

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

304

Gospodarka turystyczna w regionie

**Rynek turystyczny – współczesne trendy,
problemy i perspektywy jego rozwoju**

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Beata Mazur
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



**DOLNY
ŚLĄSK**

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-366-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska , Indywidualne <i>city break</i> jako reprezentacyjny trend turystyki europejskiej w XXI wieku	11
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska , Rynek prywatnych apartamentów jako uzupełnienie oferty hotelarskiej w Poznaniu	19
Agata Balińska , Konkurencyjność Polski Wschodniej jako destynacji turystycznej w ocenie słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku SGGW	29
Katarzyna Bieluszko , Oczekiwania klientów hotelowych dotyczące cen w Internecie a działania hoteli na rynku elektronicznej dystrybucji.....	40
Krzysztof Celuch , Rola jednostek Convention Bureau w marketingu regionów turystycznych w Polsce	50
Ewa Dziedzic , Polityka kulturalna władz miejskich a rozwój turystyki.....	60
Piotr Gryszel , Wielokulturowość Dolnego Śląska jako produkt edukacyjnej turystyki kulturowej	69
Mikołaj Jalinik , Perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej	78
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka , Rola turystyki społecznej w równoważeniu konsumpcji turystycznej	90
Mirosław Januszewski , Zróżnicowanie aktywności turystycznej młodzieży uczącej się w powiecie wałbrzyskim.....	103
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak , Lokalne grupy działania jako przykład współpracy sieciowej sprzyjającej tworzeniu produktu turystycznego	114
Zygmunt Kruczek , Znaczenie szlaków kulturowych dla rozwoju turystyki edukacyjnej	124
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk , Strategia <i>hands-on activity</i> w turystyce wiejskiej i jej wykorzystanie w tworzeniu edukacyjnych produktów turystycznych.....	134
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski , Apiturystyka jako forma turystyki edukacyjnej	144
Janusz Majewski, Marcin Idzik , Regionalne zróżnicowanie aktywności turystycznej Polaków	153
Andrej Malachovský, Simona Murínová , Cestovný ruch na Slovensku v kontexte vývoja v Európe.....	163
Barbara Marciszewska , Turystyka edukacyjna – kontekst społeczny i ekonomiczny	174

Mirosław Marczak , Branding w turystyce – przykłady wykorzystania przez narodowe organizacje turystyczne w wybranych krajach	182
Izabela Michalska-Dudek , Pojęcie, rodzaje i motywy lojalności klientów przedsiębiorstw turystycznych	191
Agnieszka Niezgoda , Prosument na rynku turystycznym – próba zdefiniowania	203
Stefan Nowak , Struktura finansowania działalności lokalnych organizacji turystycznych	211
Katarzyna Orfin , Rola platform internetowych w działaniach promocyjnych jednostek terytorialnych w zakresie turystyki	220
Eugenia Panfiluk , Analiza ekonomicznych wyników działalności inwestycyjnej w sektorze turystycznym. Studium przypadku województwa podlaskiego	230
Renata Przeorek-Smyka , Determinanty prawne zrównoważonego rozwoju turystyki w Unii Europejskiej i w Polsce. Wybrane problemy	241
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Wpływ migracji osób starszych na rynek pracy w obszarach atrakcyjnych turystycznie w Polsce.....	253
Andrzej Rapacz , Możliwości finansowania rozwoju turystyki społecznej w Polsce.....	264
Kristina Šambronská, Daniela Matušiková, Anna Šenková , Measuring service quality of hotel establishments on the base of GAP model with emphasis of dimension of service reliability	274
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Targi jako platforma bezpośredniej komunikacji branżowej (w świetle opinii zwiedzających Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro 2012).....	283
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Popyt na rynku turystyki wiejskiej w Polsce w świetle badań empirycznych	291
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specyfika turystyki edukacyjnej na obszarach chronionych. Studium przypadku polskich parków narodowych	304
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , Analiza ofert polskich touroperatorów na sezon 2012/2013 na podstawie turystyki wyjazdowej do Tunezji – jednego z najpopularniejszych kierunków wakacyjnych.....	314
Adam R. Szromek , Wskaźniki funkcji turystycznej i ich współzależność z innymi wskaźnikami ekonomicznymi na przykładzie polskiej gospodarki w latach 2000-2010	325
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Motywy uprawiania turystyki aktywnej przez studentów	339
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Ocena postaw społeczności lokalnej do rozwoju turystyki na przykładzie zwierzyńca	347
Piotr Zawadzki , <i>City placement</i> jako element promocji produktu turystycznego miast	358

Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Atrakcyjność turystyczna Buska-Zdroju w opinii jego mieszkańców.....	368
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Poniemie jako przykład przestrzeni o szerokich możliwościach rozwoju turystyki edukacyjnej.....	379

