

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



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 Dziezic, 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 , Poniemie as an example of the area with the wide range of development opportunities in terms of educational tourism.....	388

Jan Sikora

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Agnieszka Wartecka-Ważyńska

Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

POPYT NA RYNKU TURYSTYKI WIEJSKIEJ W POLSCE W ŚWIELE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie ilościowo-jakościowej strony popytu turystyki wiejskiej. W szczególności zwrócono uwagę na zainteresowania produktem turystyki wiejskiej, oczekiwania turystów odnośnie do wyposażenia miejsc noclegowych w sprzęt i usługi, na cenę w relacji do jakości oferty, plany turystów dotyczące korzystania z oferty wypoczynku na wsi, ich preferencje wyjazdów na wieś w zależności od województwa oraz pochodzenia geograficznego. W artykule wykorzystano metodę analizy literatury przedmiotu, analizy wtórnych źródeł empirycznych oraz obserwacji uczestniczącej i niesformalizowanych wywiadów bezpośrednich.

Słowa kluczowe: turystyka wiejska, popyt, turyści.

1. Wstęp

Turystyka wiejska jest jedną z najstarszych, dobrze znanych form turystyki, szeroko omawianych w literaturze i badaniach empirycznych. W charakterystyce tej szerzej jednak uwzględnia się stronę podażową rynku turystyki wiejskiej niż popytową. Odnosi się ona do ilości dóbr i usług materialnych i niematerialnych oferowanych na rynek przy określonej cenie, charakterystyki działalności obiektów turystyki wiejskiej, ich infrastruktury i docelowej dostępności. Strona popytowa turystyki wiejskiej, określana m.in. potrzebami turystów, ich wymaganiami, możliwościami nabywczymi, planami korzystania z produktu turystyki wiejskiej, jest słabiej rozpoznana.

W artykule przedstawiono wybrane aspekty popytu turystyki wiejskiej, zwracając szczególną uwagę na ilościowo-jakościową ocenę turystów korzystających z obiektów turystycznych na wsi, pochodzenie geograficzne turystów, ich oczekiwania odnośnie do wyposażenia miejsc noclegowych w sprzęt i usługi oraz opinię na temat ceny, a także plany dotyczące korzystania z oferty wypoczynku na obszarach wiejskich.

Artykuł ma charakter literaturowo-empiryczny. Napisany został na podstawie analizy literatury przedmiotu, wykorzystania wtórnych źródeł empirycznych oraz informacji osiągniętych metodą obserwacji uczestniczącej i niesformalizowanych wywiadów bezpośrednich, przeprowadzonych przez autorów w badanym środowisku.

2. Obiekty noclegowe na rynku turystyki wiejskiej w Polsce

Rynek w ujęciu ekonomicznym stanowi całokształt warunków społeczno-ekonomicznych, determinujących zawieranie transakcji kupna i sprzedaży między sprzedawcami oferującymi towary i usługi (strona podaźowa) a ich nabywcami, reprezentującymi różne potrzeby wsparte określonymi funduszami nabywczymi (strona popytowa). Relacje zachodzące między stroną podaźową i popytową w odpowiedniej przestrzeni i czasie mają na celu osiąganie określonych korzyści przez sprzedających i kupujących. Podstawowymi zatem elementami rynku są popyt, podaź, cena produktu lub usługi oraz zachodzące między nimi zależności przyczynowo-skutkowe, tworzące tzw. mechanizm rynkowy. Zależności te powstają za pośrednictwem wartości użytkowej (strona popytowa) i wartości kosztowej (strona podaźowa) danego produktu wyrażonej w cenie.

Odnosząc podstawowe zagadnienia rynku do turystyki wiejskiej, należałoby stwierdzić, że rynek turystyki wiejskiej to ogół wymiennych stosunków ekonomiczno-społecznych, zachodzących między sprzedającymi towary i usługi na obszarach wiejskich a kupującymi je w odpowiednim czasie.

