów wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych. Do ich realizacji potrzebna jest dobra współpraca z właścicielami obiektów agroturystycznych i ich zaangażowanie.
- wypracowanie systemu cyklicznych szkoleń
Szkolenia organizowane w cyklu kwartalnym, dla niewielkiej grupy uczestników, mogłyby być poświęcane różnym zagadnieniom (dotyczących aktualnych trendów sprzedażowych i promocyjnych, w szczególności wykorzystujących nowoczesne narzędzia komunikacji; rozwoju przedsiębiorczości; możliwości pozyskania środków finansowych na rozwój działalności agroturystycznej ze środków krajowych i unijnych; promocji w Internecie; ekonomii współdzielenia; specjalizacji usług agroturystycznych, innowacyjności, itp.). Wielu kwaterodawców samodzielnie podejmuje działania na rzecz promocji i sprzedaży usług agroturystycznych w Internecie. Prowadzą strony internetowe, zakładają profile na portalach społecznościowych, uczestniczą w dyskusjach grup tematycznych. Brakuje im jednak aktualnej wiedzy eksperckiej w odniesieniu do technik prowadzenia takiej promocji za pośrednictwem Internetu. Zainteresowaniem cieszą się również szkolenia organizowane przez UG, LGD, LOT oraz PROT. Niestety nie ma w województwie podlaskim systemu wsparcia rozwoju usług agroturystycznych.

- wypracowanie systemu rekomendacji agroturystycznej
To działanie należałoby połączyć z opracowaniem systemu regionalnej kategoryzacji obiektów agroturystycznych. Były, i są nadal, podejmowane próby realizacji takiego działania przez LGD-y lub SA. Są one konkurencyjne dla kosztownej kategoryzacji prowadzonej przez PTFW „Gospodarstwa Gościnne”. Obecnie około 17% kwaterodawców planuje przeprowadzenie kategoryzacji swoich obiektów. W sytuacji opracowania regionalnych standardów jakości świadczenia usług agroturystycznych stałyby się one bardziej dostępne, a w połączeniu z systemem rekomendacji agroturystycznej być może nawet pożądane przez osoby świadczące usługi agroturystyczne. Ważne są tu jednak wspólne działania organizacyjno-promocyjne podejmowane przez KSOW, LGD i PROT. Należy oczekiwać, że podejmowanie i formalizowanie takich rozwiązań sprzyjałoby także wewnętrznej integracji całej branży turystycznej.
- organizacja kursów językowych
Prawie 30% obiektów agroturystycznych nie przyjmuje turystów zagranicznych. Jednym z powodów jest bariera językowa, niesłusznie uważana za czynnik wykluczający możliwość podjęcia takiej obsługi. Dedykowane szkolenia dla sektora usług agroturystycznych przygotowujące do wyrobienia umiejętności konwersacji w języku obcym na poziomie podstawowym mogą przyczynić się do pokonanie tej bariery. Połączone to z akcją promocyjną zorganizowaną przez Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej promującą wypoczynek na polskiej wsi (np. polska wieś mówi w twoim języku) mogą przyczynić się do motywowania przyjazdów do obiektów agroturystycznych. Dla wielu turystów zagranicznych obawa przed brakiem komunikacji z kwaterodawcą mogła być również powodem do odkładania wyjazdu.
- nawiązanie współpracy z uczelniami wyższymi
Uczelnie wyższe umożliwiają dostęp do ekspertów³² z różnych dziedzin – turystycznych i około turystycznych. To także liczne grono studentów, z których wielu działa w ramach kół naukowych i rozwija swoje umiejętności w sposób równoległy do dydaktyki. Kreatywność, inspiracja, nowatorskie spojrzenie i wiele innych zdolności studenckich może być rozwijanych przy współpracy z kwaterodawcami agroturystycznymi i na ich rzecz. Uczelnie to również miejsce do podnoszenia własnych kwalifikacji i pogłębiania wiedzy poprzez uczestnictwo w studiach podyplomowych. Wymaga to jednak prac organizacyjnych na poziomie instytucjonalnym podmiotów zaangażowanych w rozwój agroturystyki.
- opracowanie bazy obiektów agroturystycznych (elektroniczna platforma usług agroturystycznych)
Sektor usług agroturystycznych wymaga ustawicznego i systemowego wsparcia. Może je osiągnąć poprzez współpracę międzyinstytucjonalną (KSOW, ODR, PROT, LGD, LOT, SA, UG),