Summaries

Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska, Individual city break as a representative trend in the XXIst century European tourism.	18
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska, Private apartments as a complement for hotels. Case study of Poznań accommodation market.....	28
Agata Balińska, Competitiveness of eastern Poland as a tourist destination in the opinion of students of the University of the Third Age of Warsaw University of Life Sciences.....	39
Katarzyna Bieluszko, Customer expectations for online hotel prices and hotels activities on the e-market.....	49
Krzysztof Celuch, The role of Convention Bureaux in tourism regions marketing in Poland.....	59
Ewa Dziedzic, Cultural policy of city governments vs. tourism development	68
Piotr Gryszel, Multiculturalism of Lower Silesia as a product of educational cultural tourism.....	77
Mikołaj Jalinik, Functioning and development prospects of agritourism farms in Białowieża municipality.....	89
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka, The role of social tourism in balancing tourism consumption.....	102
Mirosław Januszewski, Tourism activities diversification of the learning youth in Wałbrzyski district.....	113
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak, Local Action Groups as an example of cooperation network favorable in creating a tourism product....	123
Zygmunt Kruczek, The importance of cultural routes for the development of educational tourism.....	133
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk, The strategy of hands-on activity in rural tourism and its use in creating tourism educational products.....	143
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski, Apitourism as a form of educational tourism.....	152
Janusz Majewski, Marcin Idzik, Regional differentiation of tourism activity of Poles.....	162
Andrej Malachovský, Simona Murínová, Tourism in Slovakia in the context of development in Europe.....	173

Barbara Marciszewska , Educational tourism: social and economic context	181
Mirosław Marczak , Branding in tourism: examples of its use by National Tourism Organizations (NTO) in selected states	190
Izabela Michalska-Dudek , Notion, types and motives of loyalty of tourist enterprises clients	202
Agnieszka Niezgoda , Prosumer on the tourist market – attempt to define	210
Stefan Nowak , Financial structure of Local Tourist Organizations	219
Katarzyna Orfin , Role of internet platforms in promotion activities of territorial units in the area of tourism.....	229
Eugenia Panfiluk , The analysis of economic results of investment activity in tourist sector. Case study of Podlasie Voivodeship	240
Renata Przeorek-Smyka , Law determinants of sustainable tourism development in the UE and Poland. Selected problems	252
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Retirees and their influence on the labour market in tourists areas in Poland	263
Andrzej Rapacz , Possibilities for financing the development of social tourism in Poland.....	273
Kristína Šambronská, Daniela Matušíková, Anna Šenková , Pomiar jakości obsługi hoteli na podstawie modelu GAP z podkreśleniem wymiaru niezawodności usług.....	282
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Fairs as a platform of the trade direct communication (on the basis of the opinions of visitors of International Food Service Trade Fair EuroGastro 2012)	290
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Demand on the market of rural tourism in Poland in the light of empirical studies	302
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specifics of educational tourism in protected areas. Case study of Polish national parks	313
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , The analysis of Polish tour operators' offers for the season 2012/2013 on the basis of an outbound tourism to Tunisia – one of the most popular holiday destinations.	324
Adam R. Szromek , Indicators of tourist function and their correlation with other economic indicators on the example of Polish economy in 2000-2010..	338
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Students' motivations for participation in active sport tourism	346
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Evaluation of residents' attitudes to tourism development on the example of Zwierzyniec ..	357
Piotr Zawadzki , City placement as an element of town tourism product promotion	367
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Tourist attractiveness of Busko-Zdrój in the opinion of its inhabitants	378
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Ponidzie as an example of the area with the wide range of development opportunities in terms of educational tourism.....	388

Mikołaj Jalinik

Politechnika Białostocka

PERSPEKTYWY ROZWOJU GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH NA OBSZARZE PUSZCZY BIAŁOWIESKIEJ

Streszczenie: W porównaniu z powiatami północno-wschodniej części województwa podlaskiego, w Puszczy Białowieskiej dynamicznie rozwijają się gospodarstwa agroturystyczne. Znaczna ich liczba nie posiada użytków rolnych i nie zajmuje się produkcją roślinną i zwierzęcą, przez co nie można ich zaliczyć do gospodarstw agroturystycznych zgodnie z założeniami prowadzenia działalności agroturystycznej. Figurują jednak jako agroturystyczne i z roku na rok wzrasta ich liczba. Atutem ich rozwoju są walory turystyczne, głównie flora i fauna. Należy podkreślić, że wszystkie funkcjonujące gospodarstwa zlokalizowane są w środku Puszczy Białowieskiej, a ich właściciele nie zabiegają o kategoryzację jako wskaźnik jakości świadczonych usług.

Słowa kluczowe: Puszcza Białowieska, gospodarstwo agroturystyczne, kategoryzacja gospodarstw agroturystycznych.

1. Wstęp

Puszcza Białowieska jest najatrakcyjniejszym obszarem leśnym w powiecie hajnowskim województwa podlaskiego, doskonale nadającym się do prowadzenia działalności turystycznej, a w szczególności agroturystycznej. Z badań wynika, że miejscowa ludność wykazuje ogromne i emocjonalne przywiązanie do tego terenu, z jego wielokulturowością i tradycjami poszczególnych miejscowości. Tradycyjny, rolniczy charakter powiatu oraz unikatowe walory przyrodnicze i kulturowe stwarzają niespotykaną kompozycję dla rozwoju prawdziwej agroturystyki, której aktywność w ostatnich latach systematycznie się zwiększa. Cieszące się dość dużym zainteresowaniem tutejsze gospodarstwa agroturystyczne oferują gościom wypoczynek w ciszy i spokoju, w bliskim sąsiedztwie lasu, w obcowaniu z ludnością wiejską [Jalinik, Ziółkowski (red.) 2007, s. 68].

