

2022

Stan i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim

BIAŁYSTOK, październik 2022



„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. Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

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.

Opracował zespół w składzie

dr inż. Romuald Ziółkowski – koordynator badań

dr hab. Ewa Glińska

dr Marta Jarocka

mgr Aneta Tomkiel

Kamila Głowacka

Spis treści	
Wprowadzenie	4
1. Metodyka badania	6
1.1. Terminologia	6
1.2. Cel i zakres opracowania	9
1.3. Metody i narzędzia badawcze.....	10
1.4. Opis przebiegu badania.....	11
2. Uwarunkowania rozwoju agroturystyki	13
2.1. Czynniki zewnętrzne.....	13
2.2. Czynniki wewnętrzne	14
2.3. Analiza SWOT rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim	16
3. Opis wyników badań	22
3.1. Przestrzenne rozmieszczenie obiektów agroturystycznych	22
3.2. Charakterystyka próby badawczej	24
3.3. Dostępność walorów naturalnych	29
3.4. Standard obiektów	31
3.5. Usługi żywieniowe	35
3.6. Usługi i atrakcje agroturystyczne	37
3.7. Charakterystyka turystów wypoczywających w obiektach agroturystycznych w województwie podlaskim	41
3.8. Podejmowane działania promocyjne i plany rozwoju	46
4. Zmiana sytuacji na rynku agroturystycznym w województwie podlaskim w latach 2020-2022	49
4.1. Wnioski z analizy porównawczej.....	49
4.2. Ocena wpływu sytuacji społeczno-gospodarczej na funkcjonowanie kwater agroturystycznych	50
5. Wnioski końcowe	52
6. Rekomendacje	54
Podsumowanie	58
Spisy	60
<i>Spis literatury</i>	60
<i>Spis tabel</i>	62
<i>Spis wykresów</i>	62
Załączniki	64

Wprowadzenie

Wypoczynek na obszarach wiejskich zwany często turystyką wiejską, przez niektórych wciąż określany jako wczasy pod gruszą, a przez większość nazywany agroturystyką, od wielu lat cieszy się nieustannie zainteresowaniem ze strony turystów. Osoby zainteresowane turystyką wiejską poszukują przede wszystkim¹:

- wypoczynku w środowisku odmiennym od warunków istniejących na obszarach urbanizowanych – przebywając na co dzień pośród zgiełku, zanieczyszczeń i dużej liczby ludzi, turyści poszukują spokoju i ograniczenia liczby ludzi wokół siebie;
- bezpośredniego kontaktu ze środowiskiem przyrodniczym, życiem wiejskim – część turystów wybiera się na obszary pozamiejskie z czystej ciekawości, chcąc wzbogacić swoje doświadczenia o poznanie życia z dala od miejskich wygód i sprawdzić się w realiach małych miejscowości;
- obcowania ze zwierzętami domowymi, pracami rolnymi, dziedzictwem kulturowym wsi, oderwania się od codziennej rutyny życia w wielkim mieście, pośród nowoczesnych technologii i na jakiś czas spowolnienia trybu życia;
- korzystania ze zdrowej żywności – produkty pochodzące bezpośrednio z gospodarstw charakteryzują się mniejszym poziomem przetworzenia. W miastach również można je nabyć, ale za znacznie wyższą cenę, co wynika z konieczności transportu, magazynowania i kosztów pośredników handlowych;
- zwiedzania parków narodowych, krajobrazowych i rezerwatów przyrody – co pozwala na poszerzenie swojej wiedzy z zakresu geografii, botaniki i zoologii;
- korzystania z ciszy i spokoju, co w wielu przypadkach jest czynnikiem kluczowym przy wyborze tego rodzaju turystyki.

Kluczowym czynnikiem rozwoju działalności agroturystycznej jest możliwość wypoczynku w rodzinnej atmosferze, w naturalnym środowisku, ciszy i spokoju; pozwalającego na indywidualne spędzenie wolnego czasu. Najistotniejszym powodem korzystania z tej formy relaksu jest chęć podziwiania pięknego krajobrazu przyrody, bliskości z naturą, korzystania z dużych przestrzeni, wspólnego wypoczynku z najbliższymi². Wśród czynników na to wpływających szczególnego znaczenia nabierają usługi świadczone przez rolników, które są skierowane do potencjalnych klientów z obszaru miejskiego, edukacja w gospodarstwach najmłodszej części społeczeństwa, dostęp do nowych technologii czy też specjalizacje rekreacyjne³.

Okres ostatnich dwóch lat, zwany potocznie „postpandemicznym” lub „poCovid’owym” zainteresowanie wypoczynkiem na wsi znacznie wzmocnił. Pandemia COVID-19 doprowadziła do zmiany charakteru popytu wśród osób podróżujących, w kierunku turystyki bezpiecznej, czystej i bardziej zrównoważonej⁴. Zdaniem Drozda minęła moda na „city break”, zamiast tego polscy turyści skupią się na nowej formie wypoczynku – „agro breaku”. Osoby, które szukają miejsca na weekendowy wyjazd,

¹ J. Sikora, Organizacja ruchu turystycznego na wsi. WSiP, Warszawa 1999.

² M. Kacprzak, M. Paszkowska, Wpływ globalnej pandemii Covid-19 na zainteresowanie ofertą gospodarstw agroturystycznych w Polsce, Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja 1 (2020): 123-137.

³ O. Smoleńska, Specjalizacje rekreacyjne w ofercie agroturystycznej Wielkopolski, [w:] Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich, red. W. Kamińska, PANKPZK, t. 163, Warszawa 2015.

⁴ Strategia UE na rzecz zrównoważonej turystyki, Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 25 marca 2021 r. w sprawie opracowania strategii UE na rzecz zrównoważonej turystyki (2020/2038(INI)).

chętniej wybierają zakątki, gdzie jeszcze nigdy nie były. Zyskują więc mniej oblegane regiony, wśród których znajdują się Kaszuby, oferujące wypoczynek nad czystymi jeziorami, a także Podlasie. Okolice Puszczy Białowieskiej bardziej niż zwykle zapełniają się turystami, na których czeka zarówno przyroda, jak i walory kulturowe⁵.

Zainteresowanie agroturystyką jest spowodowane wynikiem procesów, które są obiektywne, odzwierciedlających interesy ekonomiczne oraz socjalne w trzech grupach ludności⁶:

- ludności miejskiej – zaspokajającej potrzeby taniego, spokojnego oraz zdrowego wypoczynku;
- rolników – uzyskujących dodatkowe źródła dochodów, które podtrzymują budżet domowy i gospodarstwa rolnicze;
- wspólnoty wiejskiej – wzbogacającej budżet samorządowy w środki finansowe oraz podnoszące jej zamożność.

Turystyka ostatnich lat zyskała na znaczeniu, jako jedna z szans rozwoju obszarów wiejskich w Polsce. Rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki jest wspierany w ramach unijnego Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz krajowych i regionalnych programów operacyjnych. Celem tych programów jest poprawa konkurencyjności działalności rolniczej, zrównoważony rozwój obszarów wiejskich i związane z tym zarządzanie zasobami naturalnymi⁷. Dodatkowo, z powodu odchodzenia od dotychczasowego modelu turystyki (3xS) opartego na biernym wypoczynku i korzystaniu z walorów przyrodniczo-krajobrazowych, turystyka wiejska może być beneficjentem ruchu turystycznego. Na obszarach wiejskich nowy model turystyki oparty na edukacji, kształceniu i wychowaniu (3xE) jest najczęściej realizowany w gospodarstwach agroturystycznych, edukacyjnych, bazujących na wioskach tematycznych i na tematycznych szlakach turystycznych. Sprzyja to rozwojowi różnorodnych form czynnego wypoczynku oraz rozwijaniu zainteresowań poznawczych w różnych dziedzinach⁸.

Wzrasta także zainteresowanie instytucjonalnym wsparciem tego rodzaju działalności turystycznej. Wyraźnym sygnałem zmian są działania podejmowane na terenie województwa podlaskiego, w które aktywnie zaangażowała się Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT). W roku 2020 z inicjatywy PROT zostały przeprowadzone pierwsze badania analizujące stan i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie podlaskim. W ramach badań sporządzono raport⁹ oraz dokonano inwentaryzacji kwaterodawców agroturystycznych z terenu całego województwa. W roku 2022 powtórzono te badania, czego wyrazem jej niniejsze opracowanie.

⁵ K. Drozd, Dzięki pandemii rośnie popularność agroturystyki. Dostęp elektroniczny <https://www.wrp.pl/dzieki-pandemii-rosnie-popularnosc-agroturystyki/> [18.10.2022].

⁶ M. Dębniowska, M. Tkaczuk, Agroturystyka, koszty, ceny, efekty, Poltext, Warszawa 1997.

⁷ W. Idziak (red.), Turystyka wiejska i agroturystyka w perspektywie finansowej 2014–2020. Warszawa 2015, tryb dostępu: <https://bip.minrol.gov.pl/content/download/48527/273528/version/1/.../Broszura.pdf> [16.10.2022].

⁸ M. Tracz, M. Bajgier-Kowalska, R. Uliszak, Rozwój agroturystyki w południowo-wschodniej Polsce – ujęcie modelowe, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 14, 329–344. <https://doi.org/10.24917/20833296.14.24>.

⁹ Raport jest dostępny na stronie <https://podlaskie.it/aktualnosc/stan-i-perspektywy-rozwoju-agroturystyki-w-województwie-podlaskim-2020/>

1. Metodyka badania

1.1. Terminologia

Poszukiwanie wypoczynku na terenach wiejskich, kojarzących się z ciszą i spokojem, z dala od zgiełku miasta i tłumu turystów, blisko terenów leśnych, z ułatwionym dostępem do zdrowej żywności to dla wielu turystów synonim agroturystyki. Współcześnie zakres znaczeniowy tego pojęcia jest coraz bardziej rozszerzany, co jest wynikiem z jednej strony przyjętych rozwiązań prawnych oraz niejednoznaczności terminologicznej, a z drugiej strony – dynamiki tego zjawiska¹⁰. Stąd w literaturze spotyka się liczne definicje agroturystyki.

Jedną z częściej cytowanych jest definicja przedstawiona przez 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 usługowym¹¹. W definicji podkreśla się 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 Dębniwska i Tkaczuk agroturystykę definiują wprost jako działalność turystyczną realizowaną w gospodarstwach rolnych¹². Sznajder i Przezbórska dodają, że obejmuje ona kategorie produktów i usług turystycznych związanych bezpośrednio z procesem produkcyjnym gospodarstwa¹³ kładąc nacisk na dodatkową korzyść ekonomiczną, poza wynajmem pokoi, jaką jest sprzedaż produktów rolnych. Nowakowski zwraca uwagę na korzyść wypoczynku psychologicznego dla dorosłych i korzyść dydaktyczną dla dzieci i młodzieży polegającą na czynnym spędzaniu urlopu i ferii na wsi, bezpośrednio w gospodarstwie rolnym¹⁴. Wreszcie 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 agroturystyczne¹⁵.

Obecnie agroturystyka jest pojęciem szerokim, gdyż oprócz zwykłego wypoczynku obejmuje ona swoim zasięgiem szereg innych usług towarzyszących, odróżniających ją od innych form uprawianej turystyki. Rosnące zainteresowanie tą formą działalności pozarolniczej jest związane z obowiązującymi przepisami prawa, które traktują działalność agroturystyczną jako świadczenie usług turystycznych w gospodarstwie rolnym oraz w jego najbliższym otoczeniu¹⁶.

W literaturze poświęconej zagadnieniom agroturystyki można spotkać się z trzema podstawowymi formami agroturystyki:

- turystyka na terenach wiejskich, rozumiana jako wszelkie formy rekreacji w rejonie nieurbanizowanym;
- turystyka związana z rolnictwem, gdzie poza produktem turystycznym oferuje się możliwości poznawania specyfiki zawodu rolnika łącznie z wykonywaniem pewnych funkcji produkcyjnych;

¹⁰M. Tracz, M. Bajgier-Kowalska, R. Uliaszak, op. cit.

¹¹ M. Drzewiecki, Podstawy agroturystyki, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2001.

¹² M. Dębniwska, M. Tkaczuk, Agroturystyka, koszty, ceny, efekty. Poltext, Warszawa 1997.

¹³ M. Sznajder, L. Przezbórska, Agroturystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.

¹⁴ M. Nowakowski, Słownik terminów związanych z turystyką i hotelarstwem. GWSH, Katowice 2001.

¹⁵ B. Meyer, Wybrane aspekty ruchu turystycznego, Fundacja na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.

¹⁶ C. Marcinkiewicz, Rozwój i stan polskiej agroturystyki, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie, 2013, nr 1, 21-35.

- turystyka wiejska z uwzględnieniem elementów kultury lokalnej i formami integracji ze społecznością obszarów wiejskich¹⁷.

Również Mendlik definiuje to pojęcie dość szeroko. Według niego jest to turystyka wakacyjna wykorzystująca gospodarstwa wiejskie. Może przybierać różne formy, ale zawsze obejmuje zakwaterowanie, a często również inne usługi. Dwie podstawowe jej formy to zakwaterowanie z obsługą, bezpośrednio w gospodarstwie lub w jego pobliżu oraz zakwaterowanie z własną obsługą na terenach należących do gospodarstwa, np. w domkach letniskowych, pojazdach kempingowych lub na polach namiotowych¹⁸.

Agroturystykę od innych form turystyki różni¹⁹:

- przestrzeń – wieś zapewnia turystom: swobodę, nieskażone środowisko, czystą wodę, bliski kontakt z naturą, obcowanie z dziedzictwem kulturowym i historycznym;
- 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 Roman i 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 rodzinę²⁰. 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 rolnika²¹.

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

¹⁷ Zobacz G. Spychalski, Agroturystyka jako element przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich, [w:] L. Pałasz (red.), Agrobiznes – pozarolnicze przedsięwzięcia gospodarcze na obszarach wiejskich, Wyd. AR w Szczecinie, Szczecin 1998, s. 246.

¹⁸ S. Mendlik, Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa. PWN, Warszawa 1995.

¹⁹ B. Mikuta, K. Żelazna, Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa 2004.

²⁰ M. Roman, A. Niedziółka, Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017.

²¹ www.mojaforma.infor.pl (data wejścia 7.09.2020 r.).

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 rolnika²².

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 zawęża 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 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 Hełdak²³, 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 odnoszącą się do²⁴:

- terenów o charakterze rolniczym;
- związku z gospodarstwem rolnym – lub hodowlanym, rybackim, ogrodniczym lub innym;
- wykorzystania budownictwa mieszkaniowego i gospodarcze ludności wiejskiej dla celów noclegowych;
- czynnego wypoczynku realizowanego w otoczeniu przyrodniczym gospodarstwa.

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 w niniejszym raporcie ma się na uwadze właścicieli obiektów agroturystycznych, czyli łącznie gospodarstwa agroturystyczne (czynne gospodarstwa rolne) i kwatery agroturystyczne (usługodawcy nieposiadający czynnych gospodarstw rolnych). Podejście to zastosowano w roku 2020 i nie zmieniono w zrealizowanych pracach badawczych w roku 2022.

²² Strona internetowa Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej "Gospodarstwa Gościnne", www.pftw.pl (data wejścia 7.09.2020 r.).

²³ 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>

²⁴ K. Firlej, Stan i możliwości rozwoju agroturystyki w Polsce, Wydawnictwo Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.

Należy zwrócić również uwagę na fakt, że początkowo świadczenie usług noclegowych w agroturystyce mogło być realizowane tylko w budynku, w którym śpią gospodarze. Było to wymogiem formalnym umożliwiającym uniknięcie konieczności rejestracji 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 nie przekroczenie maksymalnej liczby pokoi oferowana turystom (nie może ona przekraczać pięciu).

Jednak rozwój rolnictwa i dostęp do środków finansowych spowodował, że rolnicy często budowali drugie domy z myślą o wynajmowaniu ich turystom. Postępował także 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 prywatnych domach, bez codziennego kontaktu z gospodarzami na klatce schodowej czy w kuchni. Taka sytuacja przyczyniała się do powstawania nowych wątpliwości odnośnie do traktowania takich usług jako agroturystycznych.

Ten stan rzeczy wymagał zastosowania w trakcie badań nowatorskiego podejścia do tego zagadnienia. Zdecydowano się wyróżnić dwie kategorie usług agroturystycznych:

1. Jedną z nich to gospodarstwa agroturystyczne, których właściciele prowadzą czynne gospodarstwo rolne, a dodatkowo zajmują się usługami dla turystów (noclegowe, żywieniowe i inne).
2. Drugą, to kwatery agroturystyczne, których właściciele z różnych powodów (ekonomicznych, zdrowotnych, społecznych lub innych) zdecydowali się na prowadzenie wyłącznie działalności polegającej na obsłudze turystów.

Obie kategorie są zaliczane 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.

1.2. Cel i zakres opracowania

Głównym celem badań realizowanych w roku 2022 było poszerzenie i zaktualizowanie wiedzy dotyczącej aktualnego stanu i możliwości rozwoju kwaterodawców agroturystycznych 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, umożliwiającej weryfikację czynnych i aktywnych kwater, przeprowadzenie badań ankietowych wśród kwaterodawców agroturystycznych oraz sformułowanie wniosków i rekomendacji skierowanych do branży agroturystycznej, a także stowarzyszeń i organizacji turystycznych i okołoturystycznych oraz przedstawicieli samorządu lokalnego zajmujących się zagadnieniami rozwoju agroturystyki.

1.3. 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 (aktualizacja danych z roku 2020). 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.

Analiza SWOT

Jest to technika służąca do porządkowania i analizy informacji. Stosuje się ją do analizy wewnętrznego i zewnętrznego 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.

Analiza porównawcza

W ramach prowadzonych prac badawczych dokonano analizy porównawczej wyników badań ankietowych z obecnego badania, czyli z roku 2022 z wynikami ankiet z 2020 roku. Miało to na celu pogłębienie wiedzy na temat sytuacji kwaterodawców agroturystycznych w województwie podlaskim wynikającej między innymi ze zmieniającej się sytuacji społeczno-gospodarczej badanego regionu na przestrzeni ostatnich dwóch lat.

1.4. Opis przebiegu badania

Prace zespołu badawczego obejmowały osiem etapów:

1. Analiza desk research.
2. Aktualizacja bazy gospodarstw agroturystycznych.
3. Przygotowanie kwestionariusza ankiety.
4. Przeprowadzenie badań pilotażowych (technika CAPI)
5. Przeprowadzenie badań ankietowych (technika CAWI i CATI).
6. Analiza wyników badań ankietowych.
7. Analiza porównawczą wyników badań ankietowych z roku 2020 i 2022.
8. Przygotowanie raportu z badań.

Pierwszy etap prac dotyczył inwentaryzacji obiektów agroturystycznych. Miał on na celu przygotowanie zaktualizowanej bazy teleadresowej, która miała posłużyć do przeprowadzenia badania ankietowego wśród podmiotów świadczących usługi agroturystyczne. Bazą wyjściową była przygotowana we wrześniu 2020 roku baza teleadresowa kwater agroturystycznych w województwie podlaskim zawierająca 781 rekordów. Każdy rekord odpowiadał jednemu kwaterodawcy. Dokonując jej aktualizacji 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. 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. Wykorzystano dane z bazy Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej oraz Polskiej Organizacji Turystycznej. Dokonano również przeglądu kilku popularnych portali rezerwacyjnych (m.in.: booiing.com, airbnb.pl, metor-turystyka.pl, noclegi.pl). Dokonano kwerendy stron internetowych samorządów gmin i powiatów w województwie podlaskim od kątem zgromadzonych danych dotyczących podmiotów agroturystycznych. W celu identyfikacji gospodarstw agroturystycznych nawiązano również współpracę z Gminnym Ośrodkiem Kultury Sportu i Turystyki w Korycinie.

Drugi etap prac dotyczył aktualizacji kwestionariusza ankiety. Przebiegał równoległe do etapu inwentaryzacyjnego. Prace nad kwestionariuszem ankiety były na bieżąco konsultowane z Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną oraz, za jej pośrednictwem, z sekretariatem Regionalnym Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w województwie podlaskim.