³² Wiele uczelni prowadzi systematyczne badania w zakresie funkcjonowania szeroko rozumianego sektora usług agroturystycznych. Mają one bardzo różny charakter, od szczegółowej analizy funkcjonowania wybranych gospodarstw agroturystycznych, poprzez rozwój wsi tematycznych, a skończywszy na ogólnych zagadnieniach rozwoju turystyki wiejskiej. Można wymienić kilka przykładowych pozycji: J. Cichowska, Analiza i oceny SWOT przeprowadzone dla wybranych gospodarstw agroturystycznych województwa kujawsko-pomorskiego. M. Pisarek, J. Lechowska, Atrakcyjność gospodarstw agroturystycznych w gminie Gorlice. A. Podolska, Rozwój obszarów wiejskich w oparciu o ideę tworzenia wiosek tematycznych. A. Siedlecka, G. Wielogórska, Czynniki determinujące prowadzenie działalności agroturystycznej przez wiejskie gospodarstwa domowe na przykładzie województwa lubelskiego. Mają one bardzo często przyczynkowy charakter, świadczą jednak o niewykorzystanym potencjale środowiska naukowego do budowania trwałego systemu wsparcia sektora agroturystycznego.

ale również w drodze opracowania bazy obiektów agroturystycznych, która służyłaby w szczególności do bezpośredniego kontaktu z usługodawcami agroturystycznymi. Ponadto mogłaby zostać wykorzystana do promocji obiektów agroturystycznych na stronach internetowych czy opracowania katalogu kwater agroturystycznych. Stałaby się załącznikiem elektronicznej platformy usług agroturystycznych integrującą kwaterodawców m.in. poprzez udostępnianie na niej: przykładów dobrych praktyk, poradników, podręczników, szkoleń on-line, itp. Platforma mogłaby służyć również organizacji giełd turystycznych lub konkursów, np. na innowacyjną usługę agroturystyczną lub na „najpiękniejszą” kwaterę w województwie podlaskim.

Zmiana postaw i nastawienia właścicieli obiektów agroturystycznych wymaga zaangażowania się wielu innych podmiotów w poprawę procesu komunikacji ze środowiskiem agroturystycznym. Tak samo realizacja listy rekomendacji wymaga zaangażowania się tych samych środowisk we współpracę międzyinstytucjonalną.