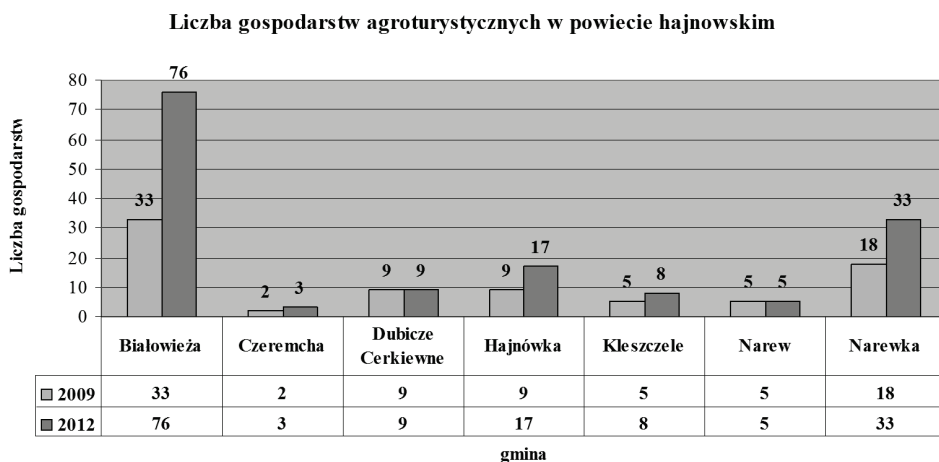
Z uwagi na korzyści, ale też ograniczenia związane z życiem mieszkańców, a także ze względu na transgraniczne położenie tego obszaru oraz obaw związanych z poszerzeniem obszaru ochronnego puszczy, podjęto dyskusję o statusie

i perspektyw rozwoju działalności agroturystycznej w gminie Białowieża – obszarze niezwykle cennym pod względem przyrodniczo-kulturowym. Przedmiotem badań były wybrane gospodarstwa agroturystyczne zlokalizowane w tej gminie, a ich celem – określenie stanu i perspektyw rozwoju gospodarstw agroturystycznych w Puszczy Białowieskiej. Badania zostały przeprowadzone w maju i czerwcu 2012 r. w sposób jawny i bezpośredni, metodą ankietową, na 12-% próbie zarejestrowanych gospodarstw. Respondenci byli zobowiązani do wypełnienia ankiety, zgodnie z faktycznym stanem prowadzenia działalności agroturystycznej, w obecności osoby prowadzącej badanie. Ze względu na obecność ankietera uzyskano dodatkowe informacje o regionie oraz poznano poglądy respondentów na badany temat. Wykorzystano również materiały z gmin Hajnówka i Białowieża, a także dane Zespołu Doradztwa Rolniczego (ZDR) w Hajnówce.

2. Ogólna charakterystyka obszaru Puszczy Białowieskiej

Na tle innych gmin powiatu hajnowskiego, gospodarstwa agroturystyczne w Puszczy Białowieskiej są najlepiej rozwinięte. W powiecie hajnowskim zlokalizowanych jest 7 gmin, ale prawie cały obszar Puszczy Białowieskiej położony jest w gminie Białowieża, w której według stanu na koniec 2012 r. funkcjonowało 151 gospodarstw agroturystycznych (rys. 1).

Z rys. 1 wynika, że największą dynamikę zmian w analizowanym okresie odnotowano w gminach Białowieża, Narewka i Hajnówka. Są to gminy o dużym