Pod koniec XX stulecia i w pierwszej dekadzie XXI w. wyraźnie obserwuje się wzrost liczebny i jakościowy oferty usług turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki, co może wskazywać na rosnące zainteresowanie wypoczynkiem wielu kategorii społecznych, ze względu m.in. na niższą cenę, poczucie spokoju i kontaktu z przyrodą oraz poczucie bezpieczeństwa wypoczynku rodzinnego [Sikora 2012].

Biorąc pod uwagę dane statystyczne, najważniejszą cechą turystyki wiejskiej jest relatywnie wyższa podaź miejsc zakwaterowania na obszarach wiejskich niż popyt na nie. Statystyka GUS nie podaje dokładnych danych wielkości bazy noclegowej w Polsce na obszarach wiejskich, zatem problematyka podaży oferty turystyki wiejskiej w kraju nie jest gruntownie rozpoznana. Nie jest też dokładnie znany popyt na usługi związane z turystyką wiejską, która niewątpliwie jest mniejsza niż oferta podaźowa.

Statystyczną charakterystykę bazy turystycznej zbiorowego zakwaterowania (bez bazy agroturystycznej) na obszarach wiejskich w latach 1991 oraz 1995-2009 przedstawia tab. 1. Z tabeli wynika, iż w omawianym okresie zmalały udziały wiejskiej bazy recepcyjnej w całości zbiorowego zakwaterowania. W latach 1995-2009 udział obiektów noclegowych zmniejszył się o ponad 15%. Warto zauważyć, że w pierwszych sześciu latach nie nastąpiły istotne zmiany wielkości tego wskaźnika, mimo początkowego ubytku, a następnie wzrostu. Dopiero od 2001 r. obser-

Tabela 1. Obiekty turystyczne zbiorowego zakwaterowania na obszarach wiejskich w latach 1991 oraz 1995-2009

Lata	Liczba obiektów	Liczba miejsc noclegowych	Udział w całości bazy w %	
			obiekty	miejsca
1991*	4600	372 000	55,0	53,0
1995	5014	372 426	53,6	52,1
1996	5687	381 294	51,3	51,8
1997	6014	385 661	50,1	50,9
1998	6524	390 323	48,5	49,3
1999	6594	367 987	48,7	47,8
2000	4624	313 043	53,6	47,4
2001	4598	295 942	52,9	46,2
2002	4044	265 682	50,9	43,9
2003	3215	256 639	45,2	43,0
2004	3031	240 421	43,5	41,1
2005	2863	232 726	42,6	40,8
2006	2876	237 329	43,0	41,3
2007	2835	236 256	42,2	40,6
2008	2854	238 064	41,6	39,3
2009	2833	238 826	40,5	39,4

* Brak danych statystycznych o latach 1991-1994 i wcześniejszych; dane za 1991 r. według oszacowań IT.

Oprac. Instytut Turystyki na podstawie danych GUS.

Źródło: A. Jagusiewicz, M. Byszewska-Dawidek 2010, s. 4].

wuje się stałe (z wyjątkiem roku 2006) zmniejszanie się liczby obiektów na wsi. Nieco odmienny obraz mamy w przypadku wiejskich miejsc noclegowych. W latach 1995-2009 ich udział w całości zasobów zmniejszył się o 13% i malał systematycznie przez cały okres, oprócz roku 2006 [Jagusiewicz, Byszewska-Dawidek 2010].

Wiejską bazę zbiorowego zakwaterowania (hotele, pensjonaty, obiekty schroniskowe, domki turystyczne, pola biwakowe) uzupełnia baza agroturystyczna. Jej stan przedstawia tab. 2.

Tabela 2. Baza agroturystyczna w Polsce w latach 2000-2009

Lata	Kwatery agroturystyczne	
	obiekty	miejsca noclegowe (w tys.)
2000	5790	51,6
2002	6060	53,2
2005	6550	64,1
2006	7450	72,2
2007	8790	87,1
2009	5473	57,1

Oprac. Instytut Turystyki na podstawie danych GUS, IT i innych źródeł.

Źródło: [Jagusiewicz, Byszewska-Dawidek 2010, s. 5].