Spisy

Spis literatury

1. Bielawska I. i inni, Turystyka w województwie podlaskim, Politechnika Białostocka, Białystok 2001.
2. Cichowska J., Analiza i oceny SWOT przeprowadzone dla wybranych gospodarstw agroturystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, Infrastruktura i Ekologia Terenów wiejskich nr 1/2011, Kraków 2011.
3. Ciepela G. A., Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce, [w:] Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego, Studia i Prace, nr 1(25), Szkoła Główna Handlowa 2016.
4. Czauż A. i inni, Diagnoza strategiczna województwa podlaskiego, Podlaskie Regionalne Obserwatorium Terytorialne, Białystok 2020.
5. Dębniowska M., Tkaczuk M., Agroturystyka, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 1997.
6. Drzewiecki M., Podstawy agroturystyki, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2001.
7. Gralak K., Kacprzak M., Agroturystyka w rozwoju obszarów wiejskich w Polsce – stan obecny, problemy i perspektywy, Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja, 2(22), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa 2018.
8. Hełdak M., Identyfikacja i ocena uwarunkowań rozwoju agroturystyki na Dolnym Śląsku, Acta Scientiarum Polonorum. Administratio Locorum 1/1/2, 33-65, 2002, dostęp elektroniczny <http://bazhum.muzhp.pl>
9. Idziak W., Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne, Wydawnictwo Alta Press, Koszalin 2008.
10. Jalinik M., Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.
11. Kaczmarska A., Wybrane czynniki rozwoju turystyki, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne, 2014, dostęp elektroniczny <https://docplayer.pl>.
12. Koniusz M., Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.
13. Kowalczyk A., Kilka uwag o uwarunkowaniach agroturystyki. Agroturystyka jako dodatkowe źródło dochodu na wsi. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993.
14. Lipianin-Zontek E., Szewczyk L., Zontek Z., Współdziałanie mieszkańców w kreowaniu produktu turystycznego regionu - produkty obszarów wiejskich i agroturystyczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Ekonomiczne Problemy Turystyki (nr 8), Szczecin 2007
15. Majewska I. i inni, Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, Warszawa 2015.
16. Majewski J., Tożsamość turystyki wiejskiej – poziomy: ogólnokrajowy, regionalny, lokalny, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.
17. Meyer B., Wybrane aspekty ruchu turystycznego, Fundacja Na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.
18. Mikuta B., Żelazna K., Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa 2004.
19. Plan zagospodarowania przestrzennego województwa podlaskiego, Samorząd województwa Podlaskiego, Białystok 2017, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr XXXVI/330/17 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 22 maja 2017 r. (Dz. Urz. Woj. Podlaskiego z 2017 r. poz. 2777 z dnia 11.07.2017r.).
20. Pisarek M., Lechowska J., Atrakcyjność gospodarstw agroturystycznych w gminie Gorlice, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2(12), Warszawa 2011.
21. Podolska A., Rozwój obszarów wiejskich w oparciu o ideę tworzenia wiosek tematycznych. Studia Obszarów Wiejskich, t. 49, IGiPZ PAN, Warszawa 2018.
22. Roman M., Niedziółka A., Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017.
23. Sawicki B., Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich, Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 2007.
24. Siedlecka A., Wielogórska G, Czynniki determinujące prowadzenie działalności agroturystycznej przez wiejskie gospodarstwa domowe na przykładzie województwa lubelskiego, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 1(20), Warszawa 2018.
25. Siekierski J., Popławski L., Usługi turystyczne jako nowa forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, nr 3(14), Tarnów 2009.

26. Strzembicki L., Marketing w agroturystyce, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995.
27. Sznajder M., Przebórska L., Agroturystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
28. Wiatrak A. P., Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998.
29. Woźniak M., Cebulak T., Otoczenie przyrodnicze elementem wyznaczającym wzajemne relacje między turystami a przestrzenią agroturystyczną, [w:] Marketing w agroturystyce, red. M. Plichta, J. Sosnowski, „Monografie Akademii Podlaskiej w Siedlcach” nr 75, Siedlce 2006.
30. www.mojaforma.infor.pl
31. www.pftw.pl
32. Żelazna K., Marketing mix i jego elementy w działalności turystycznej, [w:] Agroturystyka, red. U. Świetlikowska, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000.

Spis tabel

Tabela 1. Analiza SWOT potencjału sektora agroturystycznego w województwie podlaskim	13
Tabela 2. Liczba kwater i gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim.....	15
Tabela 3. Udział respondentów w badaniach w poszczególnych powiatach.....	18
Tabela 4. Różnorodność urządzeń i sprzętu rekreacyjno-sportowego i wypoczynkowego	26
Tabela 5. Różnorodność produktów i wyrobów oferowanych turystom.....	29
Tabela 6. Różnorodność usług turystycznych oferowanych turystom.....	31
Tabela 4. Różnorodność działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku	33
Tabela 8. Grupy turystów korzystające z usług agroturystycznych.....	34
Tabela 9. Miejsce zamieszkania turystów z Polski	35
Tabela 10. Kraj pochodzenia turystów zagranicznych	36
Tabela 11. Różnorodność walorów wypoczynku agroturystycznego wskazywana przez turystów.....	38
Tabela 12. Różnorodność podejmowanych działań promocyjnych	39
Tabela 13. Różnorodność działań rozwojowych	41