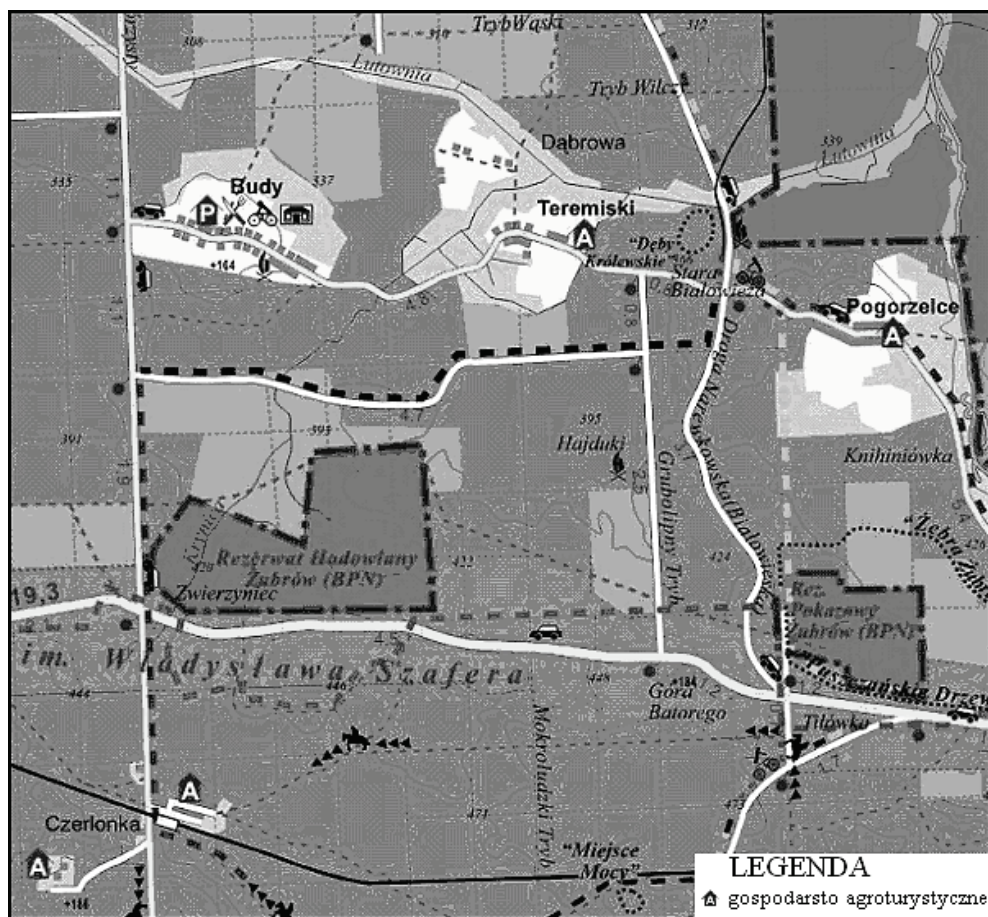


Rys. 1. Liczbowe zestawienie gospodarstw agroturystycznych w powiecie hajnowskim w latach 2009 i 2012 w rozbięciu na poszczególne gminy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych UG i ZDR w Hajnówce.

potencjale turystycznym, wynikającym z unikatowych walorów przyrodniczych i kulturowych. Należy stwierdzić, że ponad 50% gospodarstw agroturystycznych znajduje się w gminie Białowieża. W pozostałych gminach powiatu hajnowskiego nie odnotowano na przestrzeni czterech lat istotnych zmian w liczbie gospodarstw agroturystycznych.

Odnosząc się do gospodarstw agroturystycznych w gminie Białowieża należy zauważyć dwa istotne fakty. Po pierwsze, część z 76 zarejestrowanych gospodarstw agroturystycznych, to typowe kwatery prywatne bez działalności rolniczej (nie prowadzą produkcji roślinnej i zwierzęcej) lub z jej nielicznymi elementami, o czym potwierdziły prowadzone badania empiryczne. Po drugie, część gospo-



Rys. 2. Gospodarstwa agroturystyczne w Pogorzelcach, Teremiskach, Budach (gmina Białowieża)

Źródło: [www.bialowieza.pl].

darstw agroturystycznych działa w tzw. szarej strefie, nie rejestrując działalności. Dość często, co potwierdziły badania, widnieją one w różnego rodzaju informatorach, ale nie są zarejestrowane.

Rozmieszczenie, zarówno typowych gospodarstw agroturystycznych, jak i kwater prywatnych, na terenie gmin jest nierównomierne. Największe ich skupisko znajduje się w Białowieży, która jest centrum turystycznym rejonu. Znaczna ich liczba występuje w „trójmieście” (nazywanym tak przez miejscowych mieszkańców): Pogorzelce, Teremiski, Budy w gminie Białowieża (rys. 2). Rozkład ten związany jest z występowaniem atrakcji turystycznych oraz ze zjawiskiem synergii, polegającym na podejmowaniu określonej działalności w oparciu o dobre przykłady tych, którzy taką działalność z powodzeniem prowadzą.

Spśród 76 gospodarstw agroturystycznych z gminy Białowieża 10 należy do Białowieskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego „Żubr”. Jak wynika z rys. 3, co roku w tej gminie rejestrowanych jest średnio 8 gospodarstw. Widoczny jest stabilny trend w tym zakresie w ciągu ostatnich lat, co należy uznać za zjawisko pozytywne.



Rys. 3. Liczba zarejestrowanych gospodarstw agroturystycznych w Urzędzie Gminy Białowieża na przestrzeni lat 2003-2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Urzędu Gminy Białowieża.

Pierwsze zarejestrowane w urzędzie gminy gospodarstwo agroturystyczne zostało odnotowane w ewidencji agroturystycznej w roku 2003 („Pod Bocianem”); w tym samym roku powstało też gospodarstwo „Dąbrowa”. Jednak z badań wynika, że najdłużej prowadzone są gospodarstwa: „Eko-Sen” (20 lat), „Pod Żubrem” (19 lat), „Orlik” (16 lat), „Nimfa” (13 lat) i „Pod Klonem” (12 lat).

Na podstawie zebranych danych można wnioskować, że pozostałe obiekty zostały zarejestrowane znacznie później. Badania potwierdziły, że zakres działalności nie wymagał rejestracji, a sama rejestracja według respondentów nie dawała wartości dodanej.