Kolejnym etapem pracy nad kwestionariuszem ankiety było przeprowadzenie badań pilotażowych. Mimo niewielkich zmian w kwestionariuszu przeprowadzono kilka spotkań z osobami prowadzącymi kwatery i gospodarstwa agroturystyczne (etap czwarty) w celu określenia poprawności i właściwego rozumienia pytań zawartych w kwestionariuszu. Spotkania te miały na celu przede wszystkim zidentyfikowanie ewentualnych nieprawidłowości, ale również nastawione były na uwagi dotyczące sugestii poruszenia innych ważnych dla kwaterodawców kwestii związanych z prowadzeniem usług agroturystycznych. Był to również moment ponownego testowania, w jaki sposób radzą sobie przyszli respondenci z wypełnianiem wersji elektronicznej ankiety, przede wszystkim czy zawarte w kwestionariuszu pytania są dla nich jasne i zrozumiałe.

Badania ankietowe (piąty etap) rozpoczęto dnia 13 października 2022 roku, a zakończono 28 października 2022 roku (data wpłynięcia ostatniej ankiety uwzględnionej w prowadzonych analizach statystycznych). Prowadzone one były głównie techniką CAWI zakładającą prowadzenie badań

z wykorzystaniem kwestionariuszy ankiet udostępnianych drogą elektroniczną. Wykorzystano również technikę CATI. Badanie ankietowe przeprowadzono w trzech krokach.

Krok 1. Wysłanie do wszystkich gospodarstw agroturystycznych z województwa podlaskiego wiadomości mailowej z informacją o przeprowadzanym badaniu, z linkiem do ankiety, z linkiem do strony internetowej PROT informującej o badaniu oraz z linkiem do raportu z badań z 2020 roku.

Krok 2. Wysłanie do wszystkich gospodarstw agroturystycznych z województwa podlaskiego drugiej wiadomości mailowej przypominającej o możliwości przystąpienia do badania (5 dni po terminie wysłania pierwszej wiadomości).

Krok 3. Kilkukrotna próba kontaktu telefonicznego ze wszystkimi gospodarzami gospodarstw agroturystycznych mająca na celu dotarcie głównie do tych obiektów, które nie posiadają adresu mailowego lub też do tych osób, które nie wypełniły ankiety po otrzymaniu dwóch wiadomości mailowych. Przesłanie wiadomości sms z linkiem do elektronicznej wersji ankiety zainteresowanym jej wypełnieniem gospodarzom. W wielu przypadkach wypełnienie ankiety telefonicznie (techniką CATI).

Przez cały czas prowadzenia badania, kwestionariusz ankiety był dostępny na stronie internetowej Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

Kolejne dwa etapy badania dotyczyły analizy wyników badań ankietowych, jak również ich porównania z wynikami badań z roku 2020.

W ramach ostatniego etapu prac opisano wyniki przeprowadzonych badań i sporządzono raport końcowy analizującego stan i perspektywy agroturystyki w województwie podlaskim.

2. Uwarunkowania rozwoju agroturystyki

2.1. 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 technologiczne²⁵.

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. Spośród uwarunkowań zewnętrznych największy wpływ na rozwój agroturystyki należy przypisać polityce społeczno-gospodarczej kraju²⁶. 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.

Zgodnie z literaturą największy wpływ na rozwój agroturystyki mają²⁷:

- 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.

Do determinant rozwoju usług turystycznych na wsi zalicza się także²⁸:

- 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 produktów rolnych, produktów przemysłu lokalnego i produkcji warsztatów rzemieślniczych dla turystów;
- wsparcie ze strony samorządów lokalnych (gminy);
- promocja regionalnych i lokalnych produktów turystycznych.

Do najważniejszych czynników społeczno-ekonomicznych, które decydują o przydatności obszaru do rozwijania agroturystyki zalicza się²⁹:

- wysokość środków finansowych przeznaczonych na ten cel przez władze lokalne;
- rozwój przemysłu, usług i handlu;
- zasobność regionu w bogactwa naturalne;

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

²⁶ M. Hełdak, Identyfikacja i ocena uwarunkowań rozwoju agroturystyki na Dolnym Śląsku, op. cit.

²⁷ M. Sznajder, L. Przezbórska, Agroturystyka, PWE, Warszawa 2006.

²⁸ B. Sawicki, Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich, Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 2007.

²⁹ M. Jalinik, Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.

- 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 urządzenie gminy, który zarejestruje prowadzone przez niego gospodarstwo agroturystyczne w ewidencji innych obiektów świadczących usługi hotelarskie³⁰.

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 zgiełku, charakteryzujący się czystym powietrzem i swobodnym dostępem do obszarów leśnych i wodnych. Do czynników przyrodniczych determinujących rozwój agroturystyki należą³¹:

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

Środowisko przyrodnicze jest jednym z głównych atrybutów agroturystyki. Agroturyści poszukują ciszy, spokoju, czystej wody, pięknych krajobrazów i aktywnego odpoczynku na łonie natury³².

2.2. 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 jak³³:

- 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

³⁰ G. A. Ciepela, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce..., op. cit.

³¹ M. Jalinik, Agroturystyka..., op. cit.

³² 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.

³³ Zob. A. Kowalczyk, Kilka uwag o uwarunkowaniach agroturystyki. Agroturystyka jako dodatkowe źródło dochodu na wsi. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993.

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 (wypożyczalnie, usługi przewodnickie, itp.)³⁴. 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 skopiowania³⁵. Ta z kolei jest związane z marką produktu agroturystycznego i może stanowić jej swoisty wyróżnik. Nadal aktualna pozostaje koncepcja Wiatraka, według którego w agroturystyce można byłoby wykorzystać trzy typy wizerunków marki³⁶:

- 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.

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 jak³⁷:

- 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.

Turyści, oceniając jakość produktu agroturystycznego, biorą pod uwagę także³⁸:

³⁴ I. Majewska i inni, Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, Warszawa 2015.

³⁵ 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.

³⁶ A. P. Wiatrak, Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998.

³⁷ 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.

³⁸ L. Strzembicki, Marketing w agroturystyce, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995.

- lokalizację gospodarstwa agroturystycznego i warunki dojazdu;
- rzetelną, łatwo dostępną informację o produkcie (ofercie);
- urzędnicy 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 prezencję³⁹. Turyści oczekują także takich korzyści jak: satysfakcja z produktu, adekwatna cena, wygodna i łatwa możliwość nabycia usługi oraz wiarygodna i rzetelna informacja 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 zespołowe⁴⁰. Współdziałanie i współpraca kwaterodawców potrzebne są do stworzenia lepszego produktu turystycznego⁴¹. Taki produkt można zbudować poprzez działanie na rzecz przedsięwzięć inwestycyjnych i wprowadzanie innowacji w działalność agroturystyczną. Można to 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.

2.3. 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 rozwoju⁴². 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:

³⁹ G. A. Ciepiela, Uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce..., op. cit.

⁴⁰ 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.

⁴¹ M. Koniusz, Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.

⁴² J. Siekierski, L. Popławski, Usługi turystyczne jako nowa forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, nr 3(14), Tarnów 2009.

- 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). Punktem wyjścia była analiza przeprowadzona w roku 2020. Nie skupiano się na analizie wzrostu oddziaływania lub spadku wpływu poszczególnych czynników. Odnoszono się jedynie do identyfikacji ich występowania w poszczególnych obszarach. Zdarzało się również, że czynniki stanowiące mocną stronę rozwoju agroturystyki w roku 2020, obecnie stały się słabością bądź zagrożeniem. Dokonano także zmiany zestawienia tych czynników, grupując je w cztery kategorie: jakość usług, produkt i jego składowe, marketing i wsparcie instytucjonalne.

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 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.

Tabela 1. Analiza SWOT potencjału sektora agroturystycznego w województwie podlaskim

Uwarunkowania wewnętrzne	
Mocne strony	Słabe strony
Jakość usług	
<ul style="list-style-type: none"> • umiejętność posługiwania się językiem obcym; • rzetelność kwaterodawców; • wzrastające kompetencje w zakresie obsługi gości; • gościnność i odpowiedzialność; • dawanie poczucia bezpieczeństwa turystom; • umiejętność rozpoznawania potrzeb i oczekiwań turystów; • chęć do uczenia się; 	<ul style="list-style-type: none"> • zaawansowany wiek osób świadczących usługi agroturystyczne; • niewystarczający stopień współpracy między kwaterodawcami i innymi podmiotami turystycznymi; • prowadzenie działalności w oparciu o pracę własną; • mała rozpoznawalność systemu kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej; • brak znajomości technik komputerowych; • brak udziału w badaniach rynku; • brak korzystania z wiedzy eksperckiej;
Produkt i jego składowe	
<ul style="list-style-type: none"> • położenie kwater agroturystycznych na terenach atrakcyjnych przyrodniczo, w bezpośrednim sąsiedztwie obszarów leśnych i wodnych; • 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; • 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; 	<ul style="list-style-type: none"> • nieprzystosowanie gospodarstw do potrzeb osób z niepełnosprawnościami; • brak wystarczających własnych środków na inwestycje w rozwój agroturystyki; • niewielka część obiektów skategoryzowanych; • małe zaangażowanie w zakresie stowarzyszania się; • brak spersonalizowanych ofert agroturystycznych, pakietów pobytowych; • niewielka liczba pokoi z prywatną łazienką; • brak wyżywienia w ofercie agroturystycznej; • położenie przygraniczne; • niestabilność zysków i mała dochodowość;
Marketing	
<ul style="list-style-type: none"> • świadomość tożsamości kulturowej i religijnej oraz chęć jej kultywowania i promowania; • duża aktywność w zakresie podejmowania działań promocyjnych; • realizacja konkursów służących promocji istniejących produktów turystyki wiejskiej; 	<ul style="list-style-type: none"> • niewystarczający udział kwaterodawców w szkoleniach z zakresu turystyki; • ograniczona umiejętność korzystania z nowoczesnych technologii komunikacyjnych; • brak wyrazistego wizerunku turystyki wiejskiej; • niewypracowany wizerunek turystyki wiejskiej (niezdefiniowany), nie odzwierciedlający w pełni kompleksowości i różnorodności oferty • Niezdefiniowana tożsamość marek poszczególnych gospodarstw agroturystycznych/brak gospodarstw tematycznych z tzw. motywem przewodnim; • niska świadomość różnorodności produktowej wśród turystów; • brak systemowych działań promujących agroturystykę wiejską; • niewystarczające stosowanie nowoczesnych technologii i innowacyjnych rozwiązań oraz niestandardowych narzędzi komunikacyjnych;

	<ul style="list-style-type: none"> • brak atrakcyjnych pakietowych ofert uwzględniających tożsamość regionu i wsi, nastawionych np. na turystów weekendowych;
Współpraca i wsparcie instytucjonalne	
<ul style="list-style-type: none"> • współpraca z innymi właścicielami obiektów agroturystycznych; • współpraca z przewodnikami turystycznymi; • zainteresowanie administracji regionalnej i lokalnej rozwojem turystyki wiejskiej; • istnienie Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich łączącej partnerów działających w zakresie rozwoju obszarów wiejskich, w tym turystyki wiejskiej; • finansowanie z funduszy KSOW, tak sekretariatu centralnego, jak sekretariatów regionalnych różnorodnych przedsięwzięć wpływających na rozwój turystyki wiejskiej; • programy kształcenia zawodowego na poziomie średnim i wyższym; • projekty badawcze i opracowania naukowe dotyczące turystyki wiejskiej, w tym otoczenia instytucjonalnego; • działalność Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznych pełniących funkcje koordynacyjne, w kontekście realizacji projektów sieciowych (partnerskich) na poziomie regionalnym; 	<ul style="list-style-type: none"> • niewystarczające umiejętności aplikowania po środki finansowe z funduszy krajowych i zagranicznych; • słaba współpraca z gminami, stowarzyszeniami i innymi podmiotami wspierającymi turystykę; • brak pokrycia terytorialnego dla działających lokalnie: stowarzyszeń agroturystycznych (SA) i lokalnych organizacji turystycznych (LOT), utrudniające skuteczne współdziałanie dla rozwoju; • nierówność podmiotów: SA – LOT – lokalne grupy działania (LGD), w zakresie wsparcia instytucjonalnego pomimo wspólnego statusu organizacji pozarządowej (uprzywilejowana pozycja LGD, które mają zagwarantowane wsparcie na funkcjonowanie w PROW); • słaba koordynacja lub brak koordynacji zadań w zakresie turystyki wiejskiej na poziomie urzędów gminnych i powiatowych; • niski poziom aktywności stowarzyszeń agroturystycznych pod względem produktowym i finansowym; • rozdrobnienie stowarzyszeń kwaterodawców agroturystycznych – przewaga małych lokalnych struktur; • słabnąca kondycja stowarzyszeń agroturystycznych spowodowana starzeniem się kadr, brakiem następcstwa liderów, niskim poziomem aktywności i zaangażowania członków, rzadkim uczestnictwem w inicjatywach wspólnych, partnerstwach czy realizacji projektów; • brak systemu doskonalenia kadr dla agroturystyki (przypadkowość działań szkoleniowych zależnych od dostępności dotacji); • niski poziom współpracy branży agroturystycznej z uczelniami;
Uwarunkowania zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
Czynniki ekonomiczne	
<ul style="list-style-type: none"> • możliwość stworzenia markowego produktu turystycznego, którego bazą jest gospodarstwo agroturystyczne; • włączanie walorów gospodarstw rolnych w tworzony produkt turystyczny; • większa specjalizacja produktów turystycznych bazująca na autentycznej wiejskości i wiejskiej sielskości województwa podlaskiego; • 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; 	<ul style="list-style-type: none"> • przekształcanie tradycyjnych gospodarstw w komercyjne przedsięwzięcia o większej skali; • niewielka liczba skategoryzowanych gospodarstw agroturystycznych; • niska świadomość usługodawców z korzyści wynikających z budowania marki gospodarstwa agroturystycznego, • brak wymiernych korzyści z kategoryzacji gospodarstw dla usługodawców; • źle pojmowana przez usługodawców konkurencyjność gospodarstwa agroturystycznego; • niska dostępność i wysokie oprocentowanie kredytów; • bariera popytowa wywołana spadkiem dochodów gospodarstw domowych, wzrostem cen dóbr i usług;

<ul style="list-style-type: none"> • tworzenie produktów turystycznych sprzyjających osłabianiu skutków sezonowości; • rozbudowanie systemu promocji działalności agroturystycznej; • aktywność organizacji branżowych dostrzegających silną potrzebę wsparcia promocyjnego dla agroturystyki; • powołanie podmiotów odpowiedzialnych (koordynatorów) za wdrażanie przedsięwzięć związanych z promocją, marketingiem i komercjalizacją produktów; • wysoka konkurencyjność skategoryzowanych gospodarstw agroturystycznych na rynku; • opracowane systemu promocji, w tym systemu identyfikacji wizualnej dla kwater skategoryzowanych; • aktywizacja społeczności wsi i zahamowanie procesu jej wyludniania; • permanentne prowadzenie szeroko rozumianych badań popytu i podaży usług agroturystycznych; • prowadzenie systematycznych badań przez ośrodki naukowe w celu lepszego rozpoznania agroturystyki na rynku krajowym; 	
Czynniki społeczno-kulturowe	
<ul style="list-style-type: none"> • utrzymujący wzrost pozytywnych konotacji związanych ze słowem „agroturystyka” w społeczeństwie (skojarzenia związane z dobrą jakością usług i bezpieczeństwem); • utrzymujący się wzrost zainteresowania agroturystyką wywołany itp.. pandemią Covid-19; • poprawa wizerunku turystyki wiejskiej w społeczeństwie, a przez to wzrost zainteresowania tą formą turystyki; • wzrost odsetka osób wykształconych, wśród których odnotowuje się wyższy poziom zainteresowania turystyką wiejską, • wielokulturowość, wielowyznaniowość i wieloetniczność ludności zamieszkującej Podlasie, stanowiąca bogatą bazę do budowania markowych gospodarstw agroturystycznych; • zachowanie dziedzictwa kulturowego polskiej wsi, kultywowanie tradycji ludowych oraz zwyczajów regionalnych itp. (np. organizacja festynów, targów, jarmarków okolicznościowych, festiwali ludowych itp.); • wzrastające zainteresowanie kwaterami skategoryzowanymi wśród turystów; • dalszy wzrost popularności mediów społecznościowych i ich wykorzystania do szukania ofert turystycznych; 	<ul style="list-style-type: none"> • rosnące wymagania turystów dotyczące organizacji wypoczynku; • odpływ młodych ludzi do miast/za granicę – brak chętnych do kontynuowania pracy w gospodarstwach agroturystycznych i aktywności społecznej na wsi; • migracja ludności wiejskiej do miast; • pojawienie się trendu związanego z posiadaniem przez mieszkańców miast drugiego domu na obszarach wiejskich; • słaba znajomość wymogów systemu kategoryzacji wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych; • niewystarczająca wiedza o dziedzictwie kulturowym i religijnym regionu wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych; • rozproszenie wizerunku sektora agroturystyki w województwie podlaskim na skutek braku spójnej i konsekwentnej polityki wizerunkowej;
Czynniki naturalne	
<ul style="list-style-type: none"> • atrakcyjne przyrodniczo tereny, idealne miejsce do aktywnego wypoczynku oraz na edukację ekologiczną; • utrzymanie wyjątkowych walorów środowiska przyrodniczego (czyste powietrze, lasy); • pojawienie się nowych trendów w turystyce wiejskiej i agroturystyce, związanych z turystyką zdrowotną, rehabilitacyjną, zielarstwem; • rosnące zainteresowanie żywnością ekologiczną; 	<ul style="list-style-type: none"> • degradacja środowiska przyrodniczego wynikająca z nadmiernego ruchu turystycznego; • ograniczenia wynikające z położenia na terenach chronionych; • sezonowość ruchu turystycznego; •

Czynniki polityczno-prawne	
<ul style="list-style-type: none"> • wprowadzenie obowiązkowego systemu klasyfikacji obiektów, co w konsekwencji przyczyni się do podniesienia jakości usług; • stworzenia europejskiego znaku jakości w turystyce wiejskiej; • powstawanie nowych organizacji lokalnych wspierających działalność agroturystyczną; • wspieranie działalności agroturystycznej z krajowych i zagranicznych programów i funduszy publicznych; • współpraca ze stowarzyszeniami agroturystycznymi i organizacjami wspierającymi rozwój turystyki sprzyjająca lepszemu dostosowaniu oferty wypoczynku; • wzrost liczby szkoleń systemowych dedykowanych sektorowi agroturystycznemu; • programy wsparcia finansowego uwzględniające priorytety dla rozwoju wsi, różnicowania działalności gospodarczej na wsi i poprawy jakości życia na obszarach wiejskich. 	<ul style="list-style-type: none"> • położenie województwa przy granicy z Białorusią, gdzie trwa kryzys migracyjny; • wojna na Ukrainie i związane z nią niepokoje polityczne; • spadek poczucia bezpieczeństwa wśród turystów odwiedzających tereny przygraniczne województwa podlaskiego, • pojawiające się lokalne systemy klasyfikacyjne; • dobrowolność systemu klasyfikacji; • zbyt niskie nakłady na promocję gmin; • brak wsparcia dla stowarzyszeń agroturystycznych na rozpowszechnienie wiedzy na temat systemów klasyfikacji; • niedostateczne wsparcie finansowe gmin w zakresie rozwoju usług agroturystycznych, niewystarczająca pomoc przy pozyskiwaniu środków z UE; • niesprawny system komunikacji pomiędzy gospodarstwami a instytucjami je wspomagającymi; • brak skoordynowanych działań instytucji i władz samorządowych w kwestii rozwoju agroturystyki; • skomplikowana procedura związana z przygotowaniem wniosku o dotacje z funduszy strukturalnych; • brak środków finansowanych na kontrolę związaną z utrzymaniem jakości usług w gospodarstwach agroturystycznych; • brak środków finansowych na egzekwowanie usuwania nieaktualnych tablic rekomendacyjnych.
Czynniki technologiczne	
<ul style="list-style-type: none"> • rozwój wiejskiej infrastruktury społecznej, ekonomicznej, technicznej oraz turystycznej 	<ul style="list-style-type: none"> • niekontrolowana, chaotyczna, nadmierna urbanizacja wsi skutkująca utratą walorów dla turystyki wiejskiej; • zagospodarowanie turystyczne przestrzeni wiejskiej prowadzące do zanikania typowych dla wsi i regionu form zabudowy; • słabo rozwinięta infrastruktura transportowa w kraju, zwłaszcza w Polsce Wschodniej • duża liczba dostępnych dla odbiorców kanałów nowoczesnej komunikacji marketingowej; • nienadążanie właścicieli gospodarstw agroturystycznych za trendami nowoczesnej technologii i nowymi rozwiązaniami informacyjno-komunikacyjnymi;

Źródło: opracowanie własne.