Spis wykresów

Wykres 1. Rozmieszczenie obiektów agroturystycznych w rejonach turystycznych	16
Wykres 2. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w powiatach przygranicznych	16
Wykres 3. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w gminach przygranicznych	17
Wykres 4. Rodzaj obiektów biorących udział w badaniu	18
Wykres 5. Udział respondentów w badaniu w podziale na powiaty.....	18
Wykres 6. Udział respondentów biorących udział w badaniu	19
Wykres 7. Respondenci w podziale na rejony turystyczne	20
Wykres 8. Udział respondentów z gmin przygranicznych	20
Wykres 9. Sezonowość obiektów agroturystycznych	20
Wykres 10. Kategoryzacja kwater i gospodarstw agroturystycznych	21
Wykres 11. Dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.....	21
Wykres 12. Możliwość przyjazdu ze zwierzętami	22
Wykres 13. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od lasu	22
Wykres 14. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od rzeki	23
Wykres 15. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od zbiornika wodnego	23
Wykres 16. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od jeziora	24
Wykres 17. Kwatery i gospodarstwa agroturystyczne z samodzielnym domkiem i pokojami w domu gospodarzy ..	24

Wykres 18. Liczba pokoi	25
Wykres 19. Liczba dostępnych miejsc noclegowych	25
Wykres 20. Liczba pokoi z prywatną łazienką	25
Wykres 21. Udogodnienia w obiektach agroturystycznych	26
Wykres 22. Dodatkowe wyposażenie obiektów agroturystycznych	26
Wykres 23. Możliwość samodzielnego przygotowania posiłków	28
Wykres 24. Usługi żywieniowe w obiektach agroturystycznych	28
Wykres 25. Własne produkty oferowane dla gości	29
Wykres 26. Liczba produktów oferowanych w obiektach agroturystycznych	30
Wykres 27. Odległość od sklepów i punktów gastronomicznych	30
Wykres 28. Usługi dodatkowe oferowane turystom przebywającym na wczasach agroturystycznych	31
Wykres 29. Liczba usług oferowanych w obiektach agroturystycznych	32
Wykres 30. Liczba działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku	32
Wykres 31. Najczęstsze działania podejmowane w celu poszerzenia oferty wypoczynku	33
Wykres 32. Specjalizacja w obsłudze grup turystów	34
Wykres 33. Grupy turystów najliczniej korzystające z usług agroturystycznych	34
Wykres 34. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów krajowych	35
Wykres 35. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów zagranicznych	36
Wykres 36. Liczba turystów wypoczywających w obiektach agroturystycznych w ciągu roku	37
Wykres 37. Długość pobytów agroturystycznych	38
Wykres 38. Najbardziej cenione walory wypoczynku agroturystycznego	38
Wykres 39. Najczęściej podejmowane działania promocyjne	39
Wykres 40. Liczba podejmowanych działań promocyjnych	40
Wykres 41. Liczba planowanych przedsięwzięć rozwojowych	40
Wykres 42. Najważniejsze przedsięwzięcia rozwojowe	41

Załączniki

Kwestionariusz ankiety

Szanowni Państwo,

zwracamy się z prośbą o wypełnienie ankiety dotyczącej Państwa działalności w zakresie usług agroturystycznych. Wypełnienie ankiety zajmie około 10 minut. Przystąpienie do badania niesie wiele korzyści, takich jak:

- dołączenie do bazy danych kwater agroturystycznych w województwie podlaskim, którą zarządzać będzie Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT) oraz Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego (UMWP),
- umieszczenie oferty agroturystycznej w katalogu kwater agroturystycznych województwa podlaskiego,
- uzyskanie pomocy w rozwoju i promocji oferty agroturystycznej,
- możliwość udziału w szkoleniach kierowanych do uczestników badania, m.in. "Kreowanie marki w agroturystyce", "Jak budować wizerunek kwatery na FB i Instagramie",
- promocja oferty agroturystycznej w Internecie (serwisach PROT, KSOW, UMWP) oraz certyfikowanych centrach informacji turystycznej.

Badanie jest realizowane przez PROT w ramach realizacji zadania pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020. Więcej informacji o zadaniu znajdą Państwo na stronie:

<https://podlaskie.it/aktualnosci/inwentaryzacja-gospodarstw-agroturystycznych-na-terenie-wojewodztwa-podlaskiego>

Sekcja 1. Forma działalności

1. Rodzaj obiektu

- kwatera agroturystyczna (czynne gospodarstwo rolne)
- agroturystyka (działalność gospodarcza)
- pensjonat/dworek (działalność gospodarcza)

Sekcja 2. Dane teleadresowe

2. Nazwa kwatery/obiektu [...]
3. Imię i nazwisko właściciela [...]
4. Powiat [...]
5. Gmina [...]
6. Kod pocztowy [...]
7. Miasto/wieś [...]
8. Ulica [...]
9. Numer domu [...]
10. Numer telefonu [...]
11. Adres e-mail [...]
12. Strona www [...]