3. Analiza wyników badań

Właściciele gospodarstw na pytanie, jakie motywy skłoniły ich do podjęcia tego typu działalności, określili, że najważniejszym motywem była chęć poprawy sytuacji materialnej rodziny (8 odpowiedzi; tab.1). Oznacza to, że prawie wszystkie badane gospodarstwa kierowały się czynnikiem socjalno-ekonomicznym w swojej motywacji, który był podstawą do podjęcia decyzji o rozpoczęciu działalności agroturystycznej. Kolejnym motywem była możliwość skuteczniejszego wykorzystania zasobów mieszkaniowych gospodarstwa, co wydaje się ze wszech miar racjonalne z punktu widzenia efektywności gospodarowania. W zasadzie tylko trzy to typowe gospodarstwa rolnicze, o znacznych zasobach ziemi uprawnej. Warto odnotować fakt, że były wskazania, gdzie za motyw podjęcia działalności agroturystycznej wskazano chęć promocji gminy wraz z jej kulturą i tradycjami. Oznacza to jednocześnie, że w tym stwierdzeniu dostrzegano obopólną współpracę – gospodarstw z gminą i gminy z gospodarstwami agroturystycznymi.

Dla określenia perspektyw rozwoju działalności gospodarczej istotna jest osobowość właścicieli gospodarstw agroturystycznych, w tym wiek, przygotowanie zawodowe i chęć kontynuowania przedsięwzięcia w zmiennych warunkach otoczenia [Sołoma 2009, s. 65-72].

Tabela. 1. Motywy podejmowania działalności agroturystycznej w świetle badań

Motywy podejmowania działalności agroturystycznej	Liczba wskazań
Chęć poprawy sytuacji materialnej rodzin	8
Chęć promowania walorów gminy i jej kultury	3
Lepsze wykorzystanie zasobów mieszkaniowych gospodarstwa	4
Możliwość uzyskania wsparcia finansowego	4
Nabywanie nowych doświadczeń (wyzwania)	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 2 przedstawia przedziały wiekowe badanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych. Główna grupa wiekowa to przedział od 41 do 60 lat i od 26 do 40 lat. Z rozkładu wieku wynika, że analizowane podmioty w przeważającej większości mają dość długą perspektywę funkcjonowania przy niezmiennym kierownictwie. Jest to czynnik ze wszech miar pozytywny. Godny odnotowania był fakt, że w dwóch gospodarstwach nastąpiło przekazanie ich następcom.

W badaniach poznano także poziom wykształcenia właścicieli. Dość znaczna ich liczba legitymowała się wykształceniem wyższym i średnim. Należy stwierdzić, że poziom wykształcenia niejednokrotnie determinuje skuteczne prowadzenie działalności gospodarczej [Jalinik 2002, s. 107]. Z przeprowadzonego wywiadu wynikało, że w 50% gospodarstw przynajmniej jedna osoba ukończyła studia przygotowu-

Tabela 2. Wiek właścicieli gospodarstw agroturystycznych

Przedział wiekowy	Kobiety		Mężczyźni	
	liczba	%	liczba	%
18-25 lat	2	22,2	2	22,2
26-40 lat	2	22,2	3	33,3
41-60 lat	3	33,3	3	33,3
Powyżej 61 lat	2	22,2	1	11,1
Razem		100		100

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

jące do prowadzenia działalności rolniczej lub turystycznej. Oznacza to, że właściciele analizowanych gospodarstw mają podstawy zawodowe do prowadzenia tego typu działalności.

Tabela 3. Wykształcenie właścicieli gospodarstw agroturystycznych

Wykształcenie	Kobiety		Mężczyźni	
	liczba	%	liczba	%
Podstawowe	1	11,1	0	0
Zawodowe	1	11,1	2	22,2
Średnie	3	33,3	4	44,4
Wyższe	4	44,4	3	33,3
Razem	9	100	9	100

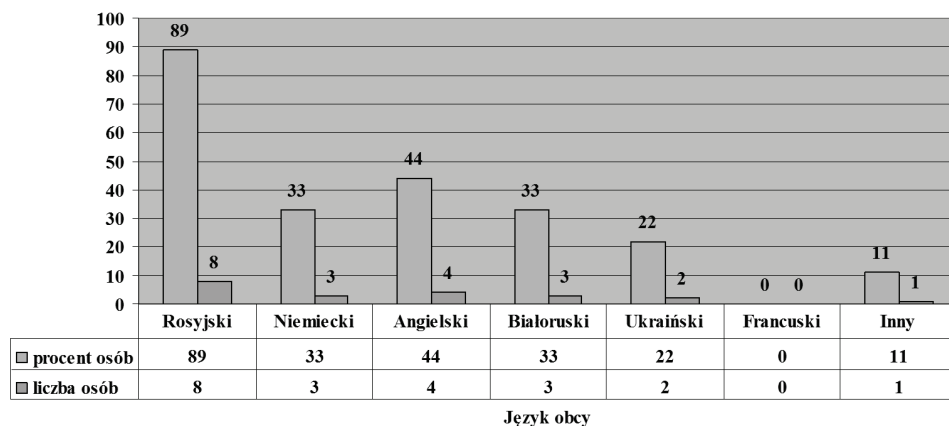
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Bardzo ważnym czynnikiem we współczesnej Europie jest znajomość języków obcych. Rysunek 4 przedstawia wyniki badań w zakresie możliwości porozumiewania się właścicieli gospodarstw z obcokrajowcami. Ankietowani odpowiadali, że znają język rosyjski (8 osób), angielski (4), niemiecki i białoruski (3), ukraiński (2), czeski (1). Najczęściej zauważana jest znajomość języka rosyjskiego, z uwagi na sąsiedzkie położenie z Białorusią.