3. Opis wyników badań

3.1. Przestrzenne rozmieszczenie obiektów agroturystycznych

Podczas prowadzonych badań w województwie podlaskim zidentyfikowano i zweryfikowano 643 podmioty świadczące 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 13,7%), augustowski (10,9%) i białostocki (ponad 10,9%). Analizowanych podmiotów najmniej zaś jest w powiatach: zambrowskim, wysokomazowieckim, bielskim i kolneńskim, w których łącznie znajduje się niecałe 3% wszystkich obiektów.

Tabela 2. Liczba kwater i gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim

Lp.	Nazwa powiatu	Liczba kwater i gospodarstw	% udział kwater
1.	Augustowski	70	10,9%
2.	Białostocki	70	10,9%
3.	Bielski	5	0,8%
4.	Grajewski	9	1,4%
5.	Hajnowski	201	31,3%
6.	Kolneński	6	0,9%
7.	Łomżyński	11	1,7%
8.	Moniecki	61	9,5%
9.	Sejneński	44	6,8%
10.	Siemiatycki	26	4,0%
11.	Sokółski	45	7,0%
12.	Suwalski	88	13,7%
13.	Wysokomazowiecki	5	0,8%
14.	Zambrowski	2	0,3%
	suma	643	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 rejon turystyczne o znaczeniu międzynarodowym, krajowym i regionalnym⁴³. Poprzez analogię do tych rejonów zastosowano podział na rejon 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 31,4% i 36,0%, 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

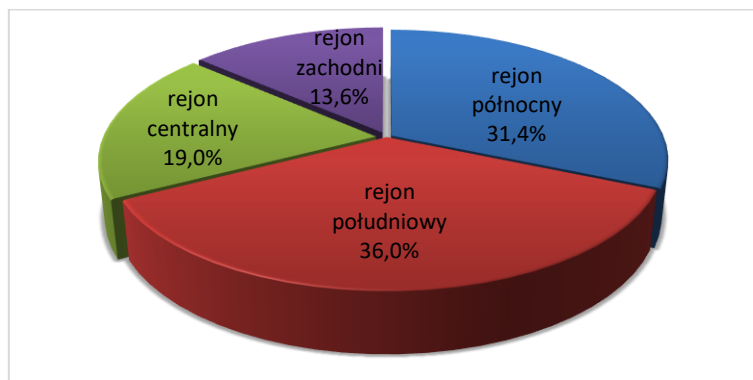
⁴³ Porównaj Plan zagospodarowania przestrzennego województwa podlaskiego, Samorząd województwa Podlaskiego, Białystok 2017, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr XXXVI/330/17 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 22 maja 2017 r. (Dz. Urz. Woj. Podlaskiego z 2017 r. poz. 2777 z dnia 11.07.2017r.), s. 74-84.

regionalnym). W rejonie tym położonych jest najwięcej (36%) obiektów agroturystycznych w województwie podlaskim.

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 31,4% wszystkich obiektów agroturystycznych.

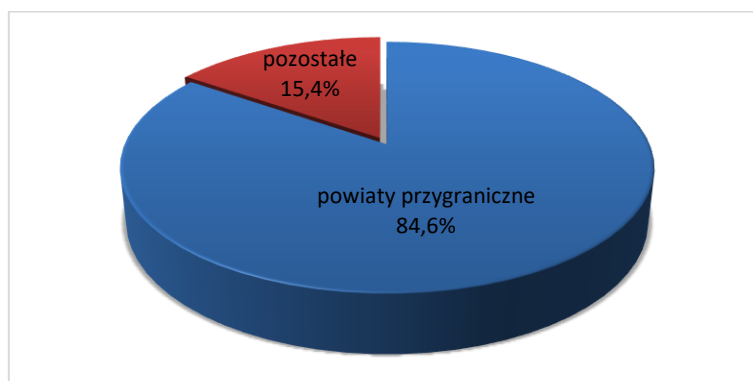
Rejon zachodni, obejmujący powiaty: grajewski, kolneński, moniecki i łomżyński, to Dolina Biebrzy (znaczenie międzynarodowe), Dolina Dolnej Narwi i Jeziora Rajgrodzkie (znaczenie krajowe) oraz Puszcza Kurpiowska z Doliną Pisy (znaczenie regionalne). Na tym obszarze znajduje się 13,6% wszystkich kwaterodawców. 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 19% obiektów.



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

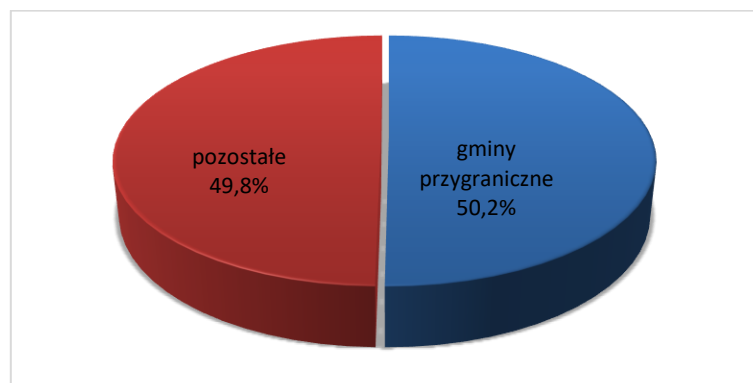
W województwie podlaskim znajduje się 14 powiatów i 3 miasta na prawach powiatu, z czego 7 położonych jest przy granicy państwa. Dwa z nich (suwalski i sejneński) graniczą z Litwą, a pięć (augustowski, sokólski, białostocki, hajnowski i siemiatycki) graniczy z Białorusią. Na terenie powiatów przygranicznych znajduje się ponad 84% obiektów agroturystycznych (wykres 2).



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

Lokalizację przygraniczną należy 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).



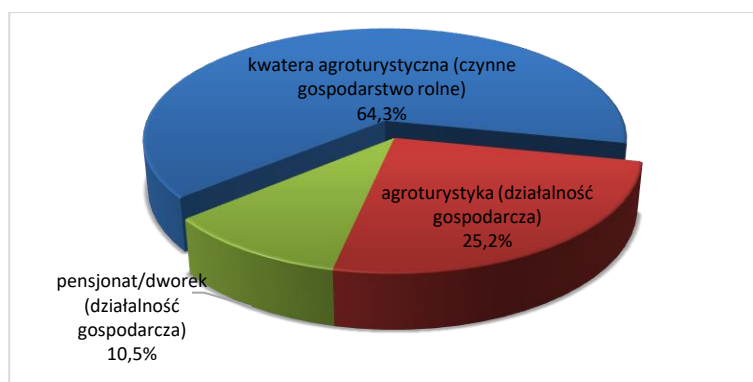
Wykres 3. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w gminach przygranicznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Położenie przygraniczne w dalszym ciągu może być atutem w prowadzonej działalności agroturystycznej, niezależnie od charakteru granicy (wewnętrzna granica Unii Europejskiej – z Litwą, lub zewnętrzna granica Unii Europejskiej – z Białorusią). Pomimo niebezpiecznej sytuacji na granic Polsko-Białoruskiej, wynikającej z nielegalnym przekraczaniem granicy, dużymi grupami uchodźców, budową muru granicznego i wprowadzeniem strefy o ograniczonej możliwości poruszania się oraz konfliktu wojennego w Ukrainie, dla wielu turystów strefa przygraniczna kojarzy się z dostępem do różnorodności kulturowej, kulinarnej i religijnej.

3.2. Charakterystyka próby badawczej

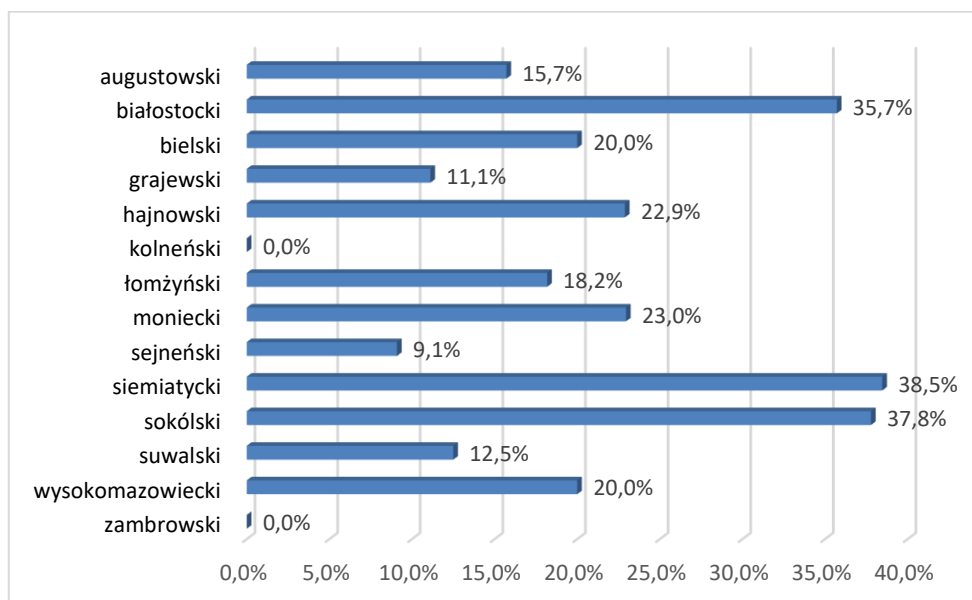
Badaniem objęto 143 podmioty świadczące usługi agroturystyczne na terenie województwa podlaskiego, co stanowi 22,2% wszystkich zidentyfikowanych obiektów agroturystycznych. Respondentami byli kwaterodawcy agroturystyczni świadczący usługi agroturystyczne na terenie województwa podlaskiego.

Ponad 64% respondentów prowadzi gospodarstwo rolne. Co czwarty respondent (25,2%) określił swoją działalność jako agroturystyczną, jednak ma zarejestrowaną działalność gospodarczą. Niecałe 11% 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.

Najczęściej udział w badaniu brali kwaterodawcy agroturystyczni prowadzący działalność na terenie powiatów siemiatyckiego, sokólskiego i białostockiego, w których więcej niż co trzeci podmiot wypełnił ankietę (wykres 5). Do badania nie przystąpili gospodarze z powiatów kolneńskiego i zambrowskiego.



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

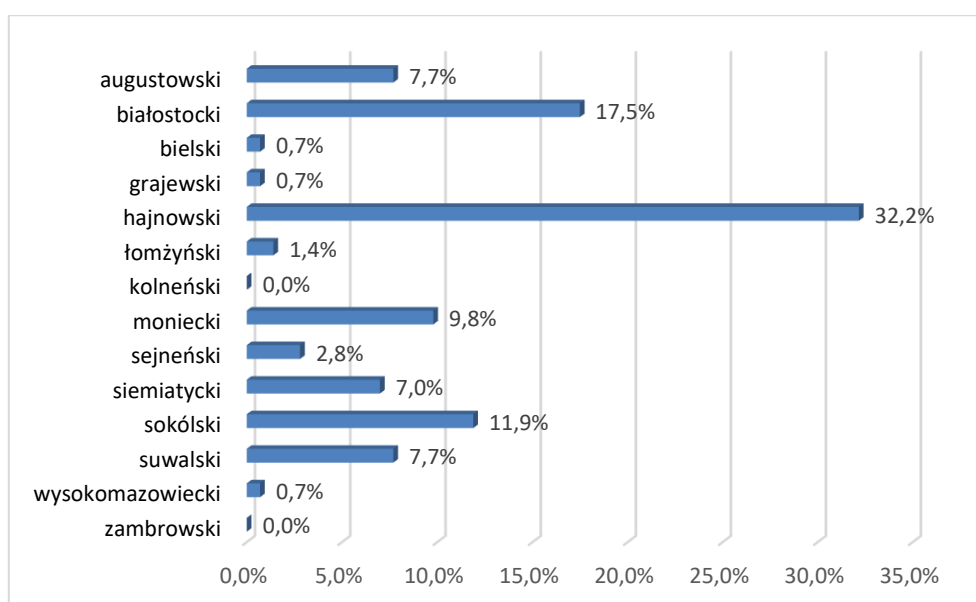
W tabeli 3 przedstawiono te same wyniki, co na wykresie 5, przy czym dla lepszego zobrazowania zamieszczono zarówno dane liczbowe informujące o wszystkich obiektach agroturystycznych na terenie powiatu, jak i dane odnoszące się do podmiotów biorących udział w badaniu.

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	70	11	15,7%
2.	białostocki	70	25	35,7%
3.	bielski	5	1	20,0%
4.	grajewski	9	1	11,1%
5.	hajnowski	201	46	22,9%
6.	kolneński	6	0	0,0%
7.	łomżyński	11	2	18,2%
8.	moniecki	61	14	23,0%
9.	sejneński	44	4	9,1%
10.	siemiatycki	26	10	38,5%
11.	sokólski	45	17	37,8%
12.	suwalski	88	11	12,5%
13.	wysokomazowiecki	5	1	20,0%
14.	zambrowski	2	0	0,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

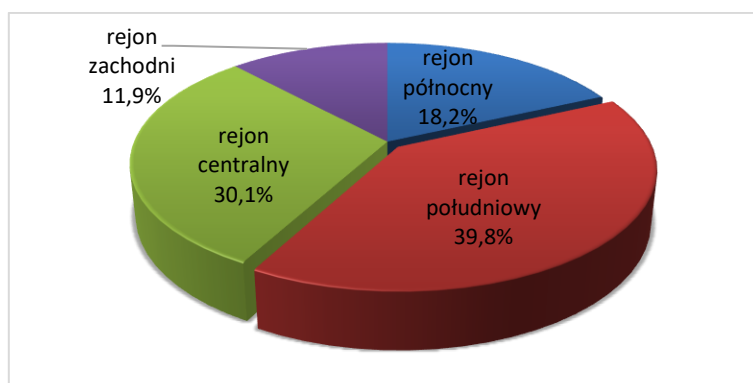
Spośród podmiotów biorących udział w badaniu najliczniej reprezentowani byli kwaterodawcy agroturystyczni z powiatu hajnowskiego. Co trzecia wypełniona ankieta pochodzi z tego obszaru (wykres 6). Warto zwrócić uwagę, że jest to jednocześnie powiat z największą liczbą podmiotów świadczących usługi agroturystyczne. Licznie reprezentowane są również powiaty: białostocki, moniecki i sokólski, w których udział kwaterodawców uczestniczących w badaniach waha się pomiędzy 9,8 a 17,5%. Najmniej licznie reprezentowane są powiaty: kolneński i zambrowski, w których żaden z gospodarzy nie przystąpił do badania, oraz bielski, wysokomazowiecki i grajewski – poniżej 1%.



Wykres 6. Udział respondentów biorących udział w badaniu

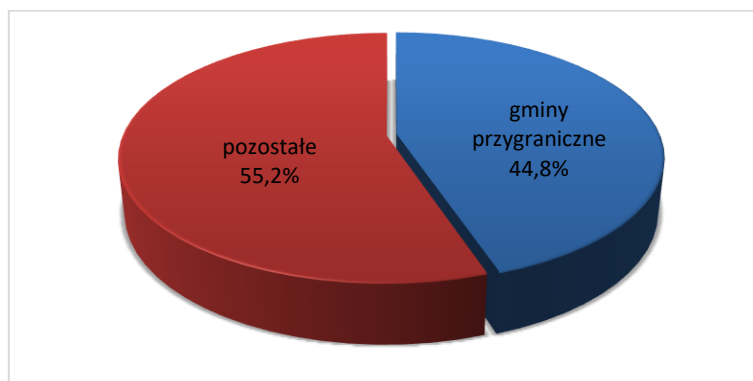
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

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 18% kwaterodawców (wykres 7). Rejon zachodni (to przede wszystkim Dolina Biebrzy o znaczeniu międzynarodowe) jest reprezentowany przez prawie 12% kwaterodawców. Z rejonu centralnego (to w dużej mierze obszar Puszczy Knyszyńskiej) pochodzi prawie co trzecia ankieta (30,1%). Wreszcie rejon południowy (głównie Puszcza Białowieńska) jest reprezentowany przez prawie 40% kwaterodawców.



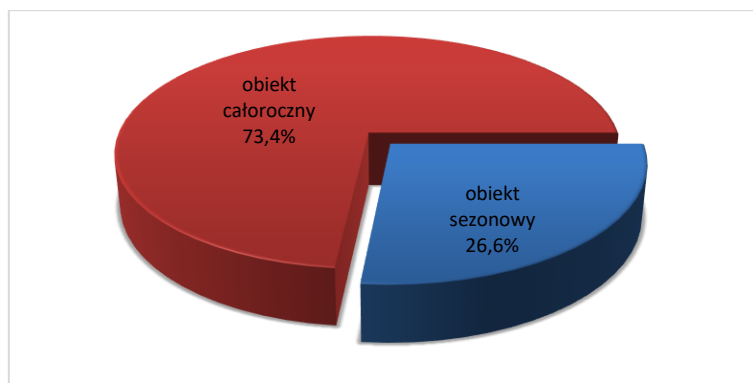
Wykres 7. Respondenci w podziale na rejony turystyczne
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

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.



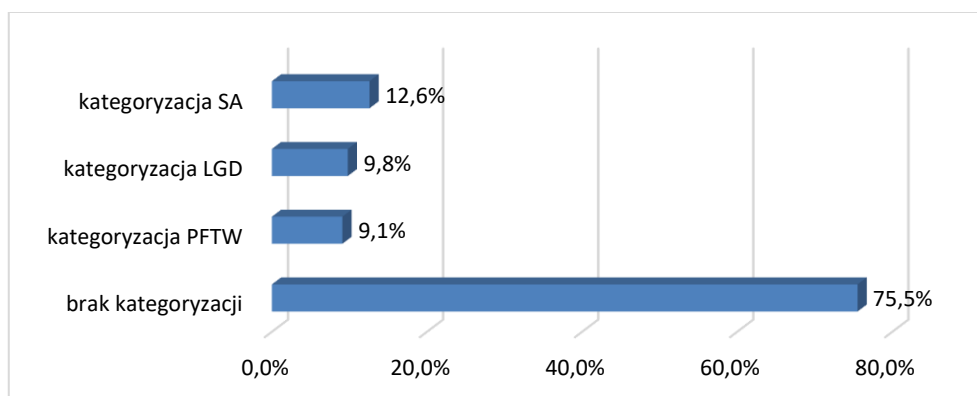
Wykres 8. Udział respondentów z gmin przygranicznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Większość obiektów, ponad 73% jest dostępna przez cały rok (wykres 9). Niecałe 27% są to obiekty dostępne tylko sezonowo.



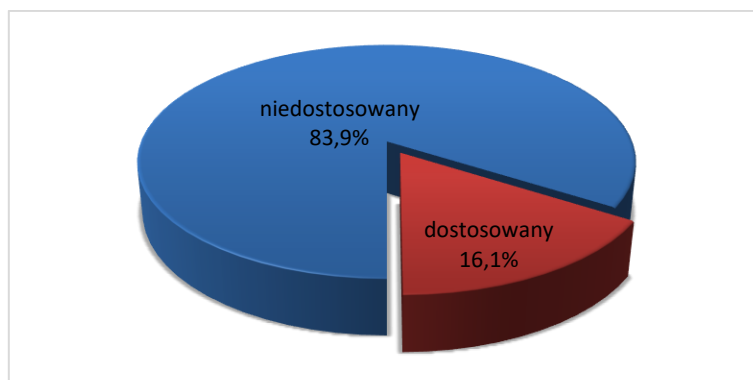
Wykres 9. Sezonowość obiektów agroturystycznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Obiekty agroturystyczne objęte badaniem w przeważającej mierze (75,5%) nie są skategoryzowane. 9,1% posiada kategoryzację Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej. Nieco ponad 20% 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.

Obiekty agroturystyczne raczej nie są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Jednak 16,1% respondentów deklaruje możliwość przyjmowania takich osób (wykres 11). Są to obiekty położone w różnych częściach województwa. Nie wyróżniają się żadną wspólną cechą.



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

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.

Z kolei naturalne, dla obiektów agroturystycznych, wydaje się być obcowanie ze zwierzętami. Jednak ponad 34 % gospodarzy nie przyjmuje gości ze zwierzętami. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 12.