Sekcja 3. Podstawowe informacje o obiekcie

13. Kategoria kwatery agroturystycznej (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- kategoryzacja Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej
- kategoryzacja stowarzyszenia agroturystycznego
- kategoryzacja lokalnej grupy działania
- brak kategoryzacji
- inna odpowiedź [...]

14. Sezonowość

- obiekt całoroczny
- obiekt sezonowy

15. Możliwość przyjazdu ze zwierzętami

- tak
- nie

16. Obiekt przystosowany dla osób niepełnosprawnych

- tak
- nie

Sekcja 4. Baza noclegowa

17. Samodzielny domek/domki

- tak
- nie

18. Pokój/pokoje w domu gospodarzy

- tak
- nie

19. Liczba pokoi ogółem [...]

20. Liczba miejsc noclegowych ogółem [...]

21. Liczba pokoi z prywatną łazienką [...]

22. Wifi

- tak
- nie

23. Klimatyzacja

- tak
- nie

Sekcja 5. Baza gastronomiczna

24. Wyposażenie obiektu (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- kuchnia do dyspozycji gości
- jadalnia
- brak kuchni i jadalni do dyspozycji gości

25. Usługi żywieniowe (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- wyżywienie pełne
- wyżywienie na zamówienie
- tylko śniadania
- brak wyżywienia

26. Własne produkty i wyroby (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- owoce z sadu
- warzywa z ogrodu
- wyroby wędliniarskie
- nabiał

- miód
- brak własnych produktów i wyrobów
- inna odpowiedź [...]

Sekcja 6. Baza rekreacyjno-sportowa

27. Atrakcje w gospodarstwie (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- boisko do siatkówki
- plac zabaw
- kąpielisko/dostęp do wody/plaża
- rowery
- basen odkryty
- kajaki
- ruska bania/sauna
- kije do nordic walking
- sprzęt wędkarski
- stół do tenisa
- piłkarzyki
- meble ogrodowe/altany/hamaki
- miejsce na ognisko
- grill
- konie
- mini zoo
- brak wymienionych atrakcji
- inna odpowiedź [...]

28. Usługi oferowane przez gospodarstwo (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- warsztaty (rękodzieła ludowego, kulinarne, inne)
- spędzanie czasu ze zwierzętami w gospodarstwie (karmienie, opieka)
- jazda konna
- hipoterapia
- pomoc w pracach polowych
- zielone szkoły, kolonie
- animacje dla dzieci
- usługi przewodnickie
- brak usług dotyczących zagospodarowania czasu wolnego
- inna odpowiedź [...]

Sekcja 7. Odległości od wybranych miejsc/obiektów

29. Odległość od lasu

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

30. Odległość od rzeki

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

31. Odległość od jeziora

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

32. Odległość od zalewu

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

33. Odległość od sklepu spożywczego

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

34. Odległość od punktu gastronomicznego (bar/restauracja itp.)

- 0 - 0,2 km
- 0,2 - 0,5 km
- 0,5 - 1 km
- 1 - 5 km
- powyżej 5 km

Sekcja 8. Informacje o turystach

35. Liczba turystów odwiedzających gospodarstwo w ciągu roku

- 0-50
- 51-100
- 101-500
- 501-1000
- ponad 1000

36. Grupy turystów najczęściej korzystających z oferty gospodarstwa (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- rodziny z dziećmi
- osoby młode (przyjaciele, młode małżeństwa)
- osoby starsze (w towarzystwie przyjaciół, partnerów)
- osoby samotne
- pracownicy firm
- turyści zagraniczni
- dzieci (kolonie, zielone szkoły)
- rowerzyści
- inna odpowiedź [...]