Podstawowym atutem przy prowadzeniu działalności agroturystycznej jest posiadanie użytków rolnych (zob. tab. 4). Z badań wynika, że gospodarstwa przeważnie są małe, produkują żywność wyłącznie na potrzeby własne i odwiedzających je turystów. Najmniejszą powierzchnię mają gospodarstwa: „Na Wzgórzu” (0,9 ha), „Dąbrowa”, „Pod Bocianem” (1,2 ha) i „Pod klonem” (1,4 ha); znacznie większe są „Pod Żubrem” (3,87 ha), „Eko-Sen” (3,75 ha) i „Pod Skansenem” (4 ha), a największe „Orlik” i „Nimfa” (po 15 ha).

W badanych gospodarstwach można zauważyć elementy kultury regionalnej, takie jak: architektura puszczańska, wystrój wnętrz, trofea myśliwskie, rękodzieło, kołowrotki oraz dzieże do pieczenia chleba. Przykładem rękodzielnictwa są wyszywane i haftowane obrusy, ręczniki i narzuty, specyficzne dla badanego regionu.

Znajomość języków obcych w badanych gospodarstwach agroturystycznych



Język obcy

Rys. 4. Znajomość języków obcych w badanych gospodarstwach agroturystycznych

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Tabela 4. Zasoby rolnicze gospodarstw i poziom ich skomunikowania

Lp.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Powiat	HAJNÓWKA								
Gmina	BIAŁOWIEŻA								
Nazwa obiektu	Pod Klonem	Pod Bocianem	Pod Żubrem	Eko-Sen	Na Wzgórzu	Pod Skansenem	Nimfa	Orlik	Dąbrowa
Powierzchnia [ha]	1,4	1,2	3,8	3,7	0,9	4,0	15,0	15,0	1,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Gminy w Białowieży.

Charakterystycznym elementem badanego regionu jest tradycyjna drewniana architektura domów i zagród. Spotkać można różnorodny arsenał drewnianych ornamentów, takich jak: ażurowe ozdoby okien, naroża ścian i ganków, żurawie, drewniane płoty. Takie elementy powszechnie występują w tym regionie i stanowią jego nieodłączną część, przyciąga miłośników tego rodzaju walorów kulturowych.

Jedynym mankamentem jest to, że na obszarze Puszczy Białowieskiej nie występują większe naturalne zbiorniki wodne [Okołów i in. 2009, s. 33]. W Białowieży pływalię posiada jedyny hotel „Żubrówka”, który oferuje tego rodzaju usługi.

Turyści mogą także skorzystać z nowo wybudowanego basenu w miejscowości Hajnówka (położonej ok. 20 km od badanych gospodarstw). Korzystanie z tej pływalni jest zdecydowanie tańsze od basenu hotelowego.

Turyści przebywający na terenie Puszczy Białowieskiej mogą skorzystać ze sklepów spożywczych. W centrum Białowieży znajduje się kościół i cerkiew oraz punkt pomocy medycznej.

Analizowane gospodarstwa agroturystyczne posiadają zróżnicowany standard, który odgrywa znaczącą rolę przy wyborze miejsc do wypoczynku. Jednocześnie należy podkreślić, że sukcesywnie poprawiana jest jakość świadczonych usług, jako element promocji gospodarstw agroturystycznych.

Wszystkie analizowane gospodarstwa mają w ofercie zwiedzanie gminy Białowieża z przewodnikiem oraz wypożyczenia roweru. Jednakże respondenci nie określili jednoznacznie, czy posiadają uprawnienia przewodnika, czy oferują pomoc w zorganizowaniu wycieczki przez biuro turystyczne. Większość ankietowanych jako atrakcję proponuje: grzybobranie, kuligi, kontakt ze zwierzętami gospodarskimi/domowymi, możliwość uczestniczenia w pracach polowych, biesiadowanie przy ognisku i muzyce ludowej, przejażdżki bryczką. Sześć z badanych gospodarstw organizuje imprezy okolicznościowe, a trzy proponują hipikę i łowienie ryb. Pokaz rękodzieła oferują tylko dwa gospodarstwa (tab. 5).

Tabela 5. Zestawienie atrakcji oferowanych przez badane gospodarstwa agroturystyczne

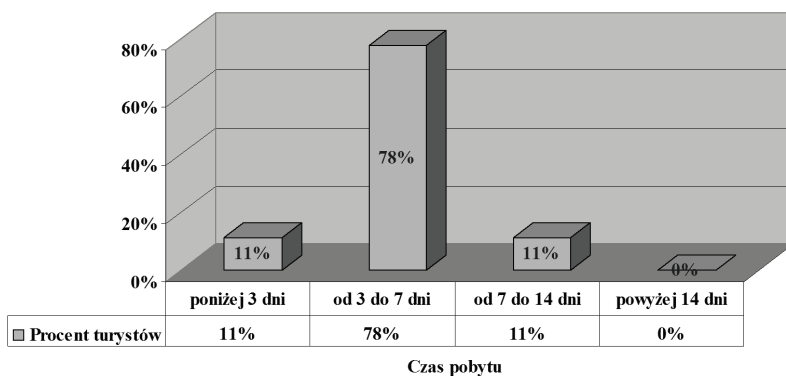
Lp.	Wyszczególnienie	Liczba gospodarstw oferujących usługi
1	Hipika	3
2	Łowienie ryb	3
3	Ogniska	7
4	Kuligi	8
5	Przejażdżki bryczką	7
6	Wypożyczanie rowerów	9
7	Grzybobranie	8
8	Pokazy rękodzielnictwa	2
9	Zwierzęta gospodarskie, domowe	7
10	Możliwość uczestniczenia w pracach polowych (np. żniwa, sianokosy, wykopki)	7
11	Biesiadowanie przy muzyce ludowej	7
12	Zwiedzanie okolicy z przewodnikiem	9
13	Organizacja imprez okolicznościowych	6