Wykres 12. Możliwość przyjazdu ze zwierzętami

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

3.3. Dostępność walorów naturalnych

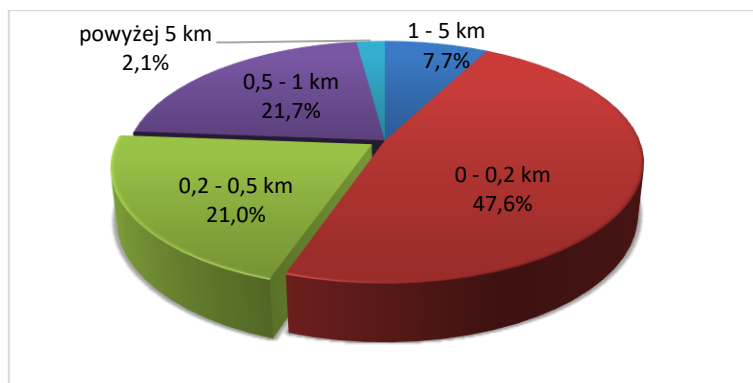
Sektor turystyczny, jak żaden inny, jest całkowicie uzależniony od atrakcyjności zasobów naturalnych⁴⁴. Województwo podlaskie to jeden z najciekawszych pod względem przyrodniczym region kraju. Jest to kraina wielkich puszczy, zachowanych w stanie naturalnym dolin rzecznych, rozległych bagien i obszarów pojeziernych⁴⁵. 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 podlaskiego⁴⁶.

Otoczenie puszczańskie jest charakterystyczne dla obiektów agroturystycznych. Ponad 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.

⁴⁴ 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.).

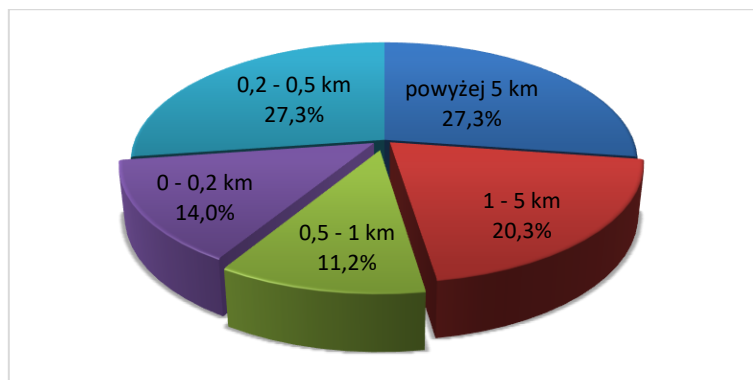
⁴⁵ I. Bielawska i inni, Turystyka w województwie podlaskim, Politechnika Białostocka, Białystok 2001, s. 71.

⁴⁶ A. Czauż i inni, Diagnoza strategiczna województwa podlaskiego, Podlaskie Regionalne Obserwatorium Terytorialne, Białystok 2020, s. 10.



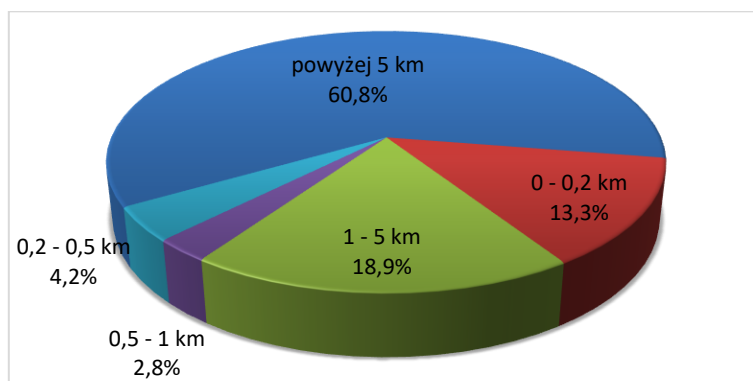
Wykres 13. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od lasu
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

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 14% ma ją w bezpośrednim sąsiedztwie (wykres 14). Większa liczba obiektów (ponad 27%) 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.

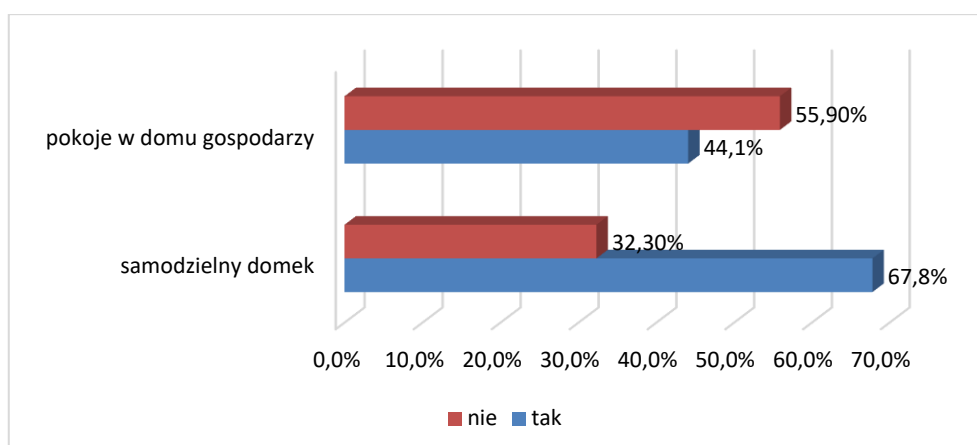
Mimo dużej liczby jezior (naturalnych zbiorników wodnych) czy zalewów w województwie podlaskim nie są one już tak powszechnym elementem krajobrazu agroturystycznego. Niewiele ponad 20% obiektów znajduje się w odległości nie większej niż 1 kilometr od takiego akwenu, a 60,8% jest położonych w odległości większej niż 5 kilometrów (wykres 15).



Wykres 15. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od jeziora/zalewu
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

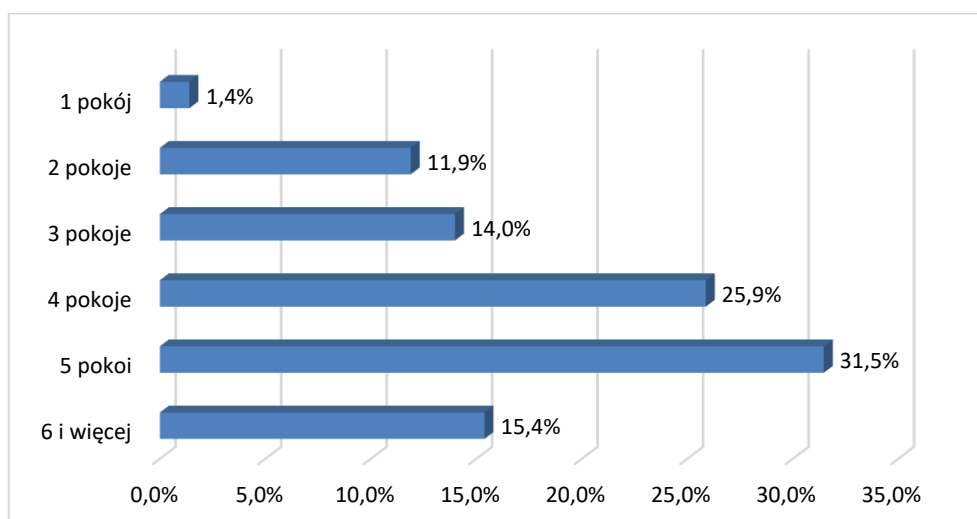
3.4. Standard obiektów

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 56% kwaterodawców nie oferuje noclegów w swoich domach) i oferowanie noclegu w wolno stojących domach (67,8% kwaterodawców ma w ofercie nocleg w samodzielnym domku). Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 16.



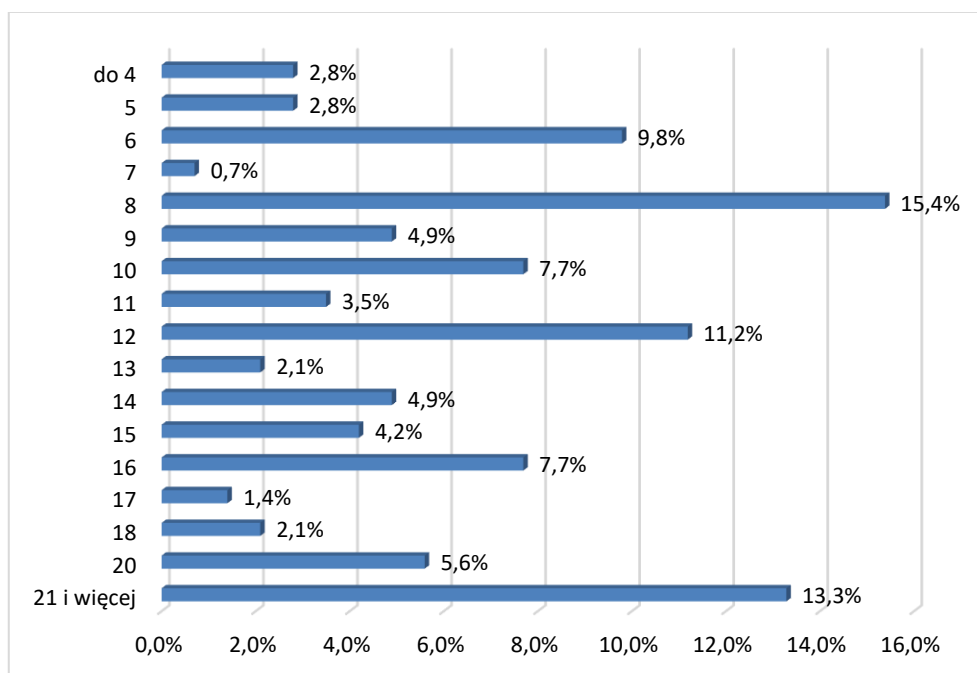
Wykres 16. Kwatery i gospodarstwa agroturystyczne z samodzielnym domkiem i pokojami w domu gospodarzy
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Liczba pokoi, którymi dysponują kwaterodawcy również może świadczyć o tendencji do traktowania agroturystyki jako głównego zajęcia. Prawie 73% kwaterodawców ma do dyspozycji co najmniej 4 pokoje, co wymaga poświęcenia znacznej ilości czasu na obsługę turystów (wykres 17). Nieliczni (13,3%) mają do dyspozycji 1 lub 2 pokoje, co świadczy o poszukiwaniu dodatkowego (okazjonalnego) źródła dochodów z działalności agroturystycznej.



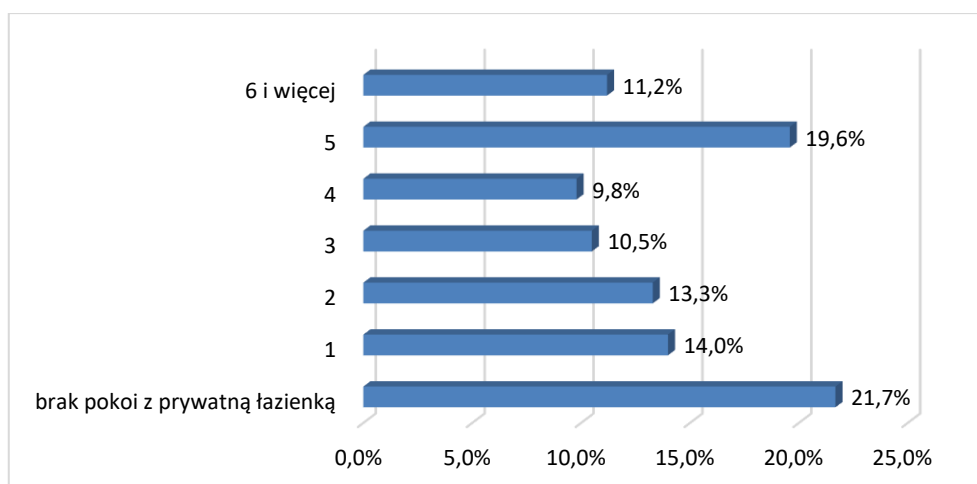
Wykres 17. Liczba pokoi
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Potwierdza to liczba udostępnianych miejsc noclegowych (wykres 18). Tylko 15,4% dysponuje liczbą tych miejsc nie większą niż 6. Od 7 do 14 miejsc noclegowych posiada co drugi obiekt (50,4%), a co trzeci (34,2%) ma więcej niż 14 miejsc noclegowych.



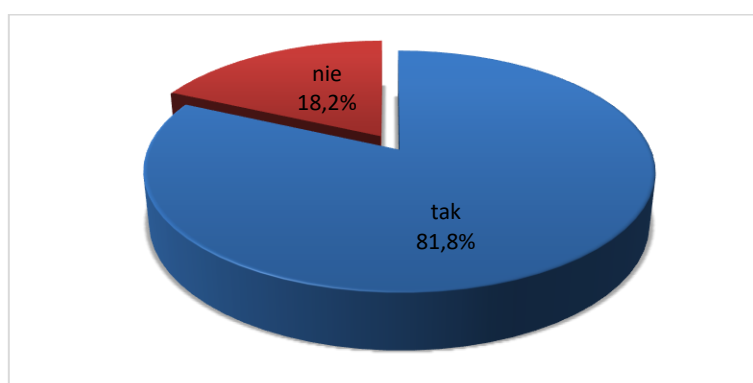
Wykres 18. Liczba dostępnych miejsc noclegowych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W dalszym ciągu typowe dla działalności agroturystycznej pozostają wspólne łazienki do użytkowania przez turystów. Prawie 22% obiektów agroturystycznych nie posiada żadnego pokoju z prywatną łazienką. Zaś ponad 11% kwaterodawców oferuje gościom co najmniej 6 pokoi z prywatnymi łazienkami (wykres 19).



Wykres 19. Liczba pokoi z prywatną łazienką
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

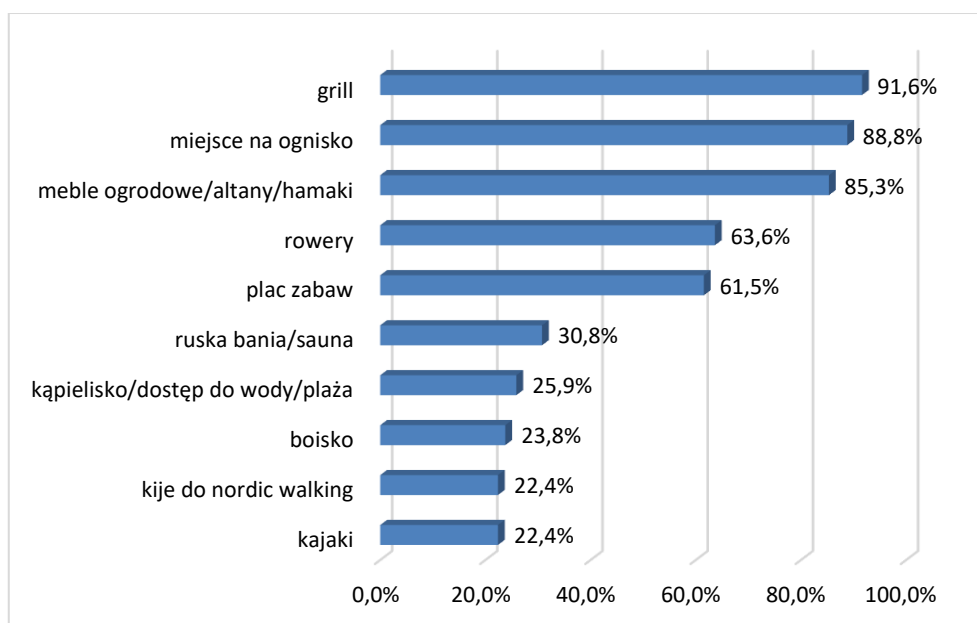
Dostęp do sieci bezprzewodowej oferuje ponad 81% kwaterodawców (wykres 20).



Wykres 20. Wifi 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 prawie 89% obiektów (wykres 21). Często spotykane są również różnego rodzaju meble ogrodowe, wiaty, hamaki i podobny sprzęt, który znajduje się w 85,3% obiektów. Ponad połowa kwaterodawców posiada rowery do dyspozycji gości oraz wyposażone place zabaw dla dzieci.



Wykres 21. Dodatkowe wyposażenie obiektów agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Znaczna liczba kwaterodawców oferuje również ruską kąpielnię lub saunę (30,8%), dostęp do plaży (25,9%), boisko (23,8%), a także kije do nordic walking czy kajaki (22,4%). Pełna lista urządzeń i sprzętu dostępnego w obiektach agroturystycznych znajduje się w tabeli 4.

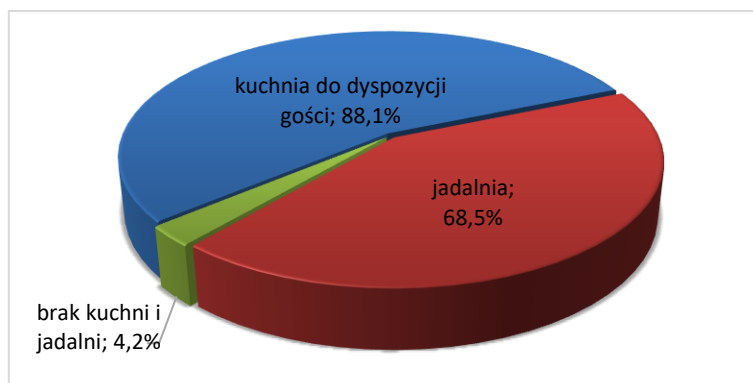
Tabela 4. Różnorodność urządzeń i sprzętu rekreacyjno-sportowego i wypoczynkowego

Lp.	Rodzaj urządzenia/sprzętu	Odsetek kwater i gospodarstw oferujących urządzenia i sprzęt rekreacyjno-sportowy
1.	Grill	91,6%
2.	Miejsce na ognisko	88,8%
3.	Meble ogrodowe/altany/hamaki	85,3%
4.	Rowery	63,6%
5.	Plac zabaw	61,5%
6.	Ruska bania/sauna	30,8%
7.	Kąpielisko/dostęp do wody/plaża	25,9%
8.	Boisko	23,8%
9.	Kajaki	22,4%
10.	Kije do nordic walking	22,4%
11.	Piłkarzyki	15,4%
12.	Sprzęt wędkarski	15,4%
13.	Basen odkryty	12,6%
14.	Mini zoo	9,1%
15.	Zwierzęta domowe	2,8%
16.	Łódka	2,1%
17.	Bilard	1,4%
18.	Rower wodny	1,4%
19.	Stół do tenisa	1,4%
20.	Sauna	1,4%
21.	Strzelanie z łuku	1,4%
22.	Skansen	1,4%
23.	Domek na drzewie	0,7%
24.	Gabinet masażu	0,7%
25.	Korty tenisowe	0,7%
26.	Siłownia	0,7%
27.	Warsztaty tkackie	0,7%
28.	Strzelanie z broni pneumatycznej	0,7%
29.	Deska SUP	0,7%
30.	Muzeum chleba	0,7%
31.	Piramida	0,7%
32.	Leżaki plażowe	0,7%
33.	Replika pałacu carskiego	0,7%
34.	Balia	0,7%
35.	Rzutki	0,7%
36.	Pokój wyklejony znaczkami pocztowymi	0,7%
37.	Rzutki	0,7%
38.	Salka gimnastyczna	0,7%
39.	Wioska indiańska	0,7%
40.	Mini golf	0,7%
41.	Tyrolka	0,7%
42.	Sala do gier	0,7%
43.	Karaoke	0,7%
44.	Wędzarnia	0,7%
45.	Mini croas	0,7%
46.	Kuźnia	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

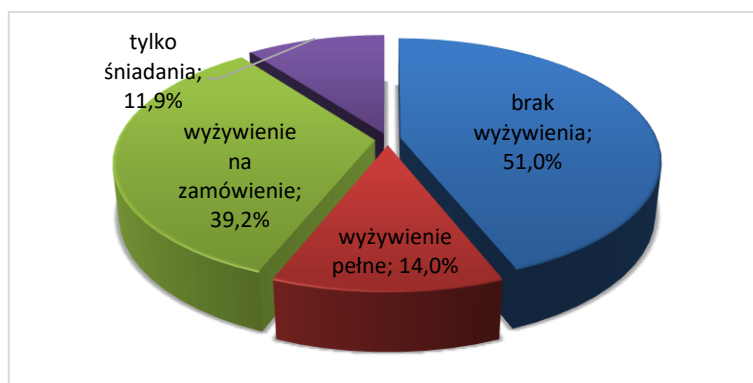
3.5. Usługi żywieniowe

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 4,2% obiektów (wykres 22). Jednocześnie prawie 50% badanych obiektów oferuje wyżywienie (częściowe, pełne lub na zamówienie). Prawie 90% kwaterodawców oferuje dostęp do kuchni, zaś 68,5% badanych do jadalni.