37. Województwo, z którego najczęściej przyjeżdżają polscy turyści [...]

38. Kraj, z którego najczęściej przyjeżdżają zagraniczni turyści [...]

39. Długość pobytu turystów w gospodarstwie

- pobyty krótkie, głównie weekendowe (2-3 dni)
- pobyty głównie tygodniowe (4-7 dni)
- pobyty dłuższe niż tydzień

40. Walory gospodarstwa najbardziej cenione przez turystów (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- gościnność gospodarzy
- różnorodność oferty wypoczynku
- wysoki standard wyposażenia pokoi
- jakość oferowanych posiłków
- cisza i spokój
- bliskość obiektów turystycznych
- otoczenie przyrodnicze
- możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych
- brak zasięgu internetowego (cyfrowy detoks)
- położenie przy granicy
- możliwość przekroczenia granicy
- obecność dzikich ptaków/zwierząt
- bliskość szlaków rowerowych
- inna odpowiedź [...]

Sekcja 9. Promocja

41. Podejmowane działania promocyjne (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- prowadzenie własnej strony internetowej
- promocja oferty na portalach turystycznych i agroturystycznych
- aktywność na portalach społecznościowych (np. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram)
- uczestnictwo w targach turystycznych
- druk ulotek, folderów
- obecność na platformie booking.com
- obecność na platformie airbnb.pl
- nie są podejmowane żadne działania promocyjne
- inna odpowiedź [...]

42. Działania podejmowane w celu poszerzenia oferty wypoczynku (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- współpraca z innymi gospodarstwami (kuligi, żywność, inne)
- współpraca w ramach stowarzyszenia agroturystycznego
- udział w szkoleniach organizowanych przez urząd gminy
- udział w szkoleniach organizowanych przez lokalną grupę działania
- udział w szkoleniach organizowanych przez LOT/PROT
- współpraca z przewodnikiem turystycznym
- współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego
- brak podejmowanych działań
- inna odpowiedź [...]

Sekcja 10. Plany rozwoju

43. Plany rozwoju działalności agroturystycznej (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- wprowadzenie nowych usług
- zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego
- zwiększenie liczby miejsc noclegowych
- przeprowadzenie kategoryzacji obiektu
- brak planów rozwoju na chwilę obecną
- inna odpowiedź [...]

Sekcja 11. Pozwolenia i zgody

Wyrażenie zgody jest obligatoryjne dla osób chcących przystąpić do badania i stać się beneficjentem korzyści oferowanych przez PROT.

Przekazane dane osobowe będą przetwarzane w zakresie minimalnym, niezbędnym do realizacji zadania pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020.

Zgodnie z art. 13. Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych – ogólne rozporządzenie o ochronie danych (Dz. U. UE L 119/1 z dnia 4 maja 2016 r.) zawiadamiamy, że:

1. Administratorem podanych przez Panią/Pana danych w ankiecie jest Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą przy ul. I. Malmeda 6, 15-440 Białystok.
2. Podane w ankiecie dane przekazane zostaną dla Sekretariatu Regionalnego KSOW w województwie podlaskim, LOT Region Puszczy Białowieskiej, Augustowskiej Organizacji Turystycznej oraz Gminnemu Ośrodkowi Kultury, Sportu i Turystyki w Korycinie i udostępnione na stronach internetowych tych instytucji.
3. Podane w ankiecie dane przetwarzane będą w celu promocji kwater agroturystycznych z województwa podlaskiego.
4. Ma Pani/Pan prawo dostępu do treści podanych przez Panią/Pana danych oraz możliwość ich poprawiania i pisemnego żądania zaprzestania przetwarzania danych.
5. Podanie przez Panią/Pana danych w ankiecie jest dobrowolne, jednak w przypadku ich niepodania nie będą Państwo mogli uczestniczyć w przedsięwzięciach realizowanych przez PROT, KSOW i UMWP.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych podawanych w ankiecie dla potrzeb niezbędnych do realizacji zadania pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020. (zgodnie z ustawą z dnia 10 maja 2018 roku o ochronie danych osobowych - Dz. U. 2018 poz. 1000).

tak

Wyrażam zgodę na otrzymywanie na adres e-mail wymieniony w ankiecie oraz podany numer telefonu informacji związanych z organizacją szkoleń, warsztatów i innych akcji promocyjnych realizowanych przez PROT lub KSOW w trybie art. 10.2 Ustawy z dnia 18.07.2002 "O świadczeniu usług drogą elektroniczną"

tak