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wszystkie badane gospodarstwa oferowały parking (w tym jeden strzeżony), a trzy z ankietowanych gospodarstw posiadają salę konferencyjną. Tylko jedno gospodarstwo udostępnia garaż. Natomiast żadne z gospodarstw nie jest przystosowane do przyjęcia osób niepełnosprawnych. Uogólniając, należy stwierdzić, że badane gospodarstwa są dobrze wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne oraz oferują zróżnicowane rodzaje usług, gdzie każdy może odnaleźć coś dla siebie.

Ważnym elementem badań było określenie profilu turysty w okresie jego pobytu w gospodarstwach. Badania wykazały, że w 78% pobyt trwał od 3 do 7 dni, a w 11% nie przekraczał 3 dni. Pozostali ankietowani określili czas pobytu od 7 do 14 dni (rys. 5). W żadnym z badanych gospodarstw turyści nie przebywali dłużej niż dwa tygodnie. Oznacza to, że turyści preferują krótkie tygodniowe pobyty w tego typu gospodarstwach. Gospodarstwa przyjmują turystów przez cały rok, a nasilenie ich pobytu występuje w okresach letnich (lipiec, sierpień) i w okolicach świąt. Z badań wynika że 44% ankietowanych przyjmuje gości w okresie świątecznym.

Czas pobytu turystów w badanych gospodarstwach agroturystycznych w 2012 roku



Rys. 5. Czas pobytu turystów w badanych gospodarstwach agroturystycznych w 2012 roku

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Na pytanie o rodzaj wczasowiczów właściciele gospodarstw wskazywali, że są to głównie rodziny, a w dalszej kolejności indywidualni turyści. Do gospodarstw głównie przyjeżdżają turyści z Polski, natomiast mniejszą grupę stanowią turyści zagraniczni. Znaczna część korzystających z usług, to turyści, którzy już wcześniej korzystali z usług konkretnego gospodarstwa.

Głównymi czynnikami, przyciągającymi turystów do gospodarstw są: standard, lokalizacja gospodarstw oraz koszt pobytu. Badania wykazały, że dobrze prowadzona działalność agroturystyczna może znacząco zwiększyć dochody gospodarstw, przez co wzrasta ich potencjał ekonomiczny. To z kolei powoduje lokowanie środków finansowych na wdrożenie nowych usług, na które oczekują turyści. W badaniu określono przedział średnich miesięcznych dochodów uzyskiwanych w analizowanych gospodarstwach z działalności agroturystycznej (zob. tab. 6).

Jak wynika z tab. 6, ponad 50% gospodarstw mieści się ze swoimi średnimi dochodami w przedziale dochodów od 801 zł do 1600 zł. Są to dochody znaczące

i w znacznej mierze pochodzące z wynajmu pokoi i usług żywieniowych. Tylko dwa z badanych gospodarstw o najwyższym standardzie lokalowym uplasowały się w przedziale średnich miesięcznych dochodów od 1601 zł do 2400 zł. Według danych dwa kolejne gospodarstwa o niewielkim standardzie znalazły się w przedziale średnich miesięcznych dochodów poniżej 800 zł. Uogólniając, należy stwierdzić, że badane gospodarstwa uzyskują znaczące miesięczne dochody z prowadzonej działalności agroturystycznej, co zachęca do rozwijania tego rodzaju działalności. Należy zaznaczyć, że dochody te charakteryzują się dużą cyklicznością, co jest związane z sezonowością usług agroturystycznych.

Tabela 6. Średnie dochody miesięczne uzyskane z działalności agroturystycznej w badanych gospodarstwach w 2012 roku.

Średni dochód		Liczba gospodarstw	%
Dochody uzyskane z działalności agroturystycznej	0-800 zł	2	22
	801-1600 zł	5	56
	1601-2400 zł	2	22
	2401-3000 zł	0	0
	powyżej 3000 zł	0	0
Razem		9	100

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z analizy uzyskanych odpowiedzi wynika, że ponad połowa właścicieli badanych gospodarstw (56%), dobrze ocenia możliwości rozwoju działalności agroturystycznej na najbliższą przyszłość. Z kolei 33% badanych dostrzega bardzo dobrze możliwości rozwoju agroturystyki. Co ciekawe, nikt z badanych właścicieli nie dostrzega negatywnego scenariusza dla rozwoju agroturystyki w badanym regionie. Ten optymizm jest bardzo cenny dla dalszej perspektywy funkcjonowania badanych gospodarstw, ale także dla przyszłych pokoleń, które zechcą podejmować działalność w tym zakresie.