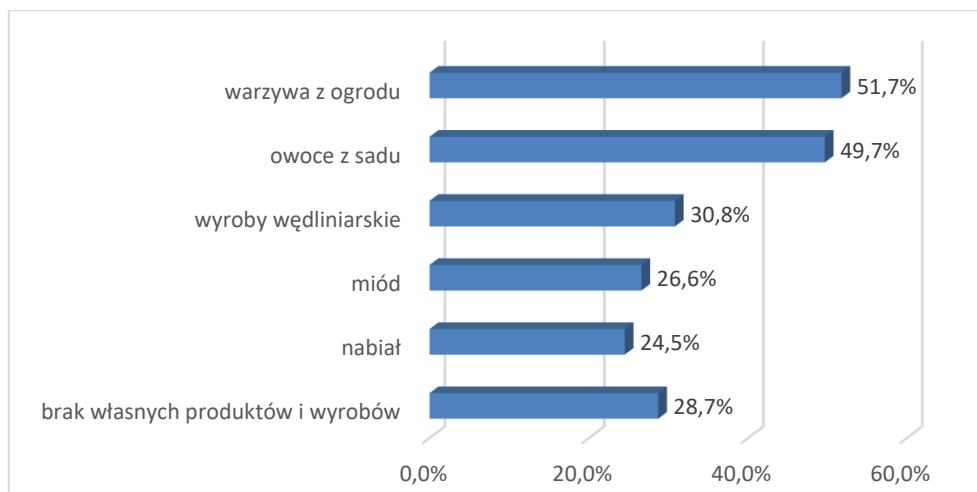
Wykres 22. Możliwość samodzielnego przygotowania posiłków
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Pełne usługi żywieniowe w czasie pobytu oferuje tylko 14% obiektów agroturystycznych (wykres 23). 39,2% kwaterodawców oferuje wyżywienia na zamówienie, niecałe 11% posiada w ofercie tylko śniadania, a ponad połowa kwaterodawców nie ma w swojej ofercie wyżywienia.



Wykres 23. 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 51% obiektów), owoce (prawie 50%) i wyroby wędliniarskie (ponad 30%). Popularne są również miód, oferowany w prawie 27% obiektów i nabiał oferowany w co czwartym obiekcie. Własnych produktów i wyrobów nie oferuje 28,7% obiektów (wykres 24).



Wykres 24. Własne produkty oferowane dla gości

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

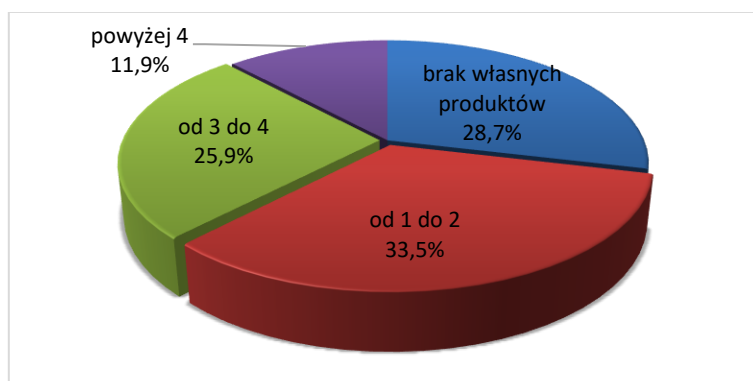
Różnorodność produktów i wyrobów oferowanych turystom przebywającym na wypoczynku agroturystycznym jest jednak znacznie większa. Są wśród nich własnoręcznie wypiekany chleb, przetwory owocowe i warzywne, ciasta wypiekane przez kwateryodawców, soki i wiele innych. Listę produktów i wyrobów wraz z odsetkiem 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	51,7%
2.	Owoce z sadu	49,7%
3.	Wyroby wędliniarskie	30,8%
4.	Miód	26,6%
5.	Nabiał	24,5%
6.	Jaja wiejskie	7,0%
7.	Przetwory	4,9%
8.	Ciasta	3,5%
9.	Chleb	2,8%
10.	Zioła	1,4%
11.	Octy owocowe	1,4%
12.	Drób	1,4%
13.	Soki	1,4%
14.	Syropy	1,4%
15.	Grzyby	0,7%
16.	Ryby	0,7%
17.	Przepiórki	0,7%
18.	Kawa z własnej plantacji	0,7%
19.	Maliny	0,7%
20.	Orzechy laskowe	0,7%
21.	Regionalne trunki	0,7%
22.	Pierogi	0,7%
23.	Babka i kiszka ziemniaczana	0,7%

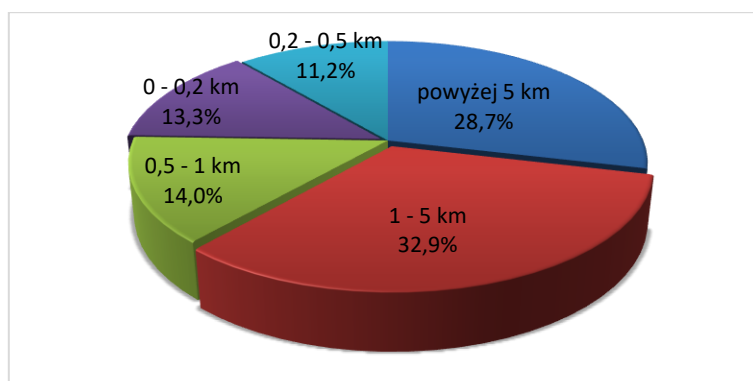
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najczęściej kwaterodawcy posiadają w ofercie 1 lub 2 takie produkty (33,5%). Co czwarty kwaterodawca oferuje od 3 do 4 produktów, a większą różnorodnością oferty charakteryzuje się około co dziesiąty obiekt (wykres 25).



Wykres 25. Liczba produktów oferowanych w obiektach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Korzystanie z produktów rolnych i przetwórczych przygotowanych przez kwaterodawców, 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 punktów gastronomicznych (ponad 60% jest oddalonych o więcej niż 1 kilometr). Szczegółowe wyniki przedstawiono na wykresie 26.

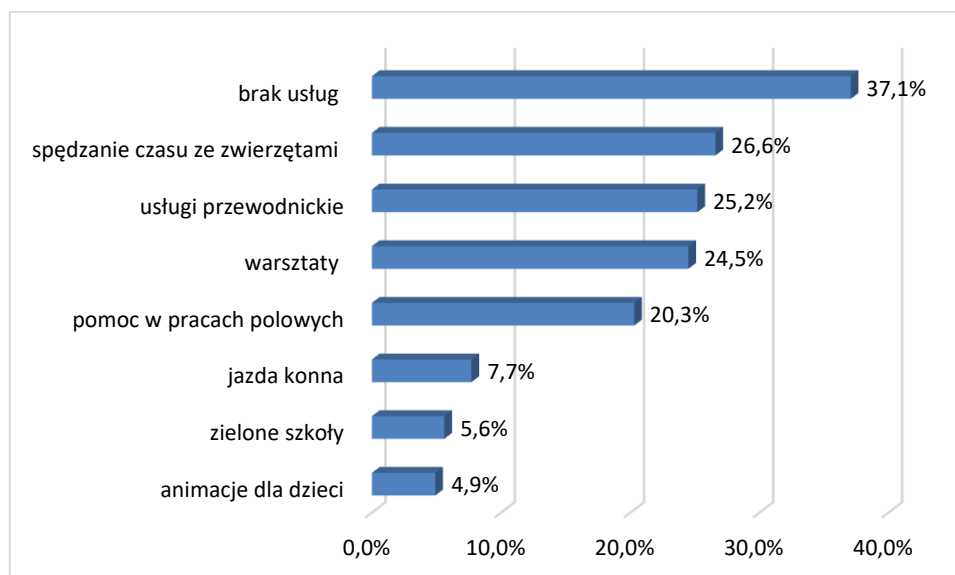


Wykres 26. Odległość od punktów gastronomicznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

3.6. 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 zapotrzebowania. Z drugiej strony niesie korzyści właścicielom obiektów, dając dodatkowe źródło dochodu.

W województwie podlaskim ponad 37% kwaterodawców agroturystycznych nie oferuje usług dotyczących zagospodarowania czasu wolnego turystów. Do najczęściej spotykanych dodatkowych usług należą: spędzanie wolnego czasu ze zwierzętami w gospodarstwie (26,6%), usługi przewodnickie (w ofercie 25,2% obiektów), warsztaty rękodzieła ludowego, kulinarne i inne (oferowane przez 24,5% kwaterodawców). Często pojawia się również oferta pomocy w pracach polowych, którą oferuje 20,3% kwaterodawców (wykres 27). Nieco mniej kwaterodawców w swojej ofercie posiada jazdę konną (7,7%), możliwość organizacji zielonej szkoły (5,6%) czy animacje dla dzieci (4,9%).



Wykres 27. Usługi dodatkowe oferowane turystom przebywającym na wczasach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Sporadycznie pojawiają się takie usługi jak: hipoterapia (2,1%), organizacja spływów kajakowych (1,4%) czy nauka jazdy motocyklem (1,4%). Pełna lista usług dodatkowych oferowanych przez kwaterodawców została przedstawiona w tabeli 6.

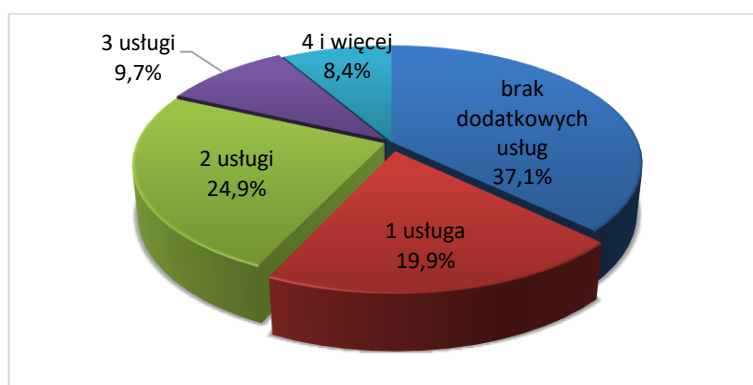
Tabela 6. Różnorodność usług turystycznych oferowanych turystom

Lp.	Różnorodność usług	Odsetek obiektów agroturystycznych oferujących dodatkowe usługi
1.	Spędzanie czasu ze zwierzętami w gospodarstwie (karmienie	26,6%
2.	Usługi przewodnickie	25,2%
3.	Warsztaty (rękodzieła ludowego	24,5%
4.	Pomoc w pracach polowych	20,3%
5.	Jazda konna	7,7%
6.	Zielone szkoły	5,6%
7.	Animacje dla dzieci	4,9%
8.	Hipoterapia	2,1%
9.	Spływy kajakowe	1,4%
10.	Informacja turystyczna	1,4%
11.	Nauka jazdy motocyklem	1,4%
12.	Masaż	0,7%
13.	Przejazdy bryczkami	0,7%
14.	Quady/paintball	0,7%
15.	Uloterapia	0,7%

16.	Prace w pasiece	0,7%
17.	Pomoc przy zbiorze winogron	0,7%
18.	Izba edukacyjno-pszczelarska	0,7%
19.	Muzeum pszczelarstwa	0,7%
20.	Wędkowanie	0,7%

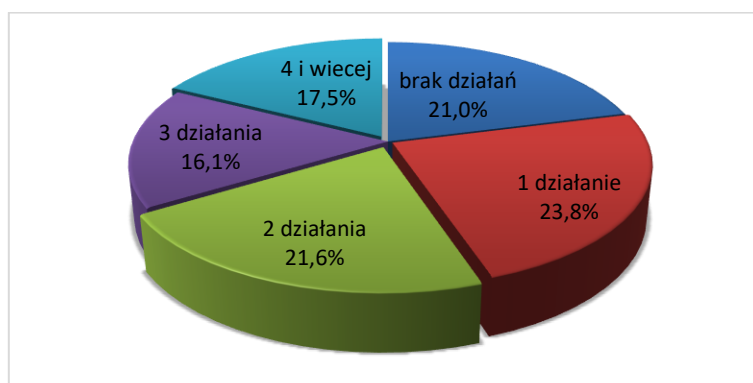
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

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 (8,4%) oferują 4 lub więcej dodatkowych usług dla turystów. Średnio co dziesiąty (11,1%) świadczy 3 usługi, 24,9% – dwie, zaś prawie 20% kwaterodawców deklaruje świadczenie zaledwie jednej dodatkowej usługi (wykres 28).



Wykres 28. Liczba usług oferowanych w obiektach agroturystycznych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

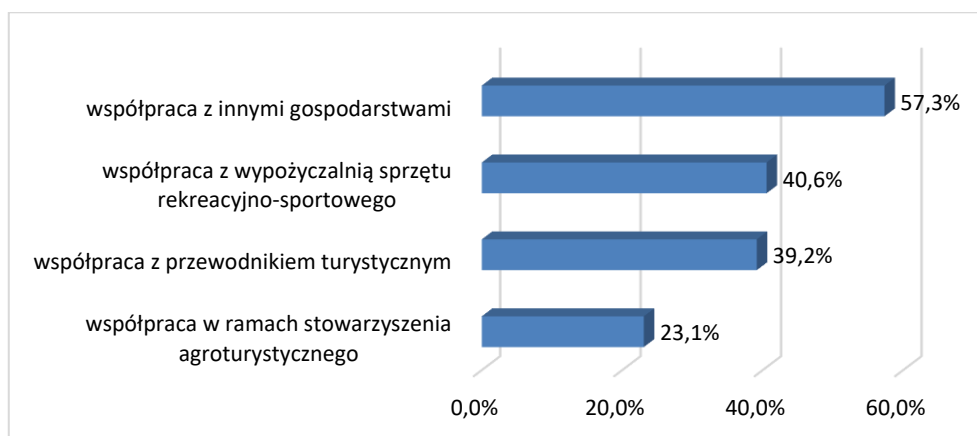
Jednocześnie należy zauważyć, że prawie co czwarty kwaterodawca nie widzi potrzeby zmiany takiego stanu rzeczy. Aż 21% nie podejmuje żadnych działań mających na celu poszerzenie oferty wypoczynku (wykres 29). Podobny odsetek (23,8%) podejmuje się tylko jednego działania. Do czterech lub więcej działań przyznaje się 17,5% badanych.



Wykres 29. 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 57,3% kwaterodawców (wykres 30). Często jest również współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego lub z przewodnikiem turystycznym – odpowiednio 40,6 % oraz 39,2%. Prawie co czwarty kwaterodawca wskazuje, że w celu poszerzenia oferty wypoczynku podejmuje współpracę w ramach stowarzyszenia agroturystycznego.



Wykres 30. 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. 21% kwaterodawców korzysta z oferty szkoleń organizowanych przez lokalne grupy działania, zaś 18,2% bierze udział w szkoleniach organizowanych przez urzędy gmin oraz ponad 16,1% w szkoleniach organizowanych przez lokalne organizacje turystyczne lub Podlaską Regionalną Organizację Turystyczną. Pełną różnorodność działań podejmowanych przez kwaterodawców agroturystycznych z województwa podlaskiego w celu szukania możliwości poszerzenia oferty wypoczynku przedstawiono w tabeli 7.

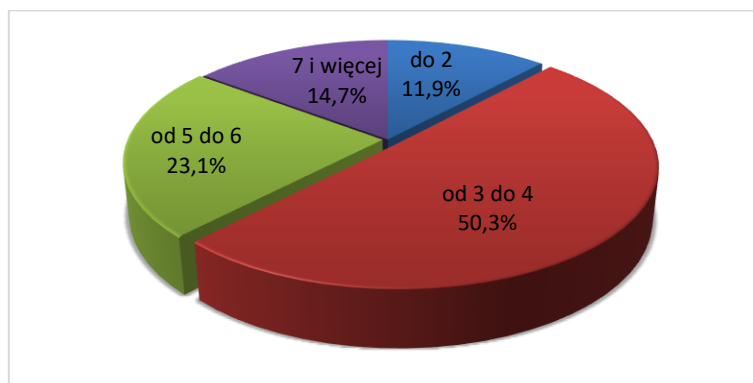
Tabela 7. Różnorodność działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku

Lp.	Różnorodność atrakcji	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Współpraca z innymi gospodarstwami (kuligi, żywność, inne)	57,3%
2.	Współpraca z wypożyczalnią sprzętu rekreacyjno-sportowego	40,6%
3.	Współpraca z przewodnikiem turystycznym	39,2%
4.	Współpraca w ramach stowarzyszenia agroturystycznego	23,1%
5.	Udział w szkoleniach organizowanych przez lokalną grupę działania	21,0%
6.	Udział w szkoleniach organizowanych przez urząd gminy	18,2%
7.	Udział w szkoleniach organizowanych przez LOT/PROT	16,1%
8.	Współpraca z rehabilitantem	0,7%
9.	Współpraca z Wigierskim Parkiem Narodowym	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

3.7. Charakterystyka turystów wypoczywających w obiektach agroturystycznych w województwie podlaskim

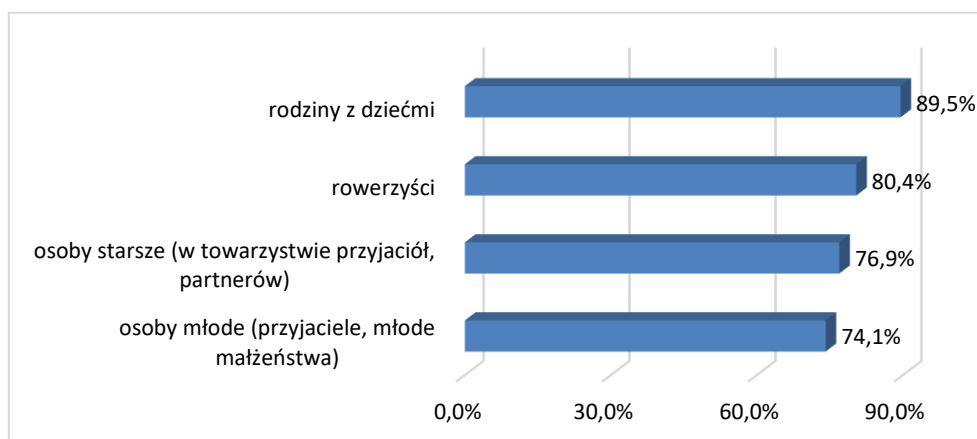
Kwaterodawcy agroturystyczni z województwa podlaskiego nie specjalizują się w obsłudze konkretnych grup turystów. Niespełna 12% wskazuje jedną lub dwie grupy. Najwięcej (50,3%) wskazuje od 3 do 4 głównych grup odwiedzających, a w przypadku 37,8% jest to 5, 6, a nawet więcej grup odwiedzających (wykres 31).



Wykres 31. 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 32). Często z takiego wypoczynku korzystają również rowerzyści (80,4%) oraz osoby starsze (również w towarzystwie przyjaciół lub partnerów) – 76,9%. Zwraca uwagę fakt, że w prawie 75% obiektów odnotowuje się znaczny udział osób młodych (przyjaciół, partnerów, studentów, młodych małżeństw).



Wykres 32. Grupy turystów najliczniej korzystające z usług agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

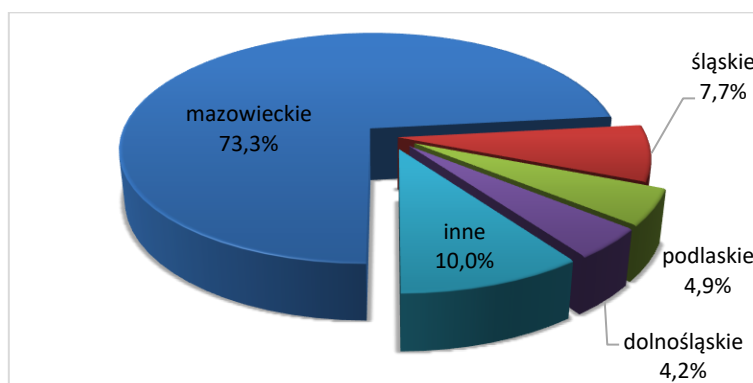
Warto zwrócić uwagę, że licznie odnotowani zostali turyści zagraniczni. W przypadku 42% obiektów agroturystycznych zostali oni zaliczeni do grupy licznie korzystających ze świadczonych usług. Pełną listę grup korzystających z usług agroturystycznych przedstawiono w tabeli 8.

Tabela 8. Grupy turystów korzystające z usług agroturystycznych

Lp.	Grupa turystów	Odsetek obiektów goszczących turystów
1.	Rodziny z dziećmi	89,5%
2.	Rowerzyści	80,4%
3.	Osoby starsze (w towarzystwie przyjaciół, partnerów)	76,9%
4.	Osoby młode (przyjaciele, młode małżeństwa)	74,1%
5.	Turyści zagraniczni	42,0%
6.	Pracownicy firm	42,0%
7.	Osoby samotne	30,1%
8.	Dzieci (kolonie, zielone szkoły)	13,3%
9.	Motocykliści	2,1%
10.	Kajakarze	1,4%
11.	Uczestnicy warsztatów	0,7%
12.	Grzybiarze	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na wypoczynek agroturystyczny do województwa podlaskiego najliczniej przyjeżdżają mieszkańcy sąsiadującego województwa mazowieckiego. Ponad 73,3% kwaterodawców wskazało, że najczęściej przyjeżdżają do nich mieszkańcy tego województwa (wykres 33). Wśród grupy pięciu województw najliczniej generujących ruch turystyczny znalazło się województwo podlaskie (4,9%) oraz dwa znacznie odleglejsze: śląskie (7,7%) i dolnośląskie (4,2%).



Wykres 33. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów krajowych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Pod względem miejsca zamieszkania przybywających turystów, nie odnotowano gości z województw opolskiego, lubelskiego, łódzkiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego. Pełne dane przedstawiono w tabeli 9.

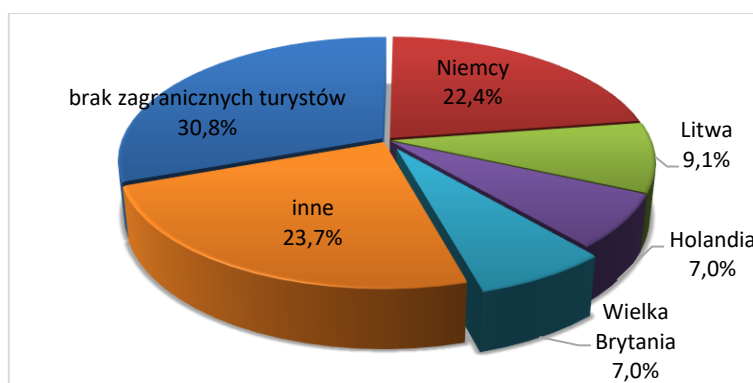
Tabela 9. Miejsce zamieszkania turystów z Polski

Lp.	Województwo	Odsetek obiektów wskazujących województwo jako najliczniej generujące ruch turystyczny
1.	Dolnośląskie	4,2%
2.	Kujawsko-pomorskie	2,1%
3.	Lubelskie	0,0%
4.	Łódzkie	0,0%
5.	Małopolskie	3,5%
6.	Mazowieckie	73,4%
7.	Opolskie	0,0%

Lp.	Województwo	Odsetek obiektów wskazujących województwo jako najliczniej generujące ruch turystyczny
8.	Podkarpackie	0,7%
9.	Podlaskie	4,9%
10.	Pomorskie	2,1%
11.	Śląskie	7,7%
12.	Świętokrzyskie	0,0%
13.	Warmińsko-mazurskie	0,0%
14.	Wielkopolskie	0,7%
15.	Zachodniopomorskie	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W przypadku turystów zagranicznych najczęściej na wypoczynek przyjeżdżają mieszkańcy Niemiec (22,4%). Prawie co czwarty kwaterodawca wskazał, że mieszkańcy tego kraju przyjeżdżają najczęściej. Stosunkowo często wskazywano także mieszkańców Litwy (9,1%), Holandii (7,0%) i Wielkiej Brytanii (7,0%). 30,8% kwaterodawców nie gości turystów z zagranicy (wykres 34).



Wykres 34. 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 – 50 % (podobnie jak turyści z województwa mazowieckiego w tym przypadku jest to prawie 43% turystów decyduje się na wypoczynek w tym rejonie).

Podobnie jest w przypadku turystów z Holandii, którzy wypoczywają w obiektach agroturystycznych województwa podlaskiego. Również oni preferują rejon południowy (60%), zaś w roku 2020 turyści z Holandii zdecydowanie preferowali rejon zachodni (Bagna Biebrzańskie), który wybierało 45% osób korzystających z wypoczynku agroturystycznego w województwie podlaskim.

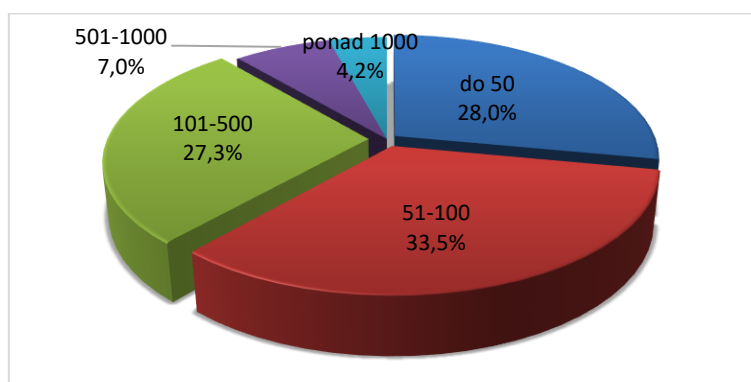
Pod względem miejsca zamieszkania turystów reprezentowane są kraje europejskie, poza jednym wyjątkiem – USA. Pełne dane przedstawiono w tabeli 10.

Tabela 10. Kraj pochodzenia turystów zagranicznych

Lp.	Kraj	Odsetek obiektów przyjmujących turystów
1.	Niemcy	22,4%
2.	Litwa	9,1%
3.	Holandia	7,0%
4.	Wielka Brytania	7,0%
5.	Belgia	7,0%
6.	Białoruś	5,6%
7.	USA	2,1%
8.	Hiszpania	1,4%
9.	Szwajcaria	1,4%
10.	Francja	1,4%
11.	Czechy	0,7%
12.	Szwecja	0,7%
13.	Gruzja	0,7%
14.	Brak zagranicznych turystów	30,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

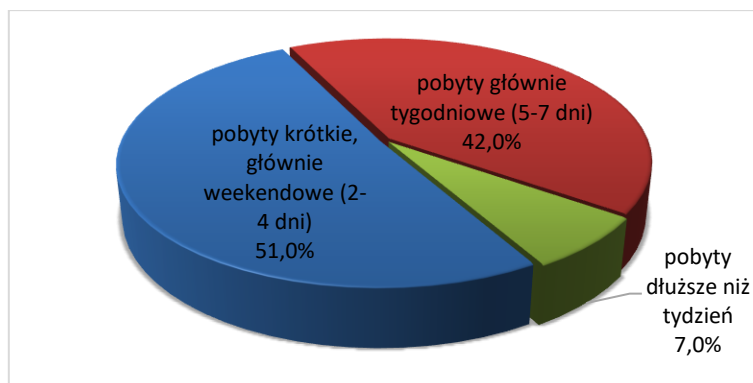
W więcej niż połowie obiektów (ponad 61,5%) liczba turystów wycieczających w ciągu roku nie przekracza 100 osób. W przypadku 28% badanych podmiotów nie przekracza ona 50 osób, a w przypadku 33,5% waha się pomiędzy 51 a 100 (wykres 35). Należy zaznaczyć, że mała liczba gości w ciągu roku nie zależy od 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.



Wykres 35. Liczba turystów wycieczających w obiektach agroturystycznych w ciągu roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

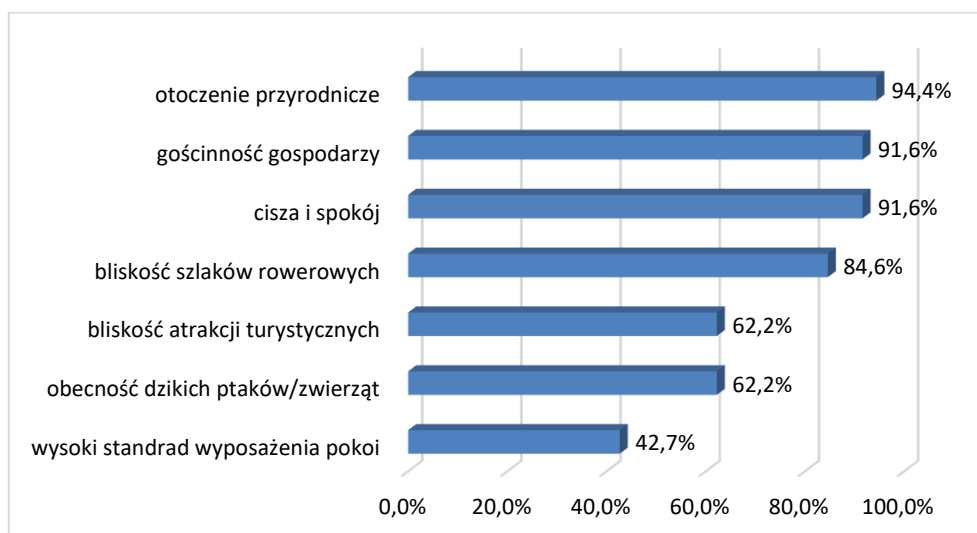
Wśród turystów wycieczających na terenie województwa podlaskiego i korzystających z obiektów agroturystycznych dominują pobyty krótkie, głównie weekendowe (wykres 36). Ten fakt potwierdziło 51% kwaterodawców. 7% kwaterodawców przyjmuje turystów na okresy dłuższe niż tydzień, a u 42% dominują pobyty weekendowe.



Wykres 36. Długość pobytów agroturystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dominujące powody wyboru przez turystów wypoczynku agroturystycznego na terenie województwa podlaskiego to przede wszystkim otoczenie przyrodnicze (94,4%), gościnność gospodarzy (91,6%) oraz cisza i spokój (91,6%). Wśród często wskazywanych atutów znalazły się również: bliskość szlaków rowerowych (84,6%), bliskość atrakcji turystycznych i obecność dzikich ptaków i zwierząt (po 62,2%) oraz wysoki standard wyposażenia pokoi (42,7%). Wyniki zaprezentowano na wykresie 37.



Wykres 37. 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 czy różnorodność oferty turystycznej, które to cechy urzekły prawie co trzeciego turystę. Często wskazywano również na cechę typową dla województwa podlaskiego – położenie przy granicy państwa (22,4%) oraz możliwość przekraczania granicy (14,7%).

Tabela 11. Różnorodność walorów wypoczynku agroturystycznego wskazywana przez turystów

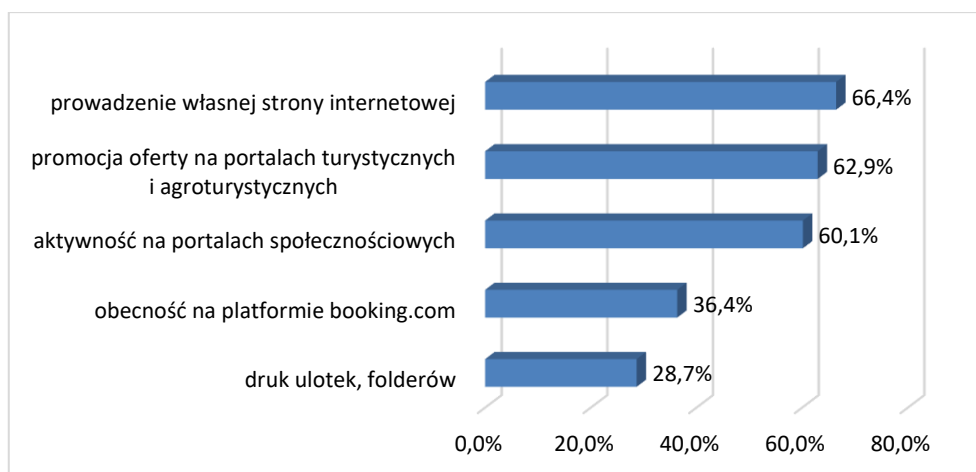
Lp.	Walaor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek turystów
1.	Otoczenie przyrodnicze	94,4%
2.	Cisza i spokój	91,6%
3.	Gościnność gospodarzy	91,6%
4.	Bliskość szlaków rowerowych	84,6%

Lp.	Walor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek turystów
5.	Obecność dzikich ptaków/zwierząt	62,2%
6.	Bliskość atrakcji turystycznych	62,2%
7.	Wysoki standard wyposażenia pokoi	42,7%
8.	Jakość oferowanych posiłków	32,2%
9.	Możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych	31,5%
10.	Różnorodność oferty wypoczynku	30,1%
11.	Położenie przy granicy	22,4%
12.	Możliwość przekroczenia granicy	14,7%
13.	Brak zasięgu internetowego (cyfrowy detoks :)	14,7%
14.	Podróż w czasie (wystrój wnętrz nawiązujący 30 lat wstecz)	0,7%
15.	Oferta kajakowa	0,7%
16.	Pobyty w zabytkowym młynie wiatrowym	0,7%
17.	Możliwość wyjazdów jednodniowych	0,7%
18.	Puszcza białowieska	0,7%
19.	Wieża obserwacyjna	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

3.8. Podejmowane działania promocyjne i plany rozwoju

Rynek usług agroturystycznych, niezależnie od sytuacji społeczno-gospodarczej czy epidemiologicznej wymaga podejmowania działań, które będą poprawiały jego pozycję konkurencyjną wśród innych podmiotów branży turystycznej. To samo dotyczy także 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 38 przedstawiono najczęściej podejmowane działania promocyjne przez kwaterodawców agroturystycznych.



Wykres 38. Najczęściej podejmowane działania promocyjne

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dbłość o promocję własnej działalności agroturystycznej sprowadza się głównie do aktywności w Internecie. Kwaterodawcy podejmują działania promocyjne prowadząc własną stronę internetową (66,4%) oraz promując swoje oferty na portalach turystycznych i agroturystycznych (62,9%). Prawie tyle samo (60,1%) jest aktywnych na portalach społecznościowych (Twitter, Instagram, Facebook itp.). Oferty kwaterodawców są również obecne na platformie booking.com (36,4%). W czasie, gdy cała działalność

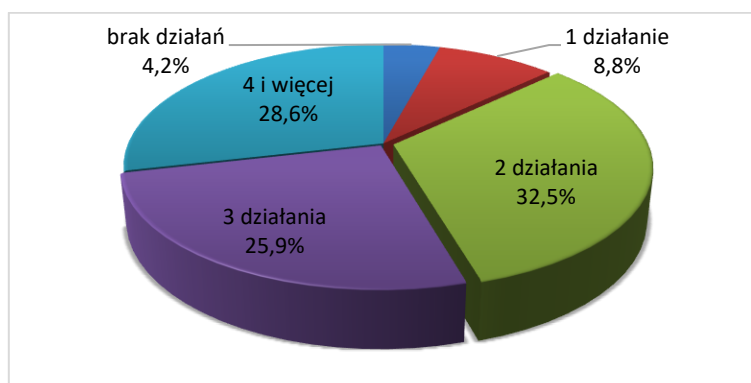
promocyjna przenosi się do Internetu zwraca uwagę fakt, że prawie co trzeci kwaterodawca inwestuje w druk materiałów reklamowych. Niecałe 5% badanych nie podejmuje obecnie żadnych działań promocyjnych. W tabeli 12 przedstawiono wszystkie działania promocyjne podejmowane przez kwaterodawców agroturystycznych.

Tabela 12. Różnorodność podejmowanych działań promocyjnych

Lp.	Rodzaj działania	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Prowadzenie własnej strony internetowej	66,4%
2.	Promocja oferty na portalach turystycznych i agroturystycznych	62,9%
3.	Aktywność na portalach społecznościowych (np. Facebook, youtube, twitter, instagram)	60,1%
4.	Obecność na platformie booking.com	36,4%
5.	Druk ulotek, folderów	28,7%
6.	Obecność na platformie airbnb.pl	12,6%
7.	Uczestnictwo w targach turystycznych	11,2%
8.	Nie są podejmowane żadne działania promocyjne	4,2%
10.	Poczta pantoflowa	1,4%
11.	Polecane przez gości	1,4%
12.	Obecność na platformie slowhop	0,7%
13.	Współpraca z portalem nocowanie.pl	0,7%
14.	Udostępnianie domu blogerom promującym podlaskie	0,7%
15.	Przynależność do Lokalnej Organizacji Turystycznej	0,7%
16.	Obecność na platformie roomadmin	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

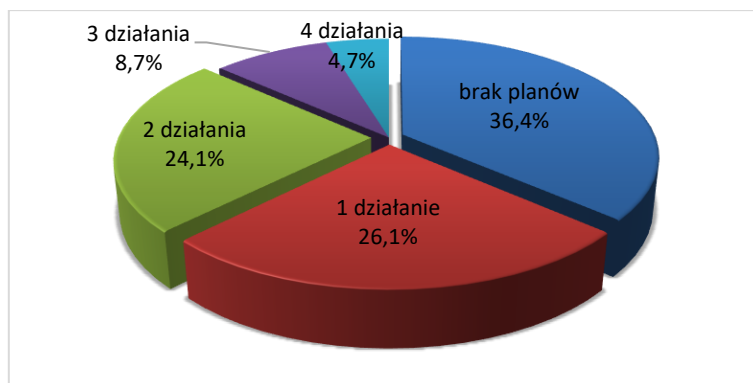
Jedynie co dwudziesty kwaterodawca nie podejmuje żadnych działań promocyjnych (wykres 39). Prawie 9% badanych podejmuje jedno działanie, jednak większość nie poprzestaje na tym. Jedna trzecia kwaterodawców deklaruje się podejmowania 2 działań. Ponad połowa kwaterodawców równolegle podejmuje 3 lub więcej działań zmierzających do lepszej promocji własnej oferty.



Wykres 39. Liczba podejmowanych działań promocyjnych

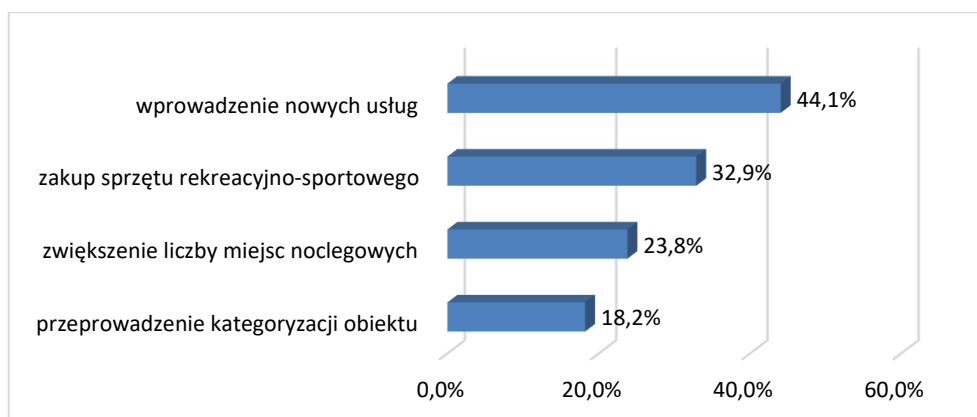
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podobnie jest z planami rozwoju. Wprawdzie ponad jedna trzecia kwaterodawca (36,4%) uważa, że w chwili obecnej nie musi rozwijać już swojej działalności, to jednak prawie 70% widzi potrzebę inwestycji w rozwój działalności agroturystycznej. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie 40.



Wykres 40. Liczba planowanych przedsięwzięć rozwojowych
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Do najczęstszych planowanych przedsięwzięć rozwojowych należy wprowadzenie nowych usług do swojej działalności, co potwierdziło 44,1% kwaterodawców (wykres 41). Znaczna część, bo aż 32,9%, rozważa zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego. Prawie co czwarty (23,8%) chce zwiększyć liczbę miejsc noclegowych, a 18,2% rozważa przeprowadzenie kategoryzacji swojego obiektu.



Wykres 41. 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 zakup motocykli, nie są one jednak powszechne. Ponadto, prawie 37% kwaterodawców wskazało na brak planów rozwoju na obecną chwilę. Wszystkie plany rozwojowe przedstawiono w tabeli 13.