Szans rozwoju agroturystyki na obszarach wiejskich dopatrują się zarówno władze lokalne, jak i sami mieszkańcy, którzy w takiej działalności widzą dodatkowy dochód, co potwierdziły badania. Agroturystyka stwarza nowe miejsca pracy i staje się alternatywnym źródłem dochodów dla społeczności wiejskiej. Patrząc perspektywicznie, należy stwierdzić, że promocja agroturystyki i zdrowego trybu życia mogą wyznaczać kierunki dla rozwoju i połączenia dwóch obszarów działań, jakimi są rolnictwo ekologiczne i usługi agroturystyczne [Poskrobko 1996, s. 9]. Żywność ekologiczna stanowiłaby perspektywę rozwoju agroturystyki, gdyż popyt na nią sukcesywnie wzrasta. Należy zatem wzbogacić ofertę o produkty markowe, takie jak: przetwory, domowe wypieki, potrawy regionalne, miód puszczański, lub potrawy z dziczyzny. Aby gospodarstwa agroturystyczne analizowanego obszaru miały szansę zaistnieć na rynku, należałoby zadbać o promocję.

W analizowanej grupie gospodarstw tylko jedno gospodarstwo z dziewięciu badanych posiada status gospodarstwa ekologicznego. Jest to zdecydowanie za mało. Należałoby tę liczbę zwiększyć, ponieważ agroturystyka kojarzy się przede wszystkim z wypoczynkiem w nieskażonym środowisku. Atest w zakresie rolnictwa ekologicznego jest niezbędny i stanowi dla turysty dowód, że wypoczywa w przyjaznym środowisku i ma do czynienia z żywnością wyprodukowaną bezpiecznymi metodami. Połączenie działalności agroturystycznej z produkcją ekologiczną wydaje się dobrym kierunkiem działań.

Ważnym czynnikiem rozwojowym jest baza noclegowa, która wprost determinuje dochody gospodarstw agroturystycznych. Można bez większych nakładów zwiększyć potencjał pobytowy poprzez stworzenie miejsc biwakowych. Z przeprowadzonych badań wynika, że żadne z gospodarstw nie udostępnia dla turystów miejsca do rozbicia namiotów czy też ustawienia przyczepy kempingowej. W rozwoju agroturystyki ważną rolę odgrywają przyzagrodowe pola biwakowe. Noclegi w tego rodzaju obiektach powinny być tworzone z myślą o młodych urlopowiczach, którzy dysponują skromniejszym budżetem, ale jednocześnie poszukują atrakcji i chcą skorzystać ze środowiska wiejskiego.

4. Podsumowanie

Rozwój gospodarstw agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej systematycznie się powiększa. W roku 2009 było ich 33, podczas gdy w 2012 r. liczba ich wzrosła do 76. Świadczy to o zainteresowaniu wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej, jak również chęcią przygotowania bazy noclegowo-gastronomicznej ze strony usługodawców. Jedyńm mankamentem jest niewłaściwe nazewnictwo gospodarstw agroturystycznych, jeśli brać pod uwagę definicję. Wiele z nich bowiem nie posiada użytków rolnych, produkcji zwierzęcej i roślinnej, które stanowiłyby atrakcje turystom. Uwzględniając ich strukturę użytkowania, można stwierdzić, że przypominają bardziej pensjonaty i kwatery prywatne, ale z uwagi na zwolnienia z podatku dochodowego od osób fizycznych postanowiły przyjąć nazwę jako agroturystyczne. Ogólnie można stwierdzić, że zdecydowana większość gospodarstw przynosi dochód od 800 do 2400 zł miesięcznie.

Na szczególne podkreślenie zasługuje dobrze przygotowany personel gospodarstw agroturystycznych, jeśli się uwzględni położenie, oferowane produkty, wykształcenie, znajomość języków obcych oraz chęć obcowania z gośćmi. Badania wykazały, że obszar Puszczy Białowieskiej doskonale nadaje się do prowadzenia działalności agroturystycznej.

Literatura

- Jalinik M., *Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.
- Jalinik M., Ziółkowski R. (red.), *Agroturystyka, stan i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2007.
- Okołów Cz., Karaś M., Bołbot A., *Białowiecki Park Narodowy*, Wydawnictwo Białowieckiego Parku Narodowego, Białowieża 2009.
- Poskrobko B., *Rejon Puszczy Białowieskiej mieszkańcy – środowisko – gospodarka*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 1996.
- Sołoma A., *Satysfakcja właścicieli przedsiębiorstw z prowadzenia działalności gospodarczej*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2009, nr 1 (708).
- www.bialowieza.pl.
- Urząd Gminy w Hajnówce.
- Zespół Doradztwa Rolniczego w Hajnówce.
- Urząd Gminy w Białowieży.

FUNCTIONING AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF AGRITOURISM FARMS IN BIAŁOWIEŻA MUNICIPALITY

Summary: Agritourism farms are booming in Białowieża municipality in comparison with the north-eastern counties of Podlasie region. A large number of them do not have any agricultural land and do not deal with plant and animal production, thus they cannot be classified as tourism farms in line with the agritourism activity. However, they are listed as such and every year their number increases. Their development advantage are tourist attractions, mainly flora and fauna. It should be noted that all operating farms are located in the middle of Białowieża forest, and their owners do not seek categorization, as an indicator of the quality of services.

Keywords: Białowieża forest, agritourism farm, categorization of agritourism farms.