Tabela 13. Różnorodność działań rozwojowych

Lp.	Walor wypoczynku agroturystycznego	Odsetek obiektów podejmujących działanie
1.	Wprowadzenie nowych usług	44,1%
2.	Zakup sprzętu rekreacyjno-sportowego	36,4%
3.	Zwiększenie liczby miejsc noclegowych	32,9%
4.	Przeprowadzenie kategoryzacji obiektu	23,8%
5.	Wprowadzenie zajęć edukacji lokalnej dla szkół	0,7%
6.	Renowacja pokoi	0,7%
7.	Zakup motocykli	0,7%
8.	Zwiększenie zasięgu ofert	0,7%
9.	Brak planów rozwoju na chwilę obecną	36,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

4. Zmiana sytuacji na rynku agroturystycznym w województwie podlaskim w latach 2020-2022

4.1. Wnioski z analizy porównawczej

Analizując wyniki badań, przeprowadzonych wśród kwaterodawców agroturystycznych z województwa podlaskiego, z dwóch okresów – z roku 2020 oraz 2022 – można stwierdzić, iż są one bardzo zbliżone do siebie. W badaniach przeprowadzonych w roku 2022 jedynie niecałe 20% respondentów brało powtórny udział (wypełniło ankiety także w roku 2020), mimo to wyniki są porównywalne. Dotyczy to zarówno standardu obiektów i dostępności do walorów naturalnych, jak również zakresu świadczonych usług i podejmowanych działań promocyjnych czy charakterystyki turystów. Umożliwiają również zaobserwowanie pierwszych tendencji na rynku usług agroturystycznych na tym obszarze. W szczególności zaobserwowano:

- zwiększenie liczby oferowanych usług dotyczących zagospodarowania wolnego czasu turystów. W roku 2020 aż 41,5% respondentów twierdziło, że nie oferuje żadnych dodatkowych usług osobom wypoczywającym w ich kwaterach. W roku 2022 odsetek takich stwierdzeń zmniejszył się do 37,1%;
- wzrost liczby odwiedzających województwo podlaskie rowerzystów. W roku 2020 z odpowiedzi respondentów wynikało, że 69,3% z nich gościło u siebie rowerzystów, w roku 2022 odsetek ten wzrósł do 80,4%. Również osoby w wieku starszym częściej zaczęły korzystać z usług agroturystycznych w województwie podlaskim, było to odpowiednio: 2020 – 68,8%; 2022 – 76,9%. W pierwszym przypadku może to być związane z dobrą promocją aktywnego wypoczynku na terenie województwa podlaskiego, w tym szlaków rowerowych. W drugim przypadku, zwiększenie liczby turystów w wieku starszym może być związane z poszukiwaniem miejsc bezpiecznego wypoczynku po okresie pandemii;
- utrzymanie liczby turystów zagranicznych na tym samym poziomie (w obu okresach – 42%);
- lekki spadek liczby przyjeżdżających turystów z Białorusi (2020 – 6,8%; 2022 – 5,6%) oraz widoczny wzrost odsetka turystów z Litwy (2020 – 4,4%; 2022 – 9,1%);
- zmianę w długości pobytów w gospodarstwach agroturystycznych: obecnie dominują pobyty krótkie, głównie weekendowe (2020 – 36,1%; 2022 – 51,0%); turyści rezygnują z pobytów tygodniowych (2020 – 57,6%; 2022 – 42,0%). Warto podkreślić, że żaden z kwaterodawców nie wspomniał w ankiecie o turystach bądź uchodźcach z Ukrainy;
- nieznaczną zmianę w dwóch wskazywanych walorach gospodarstw cenionych przez turystów: położenie przy granicy (2020 – 24,9%; 2022 – 22,4%) oraz możliwość przekraczania granicy (2020 – 17,1%; 2022 – 14,7%);
- zmianę wiodącej formy promocji gospodarstwa agroturystycznego: obecnie dominuje promowanie oferty na własnej stronie internetowej (2020 – 55,6%; 2022 – 66,4%); w 2020 roku dominującą formą promocji była aktywność kwaterodawców na portalach turystycznych i agroturystycznych;
- wzrost odsetka kwaterodawców, którzy nie mają planów rozwoju swojej kwatery agroturystycznej (2020 – 31,7%; 2022 – 36,4%) oraz spadek odsetka tych, którzy planują dużą liczbę przedsięwzięć (co najmniej 4) rozwijających ich działalność (2020 – 7,3%; 2022 – 4,7%);

- zmianę w planowanych działaniach podejmowanych przez kwaterodawców: obecnie planują oni głównie wprowadzanie nowych, dodatkowych usług (2020 – 38,0%; 2022 – 44,1%) oraz ograniczają inwestycje w sprzęt rekreacyjno-sportowy (2020 – 44,9%; 2022 – 32,9%).

4.2. Ocena wpływu sytuacji społeczno-gospodarczej na funkcjonowanie kwater agroturystycznych

W kwestionariuszu ankiety zostało zawarte dodatkowe pytanie: Jak sytuacja społeczno-gospodarcza w latach 2020-2022 wpłynęła na funkcjonowanie kwater agroturystycznych? 75,5% kwaterodawców stwierdziło, że ich sytuacja pogorszyła się, 15,1% uważa, że polepszyła się, zaś 9,4% badanych nie zauważyło wpływu obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej na prowadzoną przez nich działalność.

Respondenci wskazują różne przyczyny pogorszenia się sytuacji gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim. Wśród kwaterodawców podających te przyczyny dominuje przekonanie, że na ich pogarszającą się sytuację w znacznym stopniu wpłynęła pandemia (58%). W następnej kolejności wskazują oni (w równym stopniu – po 48%) takie przyczyny jak: inflację oraz wyższe koszty prowadzenia gospodarstwa, wojnę na Ukrainie oraz konflikt z Białorusią (m. in. zamknięta strefa przygraniczna, pojawiający się uchodźcy, obniżenie poczucia bezpieczeństwa).

Ponadto z odpowiedzi kwaterodawców wynika, że:

- w latach 2020 i 2021 odnotowano wzrost liczby turystów, przy czym goście preferowali samodzielne domki, z daleka od innych gości (głównie przez pandemię); po czym w 2022 roku liczba turystów znacznie spadła (wojna, konflikt z Białorusią, „przesmyk suwalski”, zamknięta strefa);
- pobyty turystów są znacznie krótsze, bardziej spontaniczne;
- turyści częściej odwołują zaplanowane przyjazdy.

Sytuację branży agroturystycznej w okresie lat 2020-2022 dobrze opisują poniższe wypowiedzi:

- „W czasie obowiązywania obostrzeń związanych z pandemią, nasze gospodarstwo agroturystyczne nie funkcjonowało z oczywistych względów. Odbiło się to na kondycji finansowej i tym samym ograniczyło dalsze inwestycje. Z drugiej strony, sezony letnie w 2020 i 2021 roku kiedy tych obostrzeń nie było, były wyjątkowo pracowite ze względu na bardzo dużą ilość turystów krajowych.

W 2022 roku sporo rezerwacji było odwoływanych ze względu na nasze położenie geograficzne – mimo, że mieszkamy daleko od granicy z Ukrainą, to sporo turystów z zachodniej części Polski odwołało swoje pobyty ze względu na położenie na wschodzie (niedaleko granica z Białorusią oraz ze względu na pojawiające się w mediach informacje o "przesmyku suwalskim"). Umieściliśmy swoją ofertę na portalach typu AirBnb, aby przyciągnąć również zagranicznych turystów i niestety wszystkie rezerwacje turystów z zagranicy na okres wiosna/lato 2022 zostały odwołane ze względu na toczącą się wojnę na Ukrainie. Ponadto, w 2022 był zauważalny spadek zainteresowania usługami dodatkowymi takimi jak spływy kajakowe czy pełne wyżywienie. Po rozmowach z gośćmi można było wywnioskować że ograniczony budżet był spowodowany głównie przez inflację.”

- „Po zamknięciu działalności w czasie pandemii, nieustającym kryzysie uchodźczym przy granicy, turystyka w naszym regionie obciążona została wieloma problemami. Z uwagą śledzimy działania wspierające branżę turystyczną tej części województwa w tym trudnym okresie.

Sytuacja finansowa agroturystyki w związku ze znaczną podwyżką opłat oraz cen żywności jest coraz gorsza. Rozpoczęcie sezonu turystycznego w naszym przypadku było późniejsze niż zwykle. To kolejny sezon, który był "ubogi" ponieważ nie mogliśmy poświęcić się promocji agroturystyki i regionu, zapraszać gości z całej Polski jak staraliśmy się do tej pory i rozwijać się. Nasze działania staraliśmy się przenieść na dywersyfikację dochodu, np. poprzez organizację zajęć dla uczniów szkół - warsztatów edukacji lokalnej i przyrodniczej."

- „Ostatni rok to mniejsza liczba turystów z uwagi na stan wojny na Ukrainie, inflację, drogie koszty bieżące życia związane z zapewnieniem opału, wzrost cen produktów podstawowych np. żywności. Społeczeństwo z obawy na rosnące koszty znacznie ogranicza wydatki na wakacje na wsi, w naszej agroturystyce.”
- „Doświadczaliśmy znacznego obniżenia liczby rezerwacji – głównie przez strach turystów z uwagi na "przesmyk suwalski" i informacje w mediach o zagrożeniu wojną. Turyści rezygnowali z pobytów także z uwagi na drożące życie, opał, czynsze, żywność. Kryzys gospodarczy, inflacyjny jest jak papierek lakmusowy inflacji. Najpierw ludzie zaspokajają najważniejsze potrzeby, a turystyka jest na ostatnim miejscu. Pierwsza traci w czasach kryzysu i ostatnia zyskuje w czasach hossy.”

5. Wnioski końcowe

Liczba funkcjonujących obiektów agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego w okresie ostatnich dwóch lat zmniejszyła się o ponad 100 obiektów i wynosi obecnie 643. 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 zmniejszyła się liczba gospodarstw agroturystycznych (obecnie około 65% kwaterodawców to czynni gospodarze rolni) i zwiększyła się liczba kwaterodawców agroturystycznych mających zarejestrowaną działalność gospodarczą – do około 45% – którzy nie zajmują się rolnictwem i mogą cały czas poświęcić obsłudze turystów.

W porównaniu do roku 2020 w bazie pojawiły się 54 nowe kwatery agroturystyczne, a 192 zakończyły działalność agroturystyczną. Mimo to przestrzenne rozmieszczenie obiektów nie zmieniło się i nadal 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 Biebrzański Park Narodowy.

Środowisko przyrodnicze jest jednym z najważniejszych czynników lokalizacyjnych i decydującym o konkurencyjności. Ponad 94% kwaterodawców stwierdza, że jest to jeden z najbardziej cenionych wśród turystów walor wypoczynku agroturystycznego (wzrost o 1 punkt procentowy w stosunku do roku 2020). Jednocześnie prawie połowa obiektów jest położona w bezpośrednim sąsiedztwie lasu (odległość mniejsza niż 200 metrów).

Województwo podlaskie jest obszarem graniczącym z dwoma państwami: Litwą i Białorusią. W gminach przygranicznych (jest ich 23 ze 118 w całym województwie) zlokalizowanych jest 44,8% wszystkich obiektów (spadek o 2 punkty procentowe w stosunku do roku 2020). Oznacza to, że w niecałych 20% gmin zlokalizowanych jest prawie połowa usługodawców agroturystycznych. Jednocześnie w dalszym ciągu przygraniczne położenie jest wskazywane jako istotnym czynnikiem podnoszący atrakcyjność wypoczynku. Wysoki odsetek respondentów (22,4%) twierdził, że położenie przygraniczne to jeden z atutów obiektu wskazywany przez turystów. W roku 2020 było to 24,9%. Biorąc pod uwagę obecną sytuację geopolityczną, jest to o tyle zaskakujące twierdzenie, że konflikt wojenny w Ukrainie i problemy z uchodźcami na granicy z Białorusią są wskazywane jako istotne czynniki utrudniające rozwój agroturystyki w województwie podlaskim.

Najchętniej wczasy agroturystyczne w województwie podlaskim nadal wybierają mieszkańcy województwa mazowieckiego. Stanowią oni – według wskazań respondentów – 73,4% wszystkich odwiedzających (wzrost o 6 punktów procentowych w stosunku do roku 2020). Wśród turystów zagranicznych dominują mieszkańcy Niemiec – 22,4% wszystkich turystów (spadek o 2 punkty procentowe). Właściciele obiektów agroturystycznych są przygotowani na obsługę turystów z zagranicy. Gości ich u siebie około 70% kwaterodawców (spadek o 2,5 punktu procentowego względem roku 2020).

Na wczasy agroturystyczne przyjeżdżają zróżnicowane grupy turystów. W dalszym ciągu najliczniejszą grupę stanowią rodziny z dziećmi. Gości ich u siebie prawie 90% właścicieli obiektów agroturystycznych (wzrost o niecały 1 punkt procentowy). Znacznie zwiększyła się obecność rowerzystów i osób starszych. Duże zróżnicowanie grup turystów korzystających z ofert kwaterodawców agroturystycznych świadczy

o dużej różnorodności oferty. Jednak z drugiej strony widoczny jest w dalszym ciągu wyraźny brak specjalizacji kwater w obsłudze wybranych segmentów rynku. Tylko 11,9% usługodawców agroturystycznych wskazuje nie więcej niż dwie główne grupy, które odwiedzają jego obiekt (spadek o 5 punktów procentowych względem roku 2020). 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. Zdecydowana większość to obiekty całosezonowe – 73,4% (w stosunku do roku 2020 nastąpił spadek o niecałe 3 punkty procentowe). Prawie 73% obiektów ma co najmniej 4 pokoje (w roku 2020 taką liczbę pokoi oferowało 64% kwater). 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 traktowaniu agroturystyki jako ważnego źródła dochodów.

Standardem jest oferowanie przestrzeni kuchennej-jadalnej, w której turyści mogą przygotować samodzielnie posiłek lub go zjeść (tylko 4,2% obiektów nie posiada ani jadalni ani kuchni do dyspozycji gości). Niestety nadal większość (51%) właścicieli obiektów agroturystycznych nie świadczy usługi żywieniowej (w roku 2020 było to 56,1%), a u 39,2% jest ona na zamówienie, co nie zawsze oznacza jej dostępność. Prawie 29% właścicieli nie oferuje żadnych własnych wyrobów kulinarnych. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że ponad 30% kwaterodawców (wzrost o około 2 punkty procentowe w stosunku do roku 2020) twierdzi, że turyści wśród walorów wypoczynku agroturystycznego wymieniają możliwość zakupu tradycyjnych produktów kulinarnych (31,5%) i jakość oferowanych posiłków (32,2%).

Świadczenie usług w zakresie zagospodarowania czasu wolnego nadal pozostaje w fazie niedostrzegania lub niedoceniaenia ich znaczenia przez kwaterodawców, mimo że widać poprawę sytuacji. Obecnie 37,1% kwaterodawców nie oferuje usług dotyczących zagospodarowania czasu wolnego turystów (w roku 2020 odsetek ten stanowił 41,5%). Do najczęściej spotykanych należą: spędzanie czasu ze zwierzętami gospodarskimi (26,6%), usługi przewodnickie (25,2%), warsztaty rękodzieła ludowego, kulinarne i inne (24,5%). Wielu respondentów wśród takich usług wskazywało pomoc w pracach polowych (20,3%) co, jak należy przypuszczać, nie jest związane z dodatkową opłatą wnoszoną przez turystę. W tym zakresie widoczny jest wzrost świadomości kwaterodawców agroturystycznych odnośnie do znaczenia dodatkowych usług dla turystów. W roku 2020 aż 38% kwaterodawców agroturystycznych deklarowało chęć wprowadzenia nowych usług do swojej działalności, w roku 2022 jest to 44,1% kwaterodawców. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wprowadzenie usług jest mniej kosztowne. Kwaterodawca nie zawsze musi inwestować, co w dzisiejszych czasach jest obciążone dużo większym ryzykiem zwrotu kapitału.

Reasumując należy 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.

6. Rekomendacje

Rynek usług agroturystycznych jest ważnym, ale trudnym do zorganizowania i zarządzania, a przez to niedocenianym sektorem branży turystycznej. W województwie podlaskim dysponuje on nadal około 9 tysiącami miejsc noclegowych, z których większość jest poza kontrolą instytucji i organizacji turystycznych. Uporządkowanie runku usług agroturystycznych jest w interesie całej 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 właścicielom obiektów agroturystycznych:

- a) w sferze poprawy jakości usług:
 - przeprowadzenie kategoryzacji kwatery agroturystycznej
Kategoryzacja stanowi dla kwaterodawców agroturystycznych gwarancję dobrze postrzeganej jakości, swoiste bezpieczeństwo wykonania usługi na wysokim poziomie. Przyszłość kategoryzacji obiektów w dużym stopniu zależy od właścicieli prowadzących działalność agroturystyczną. Muszą oni sami zdecydować, czy ich usługa ma iść w kierunku bardziej profesjonalnej, nastawionej na jakość, czy stać się mniej wyrazistą na konkurencyjnym rynku. Sytuacja poprawiała się w stosunku do roku 2022, jednak nadal mniej niż 10 % ankietowanych posiada kategoryzację Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej, ponad 70% nie posiada żadnej, a jedynie około 18% rozważa skategoryzowanie swojego obiektu.
 - zgłaszanie działalności agroturystycznej 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.
- b) w zakresie budowania oferty turystycznej:
 - personalizowanie ofert agroturystycznych i tworzenie pakietów pobytowych
Obok noclegu i wyżywienia gospodarze coraz częściej przygotowują dla gości szeroki wachlarz rozmaitych aktywności rekreacyjnych, i to zarówno na terenie gospodarstwa, jak i poza nim. Tego typu działanie wymusza z jednej strony istniejąca konkurencja na rynku, a z drugiej sam klient, który ma obecnie dokładnie sprecyzowane potrzeby w zakresie odpoczynku. Kwaterodawcy agroturystyczni, obserwując zmieniające się trendy, muszą wychodzić naprzeciw oczekiwaniom potencjalnego turysty poprzez ciągłe doskonalenie produktu. Sprzyja to tworzeniu marki swojego gospodarstwa poprzez fakt, że oferta zawiera wyjątkowy motyw, wokół którego świadczone są usługi w gospodarstwie np. tradycyjne rolnictwo, hodowla koni, edukacja leśna, itd. i pod tym kątem oferowane mogą być warsztaty, atrakcje w danym gospodarstwie i inne formy aktywności.

c) w obszarze działań marketingowych:

- uczestnictwo w badaniach prowadzonych w sektorze usług agroturystycznych

Właściciele obiektów agroturystycznych niechętnie, a zazwyczaj wcale, nie przystępują do badań realizowanych przez środowiska naukowe i eksperckie (około 22% wypełnionych ankiet, a prawie 8% respondentów wprost stwierdziło, że nie będzie wypełniać ankiety). 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.

- zwiększenie aktywności w social mediach

Obecnie głównym narzędziem docierania z ofertą agroturystyczną do turystów stały się social media. Sprawnie funkcjonujący profil na portalach społecznościowych, zawierający informacje o usługach agroturystycznych, aktualności dotyczące oferty i wydarzeń, również w języku obcym, zwiększa możliwości pozyskania klientów on-line i pozwala usługodawcom na bycie konkurencyjnym.

d) w kwestii współpracy i wsparcia instytucjonalnego:

- poprawa kondycji stowarzyszeń agroturystycznych

Kondycja stowarzyszeń agroturystycznych w województwie podlaskim jest słaba. Spowodowana jest ona różnymi czynnikami: starzeniem się kadry, brakiem następców liderów, niskim poziomem aktywności i zaangażowania członków, rzadkim uczestnictwem w inicjatywach wspólnych, partnerstwach czy realizacji projektów. Wśród kwaterodawców agroturystycznych powinna nastąpić poprawa świadomości odnośnie znaczenia i roli tych organizacji, w szczególności poprzez wstępowanie do ich struktur. Stowarzyszenia agroturystyczne mogą realnie oddziaływać na możliwości rozwoju agroturystyki, zarówno na poziomie lokalnym, jak i regionalnym.

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:

a) w sferze poprawy jakości usług:

- poprawienie rozpoznawalności systemu kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej

Szczególne role w zachęcaniu do kategoryzowania obiektów powinna leżeć po stronie samorządów gmin. Niezbędna jest w tym zakresie poprawa komunikacji na linii kwaterodawcy – samorzady gmin, pozwalająca mniej sceptycznie odnosić się do procedury podnoszenia jakości usług. Dobrym łącznikiem w pokonaniu tej bariery mogą stać się instytucje (stowarzyszenia agroturystyczne, lokalne organizacje turystyczne, lokalne grupy działania) zrzeszające usługodawców albo ODR-y, które odgrywają znaczącą rolę przy organizowaniu działalności turystycznej na wsi.

- 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; 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.
 - organizacja kursów językowych
42% respondentów stwierdziło, że turyści zagraniczni należą do częstych gości. Około 70% przyjmuje u siebie turystów obcokrajowców. Dedykowane szkolenia dla sektora usług agroturystycznych przygotowujące do wyrobienia umiejętności konwersacji w języku obcym na poziomie podstawowym mogą przyczynić się do poprawy konkurencyjności całego regionu. 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 rezygnacji z wyjazdu.
- b) w zakresie budowania oferty turystycznej:
- budowanie marki agroturystycznej
Marka to kompleksowy produkt turystyczny obszaru recepcji turystycznej o wysokim poziomie jakości, łatwo identyfikowalny i wyróżniający się z oferty obszarów konkurencyjnych. Marka agroturystyczna województwa podlaskiego mogłaby bazować na aktywach wielokulturowości lub przyrodniczych. Marka posiada motyw przewodni związany z obietnicami. Konkretnie, łatwe do wyobrażenia dla turysty doświadczenia, które przyniesie przyjazd na teren województwa podlaskiego.
 - wykreowanie wizerunku turystyki wiejskiej
Wizerunek jest elementem wartości miejsca, jaka jest postrzegana przez potencjalnych i obecnych turystów, ale także inwestorów. Kształtuje on decyzje dotyczące wyboru kierunku podróży oraz warunkuje przyszłe postępowanie turystów. Wiąże się również z wystawianiem pozytywnych rekomendacji. Jest to szczególnie ważne dla miejsc, których zdolność do przyciągania nowych turystów jest może z różnych względów ograniczona.

c) w kwestii współpracy i wsparcia instytucjonalnego:

- koordynacja zadań w zakresie turystyki wiejskiej na poziomie regionalnym
Brakuje na terenie województwa podlaskiego zespołu do spraw turystyki wiejskiej działającego przy marszałku właściwym do spraw turystyki. Do zadań zespołu należałoby m.in. opiniowanie, konsultowanie i przedstawianie propozycji rozwiązań systemowych rozwoju turystycznych funkcji na obszarach wiejskich. Podobny zespół został powołany przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w dniu 30 września 2019 (Zarządzenie nr 74).
- nawiązanie współpracy z uczelniami wyższymi
Uczelnie wyższe umożliwiają dostęp do ekspertów 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.

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.

Podsumowanie

Agroturystyka jest tym obszarem działalności turystycznej, który od samego początku był trudny do analiz statystycznych, jako rodzaj działalności, który podlega swoim własnym, nigdzie „nie zapisanym”, „nie ustalonym” i trudnym do egzekwowania prawom. Niemniej jej znaczenie dla rozwoju obszarów wiejskich rozpatrywać można w kilku aspektach:

- aktywizacji zawodowej na wsi, gdyż agroturystyka daje możliwość stworzenia dodatkowego zajęcia dla właścicieli gospodarstw rolnych i osób z nimi zamieszkujących (podlegający swego rodzaju procesowi: początkowo był to dodatkowy przychód w działalności rolniczej, następnie przekształcał się w gospodarstwo agroturystyczne, by ostatecznie przeorientować się na turystyczną działalność gospodarczą);
- funkcjonalnym, jako alternatywna forma wypoczynku turystycznego z pełną integracją ze środowiskiem miejsca odwiedzanego (przyrodniczym, kulturowym, historycznym, społecznym), ale także jako dodatkowa i alternatywna forma działalności mieszkańców wsi, dla których odgrywa ona rolę kreowania przedsiębiorczości wiejskiej, dając w ten sposób perspektywy rozwojowe i możliwości dodatkowego zarobku;
- ekonomicznym, gdyż agroturystyka jest formą inwestycji ukierunkowaną na powiększenie kapitału (powinna zawierać w swojej ofercie specyficzne korzyści, które są niedostępne w ofercie turystyki masowej).

Popularność tej formy wypoczynku spowodowała, że wiele obiektów traktuje określenie „agroturystyka” jako zabieg marketingowy, mający przyciągnąć zainteresowanie turystów. Również dla turystów jest to synonim bezpiecznego wypoczynku, realizowanego z dala od miejskiego zgiełku, w otoczeniu nieskażonego środowiska przyrodniczego, w bezpośredniej bliskości wsi, z łatwym dostępem do naturalnych produktów rolnych i zdrowej żywności, w standardzie porównywalnym z obiektami hotelarskimi. Z uwagi na to, przez wielu agroturystyka przestała oznaczać wypoczynek na terenie czynnego gospodarstwa rolnego – u rolnika, który uprawia pole i posiada zwierzęta gospodarskie, czyli u gospodarza agroturystycznego.

W województwie podlaskim istnieją dobre warunki do rozwoju agroturystyki. Cechą wyróżniającą ofertę agroturystyczną jest duże zróżnicowanie gospodarstw pod względem oferty turystycznej:

- klasyczne gospodarstwo agroturystyczne, w którym istnieje możliwość obserwowania i uczestniczenia w życiu gospodarstwa (pomoc w pracach polowych i karmieniu zwierząt gospodarskich);
- kwatery agroturystyczne położone w zabudowie luźnej lub na skraju wsi, w otoczeniu pól, przyciągające ciszą, perspektywą spacerów po lesie;
- wypoczynek nad wodą, gdzie jest możliwość uprawiania sportów wodnych i wędkarstwa (atrakcją dla wędkarzy są również stawy hodowlane);
- wczasy w siodle (nauka jazdy konnej w tym samym gospodarstwie lub jego bliskim otoczeniu);
- spotkanie z kulturą, gdy właściciele podkreślają ten element produktu turystycznego, przyciągając turystów warsztatami, np.: rzeźbiarskimi, garncarskimi, kowalskimi, wyszywania serwetek, pisankarstwa, uroczystościami religijnymi, regionalną kuchnią;
- zdrowe odżywianie, żywność ekologiczna, żywność wegetariańska, zazwyczaj połączone z ofertą całodziennego wyżywienia w oparciu o własne lub regionalne produkty;

- wypoczynek dla rodzin z dziećmi, często połączony z dodatkowymi atrakcjami, jak np. mini ZOO;
- edukacja ekologiczna, która prowadzona jest w gospodarstwach ekologicznych, ale także dla członków Ogólnopolskiej Sieci Zagród Ekologicznych (edukacja w zakresie m.in. produkcji roślinnej, produkcji zwierzęcej, dziedzictwa kultury materialnej wsi, tradycyjnych zawodów);
- zielone szkoły, często połączone z ofertą kolonii wakacyjnych (zimowych i letnich) dla dzieci.

Województwo podlaskie ma także sprzyjające przyrodniczo-krajobrazowe warunki do rozwoju agroturystyki. Wśród czynników wpływających na rozwój agroturystyki szczególnie można wyróżnić:

- zróżnicowaną atrakcyjność przestrzeni przyrodniczo-krajobrazowej;
- zróżnicowaną atrakcyjność kultury wiejskiej;
- cenność i różnorodność obszarów objętych ochroną prawną.

Zdiagnozowano również główne bariery, które rozwój agroturystyki zahamowują. Można je ująć w czterech grupach:

- ekonomiczne (zmiennosc warunków rynkowych połączona z niestabilnością zysków i małą dochodowością);
- społeczne (mała aktywność mieszkańców wsi w zakresie usług agroturystycznych połączona z rozmiągającymi się celami mieszkańców oraz władz lokalnych);
- prawne (w szczególności w odniesieniu do wymogów sanitarnych i ewidencji działalności agroturystycznej);
- marketingowe (nieefektywność pojedynczych działań marketingowych promujących agroturystykę).

Niwelacji barier, zwłaszcza społecznych i ekonomicznych, sprzyja wzrastająca świadomość potrzeby przedsiębiorczości wśród indywidualnych kwaterodawców agroturystycznych.

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. M. Dębniwska, M. Tkaczuk, Agroturystyka, koszty, ceny, efekty, Poltext, Warszawa 1997.
6. Drozd K., dzięki pandemii rośnie popularność agroturystyki. Dostęp elektroniczny <https://www.wrp.pl/dzieki-pandemii-rosnie-popularnosc-agroturystyki/>
7. Drzewiecki M., Podstawy agroturystyki, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2001.
8. Firlej K., Stan i możliwości rozwoju agroturystyki w Polsce, Wydawnictwo Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.
9. 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.
10. 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>
11. Idziak W. (red.), Turystyka wiejska i agroturystyka w perspektywie finansowej 2014–2020. Warszawa 2015, tryb dostępu: <https://bip.minrol.gov.pl/content/download/48527/273528/version/1/.../Broszura.pdf>
12. Idziak W., Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne, Wydawnictwo Alta Press, Koszalin 2008.
13. Jalinik M., Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.
14. Kacprzak M., Paszkowska M., Wpływ globalnej pandemii Covid-19 na zainteresowanie ofertą gospodarstw agroturystycznych w Polsce, Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja 1 (2020): 123-137.
15. Kaczmarska A., Wybrane czynniki rozwoju turystyki, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne, 2014, dostęp elektroniczny <https://docplayer.pl>.
16. Koniusz M., Miejsce i rola stowarzyszeń agroturystycznych w rozwoju agroturystyki, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.
17. Kowalczyk A., Kilka uwag o uwarunkowaniach agroturystyki. Agroturystyka jako dodatkowe źródło dochodu na wsi. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków 1993.
18. Lipianin-Zontek E., Szewczyk L., Zontek Z., Współudział mieszkańców w kreowaniu produktu turystycznego regionu - produkty obszarów wiejskich i agroturystyczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Ekonomiczne Problemy Turystyki (nr 8), Szczecin 2007
19. Majewska I. i inni, Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, Warszawa 2015.
20. Majewski J., Tożsamość turystyki wiejskiej – poziomy: ogólnokrajowy, regionalny, lokalny, [w:] Turystyczne funkcje obszarów wiejskich, red. I. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009.
21. Marcinkiewicz C., Rozwój i stan polskiej agroturystyki, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie. 2013, nr 1., 21-35.
22. Mendlik S., Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa. PWN Warszawa 1995.
23. Meyer B., Wybrane aspekty ruchu turystycznego, Fundacja Na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.
24. Mikuta B., Żelazna K., Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa 2004.
25. Nowakowski M., Słownik terminów związanych z turystyką i hotelarstwem. GWSH, Katowice 2001.

26. 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.).
27. Pisarek M., Lechowska J., Atrakcyjność gospodarstw agroturystycznych w gminie Gorlice, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2(12), Warszawa 2011.
28. Podolska A., Rozwój obszarów wiejskich w oparciu o ideę tworzenia wiosek tematycznych. Studia Obszarów Wiejskich, t. 49, IGiPZ PAN, Warszawa 2018.
29. Roman M., Niedziółka A., Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017.
30. Sawicki B., Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich, Wydawnictwo AR w Lublinie, Lublin 2007.
31. 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.
32. 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.
33. Sikora J., Organizacja ruchu turystycznego na wsi. WSiP, Warszawa 1999.
34. Smoleńska O., Specjalizacje rekreacyjne w ofercie agroturystycznej Wielkopolski, [w:]Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich, red. W. Kamińska, PANKPZK,t.163,Warszawa 2015.
35. Spychalski G., Agroturystyka jako element przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich, [w:] L. Pałasz (red.), Agrobiznes – pozarolnicze przedsięwzięcia gospodarcze na obszarach wiejskich, Wyd. AR w Szczecinie, Szczecin 1998, s. 246.
36. Strategia UE na rzecz zrównoważonej turystyki, Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 25 marca 2021 r. w sprawie opracowania strategii UE na rzecz zrównoważonej turystyki (2020/2038(INI)).
37. Strzembicki L., Marketing w agroturystyce, Wydawnictwo ZCO, Zielona Góra 1995.
38. Sznajder M., Przezbórska L., Agroturystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
39. Tracz M., Bajgier-Kowalska M., Uliszak R., Rozwój agroturystyki w południowo-wschodniej Polsce – ujęcie modelowe, Przedsiębiorczość – Edukacja, 14, 329–344.
40. Wiatrak A. P., Kształtowanie produktów markowych w turystyce wiejskiej, Wydawnictwo CDiEwR, Kraków 1998.
41. 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.
42. www.mojajforma.infor.pl
43. www.pftw.pl
44. 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	18
Tabela 2. Liczba kwater i gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim.....	22
Tabela 3. Udział respondentów w badaniach w poszczególnych powiatach.....	26
Tabela 4. Różnorodność urządzeń i sprzętu rekreacyjno-sportowego i wypoczynkowego	34
Tabela 5. Różnorodność produktów i wyrobów oferowanych turystom.....	36
Tabela 6. Różnorodność usług turystycznych oferowanych turystom.....	38
Tabela 7. Różnorodność działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku	40
Tabela 8. Grupy turystów korzystające z usług agroturystycznych.....	42
Tabela 9. Miejsce zamieszkania turystów z Polski	42
Tabela 10. Kraj pochodzenia turystów zagranicznych	44
Tabela 11. Różnorodność walorów wypoczynku agroturystycznego wskazywana przez turystów	45
Tabela 12. Różnorodność podejmowanych działań promocyjnych	47
Tabela 13. Różnorodność działań rozwojowych	48

Spis wykresów

Wykres 1. Rozmieszczenie obiektów agroturystycznych w rejonach turystycznych	23
Wykres 2. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w powiatach przygranicznych	23
Wykres 3. Rozmieszczenie kwater i gospodarstw agroturystycznych w gminach przygranicznych	24
Wykres 4. Rodzaj obiektów biorących udział w badaniu	25
Wykres 5. Udział respondentów w badaniu w podziale na powiaty.....	25
Wykres 6. Udział respondentów biorących udział w badaniu	26
Wykres 7. Respondenci w podziale na rejony turystyczne	27
Wykres 8. Udział respondentów z gmin przygranicznych	27
Wykres 9. Sezonowość obiektów agroturystycznych	28
Wykres 10. Kategoryzacja kwater i gospodarstw agroturystycznych	28
Wykres 11. Dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.....	28
Wykres 12. Możliwość przyjazdu ze zwierzętami	29
Wykres 13. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od lasu	30
Wykres 14. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od rzeki	30
Wykres 15. Odległość kwater i gospodarstw agroturystycznych od jeziora/zalewu	30
Wykres 16. Kwatery i gospodarstwa agroturystyczne z samodzielnym domkiem i pokojami w domu gospodarzy ..	31
Wykres 17. Liczba pokoi.....	31
Wykres 18. Liczba dostępnych miejsc noclegowych	32
Wykres 19. Liczba pokoi z prywatną łazienką	32
Wykres 20. Wifi w obiektach agroturystycznych	33
Wykres 21. Dodatkowe wyposażenie obiektów agroturystycznych	33
Wykres 22. Możliwość samodzielnego przygotowania posiłków	35
Wykres 23. Usługi żywieniowe w obiektach agroturystycznych	35
Wykres 24. Własne produkty oferowane dla gości.....	36
Wykres 25. Liczba produktów oferowanych w obiektach agroturystycznych	37
Wykres 26. Odległość od punktów gastronomicznych	37
Wykres 27. Usługi dodatkowe oferowane turystom przebywającym na wczasach agroturystycznych	38
Wykres 28. Liczba usług oferowanych w obiektach agroturystycznych	39
Wykres 29. Liczba działań podejmowanych w celu poszerzenia oferty wypoczynku	39
Wykres 30. Najczęstsze działania podejmowane w celu poszerzenia oferty wypoczynku	40
Wykres 31. Specjalizacja w obsłudze grup turystów.....	41
Wykres 32. Grupy turystów najliczniej korzystające z usług agroturystycznych	41
Wykres 33. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów krajowych.....	42
Wykres 34. Miejsce zamieszkania głównych grup turystów zagranicznych.....	43
Wykres 35. Liczba turystów wypoczywających w obiektach agroturystycznych w ciągu roku.....	44
Wykres 36. Długość pobytów agroturystycznych	45
Wykres 37. Najbardziej cenione walory wypoczynku agroturystycznego	45

Wykres 38. Najczęściej podejmowane działania promocyjne	46
Wykres 39. Liczba podejmowanych działań promocyjnych.....	47
Wykres 40. Liczba planowanych przedsięwzięć rozwojowych.....	48
Wykres 41. Najważniejsze przedsięwzięcia rozwojowe.....	48

Załączniki

Kwestionariusz ankiety

Szanowni Państwo,

zwracamy się z prośbą o wypełnienie ankiety dotyczącej Państwa działalności w zakresie usług agroturystycznych. Wypełnienie ankiety zajmie około 15 minut.

Jest to drugi etap badań rozpoczętych w 2020 roku. Pogłębienie informacji dotyczącej sytuacji kwaterodawców agroturystycznych w województwie podlaskim wynika między innymi ze zmieniającej się sytuacji społeczno-gospodarczej naszego regionu. W związku z tym zapraszamy wszystkich właścicieli kwater do wzięcia udziału w badaniu – wypełnienie ankiety (zarówno osoby, które brały już udział w badaniu – wypełniły ankietę w 2020 roku, jak i te, które robią to po raz pierwszy), którego celem jest pozyskanie danych do bazy:

- informacji dotyczących charakterystyki ofert usług i atrakcji dla turystów, wyposażenia obiektów agroturystycznych, podejmowanych działań promocyjnych (wypełnienie ankiety);
- zdjęć obiektów (wysłanych na adres e-mail: agro@podlaskie.it).

Baza danych o kwaterach agroturystycznych w województwie podlaskim będzie udostępniona na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego i Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

Badanie jest realizowane przez PROT w ramach realizacji projektu pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020.

Stwórzmy razem silną markę agroturystyczną naszego regionu!

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 (wybór z listy rozwijanej) [...]
5. Gmina [...]
6. Kod pocztowy [...]
7. Miejscowość [...]
8. Ulica [...]
9. Numer domu [...]
10. Numer telefonu [...]
11. Adres e-mail [...]
12. Strona www lub profil FB [...]

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. Zakwaterowanie

17. Samodzielny domek/domki

- tak
- nie

18. Pokój/pokoje w domu gospodarzy

- tak
- nie

19. Liczba pokoi ogółem (wybór z listy rozwijanej) [...]

20. Liczba miejsc noclegowych ogółem (wybór z listy rozwijanej) [...]

21. Liczba pokoi z prywatną łazienką (wybór z listy rozwijanej) [...]

22. Wifi

- tak
- nie

Sekcja 5. Wyżywienie

23. Wyposażenie obiektu (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

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

24. Usługi żywieniowe (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

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

25. 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. Wypoczynek

26. Atrakcje w gospodarstwie (możliwość wyboru kilku odpowiedzi)

- boisko
- 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 [...]

27. 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

28. Odległość od lasu

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

29. Odległość od rzeki

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

30. Odległość od jeziora/zalewu

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

31. 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

32. Liczba turystów odwiedzających gospodarstwo w ciągu roku

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

33. 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 [...]

34. Województwo, z którego najczęściej przyjeżdżają polscy turyści (wybór z listy rozwijanej) [...]

35. Kraj, z którego najczęściej przyjeżdżają zagraniczni turyści

- Belgia
- Białoruś
- Holandia
- Litwa
- Niemcy
- Rosja
- USA
- Wielka Brytania
- Hiszpania
- Szwajcaria
- brak zagranicznych turystów
- inna odpowiedź [...]

36. Długość pobytu turystów w gospodarstwie

- pobyty krótkie, głównie weekendowe (2-4 dni)
- pobyty głównie tygodniowe (5-7 dni)
- pobyty dłuższe niż tydzień

37. 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 atrakcji 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

38. 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 [...]

39. 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

40. 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 [...]

41. Czy wypełniał Pan/Pani ankietę w roku 2020?

- tak
- nie
- nie pamiętam

42. Jak sytuacja społeczno-gospodarcza w latach 2020-2022 wpłynęła na funkcjonowanie kwater agroturystycznych? [...]

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 niezbędnym do realizacji projektu pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020 oraz celów statutowych Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

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. Kilińskiego 16, 15-089 Białystok.
2. Podane w ankiecie dane przekazane zostaną dla Sekretariatu Regionalnego KSOW w województwie podlaskim.
3. Podane w ankiecie dane przetwarzane będą w celu realizacji projektów oraz celów statutowych Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, a w szczególności 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 projektu pt. "Inwentaryzacja gospodarstw agroturystycznych na terenie województwa podlaskiego" współfinansowanego ze środków KSOW w ramach Pomocy Technicznej PROW 2014-2020 oraz celów statutowych Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

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 ust. 2 Ustawy z dnia 18.07.2002 o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

tak