Dane z tab. 2 świadczą o stałym wzroście bazy turystycznej w latach 2000-2007. Liczba kwater zwiększyła się wtedy o 28%, a miejsc noclegowych o 40%. W ciągu 6 lat zasoby te rosły więc o 5-7% rocznie. Przedstawione dane mogą dowodzić rosnącego zainteresowania wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych wielu kategorii społecznych ze względu na niższą cenę, poczucie spokoju i kontaktu z przyrodą oraz bezpieczeństwo wypoczynku rodzinnego.

3. Turyści wypoczywający na obszarach wiejskich

Strona podażowa obiektów i miejsc noclegowych na obszarach wiejskich łączy się z popytem odnoszącym się do klientów zainteresowanych możliwościami wypoczynku na wsi. Sytuację tę z uwzględnieniem turystów krajowych i zagranicznych przedstawia tab. 3.

Tabela 3. Turyści korzystający z obiektów zbiorowego zakwaterowania na obszarach wiejskich w latach 1995-2009*

Lata	Turyści ogółem (w tys.)	Turyści krajowi (w tys.)	Cudzoziemcy (w tys.)
1995	3541,9	3227,4	314,5
1996	3550,6	3215,5	335,1
1997	3676,6	3337,1	339,5
1998	3845,5	3543,4	302,1
2000	3651,6	3424,8	226,8
2001	3406,0	3169,6	236,4
2002	3434,9	3175,2	259,7
2003	3617,1	3325,3	291,8
2004	3673,4	3335,6	337,8
2005	3705,5	3349,5	356,0
2006	3923,4	3560,9	362,5
2007	4315,2	3924,9	390,3
2008	4523,0	4146,1	376,9
2009	4372,8	4015,2	357,6

* Brak danych za 1999 r.

Oprac. Instytut Turystyki na podstawie danych GUS.

Źródło: [Jagusiewicz, Byszewska-Dawidek 2010, s. 6].

W latach 1995-2009 liczba turystów korzystających ze zbiorowego zakwaterowania na obszarach wiejskich wzrosła ogółem o 830,9 tys. (23,5%). Znacznie mniej przybyło w tym czasie cudzoziemców: ich liczba zwiększyła się o 43,1 tys. (13,7%). Turystów krajowych było o 787,8 tys. (24,4%) więcej. Warto podkreślić, że poczynając od 2002 r., przez 7 lat obserwujemy stały przyrost liczby turystów, zarówno ogółem, jak i krajowych. Dopiero w 2009 r. nastąpiło załamanie tej tendencji. W segmencie zagranicznym wzrost ten występował w latach 2001-2008.

Udział turystów przebywających na wsi w krajowej liczbie korzystających wahał się od 22% do 25% i był najwyższy w latach 1995 i 2000. Cudzoziemcy stanowili od 6% do ponad 9% ogólnej liczby turystów na obszarach wiejskich. Najwyższy ich odsetek (9,6%) był w 2005 r., najniższy w 2000. Na wsi największy (10%) przyrost liczby korzystających zanotowano w 2007 r. Ostatni rok przyniósł 3-procentowy ubytek [Jagusiewicz, Byszewska-Dawidek 2010].

W ostatnim czasie zaznaczył się regres w wyjazdach turystycznych na wieś połączonych z noclegiem w obiektach indywidualnego zakwaterowania, w tym w gospodarstwach agroturystycznych (tab. 4).

Tabela 4. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach turystycznych z noclegiem w obiektach indywidualnego zakwaterowania* na wsi w latach 2004-2009

Rok	W obiektach ogółem		W kwaterach agroturystycznych	
	%	mln osób	%	mln osób
2004	34,9	4,9	3,4	0,5
2005	31,0	4,2	3,7	0,5
2006	36,6	4,8	6,2	0,8
2007	31,6	4,2	5,0	0,7
2008	31,1	4,1	5,5	0,7
2009	27,9	3,7	4,4	0,6

* W kwaterach agroturystycznych, domach letniskowych oraz mieszkaniach krewnych i znajomych.

Oprac. Instytut Turystyki na podstawie badań własnych i danych J. Łaciaka.

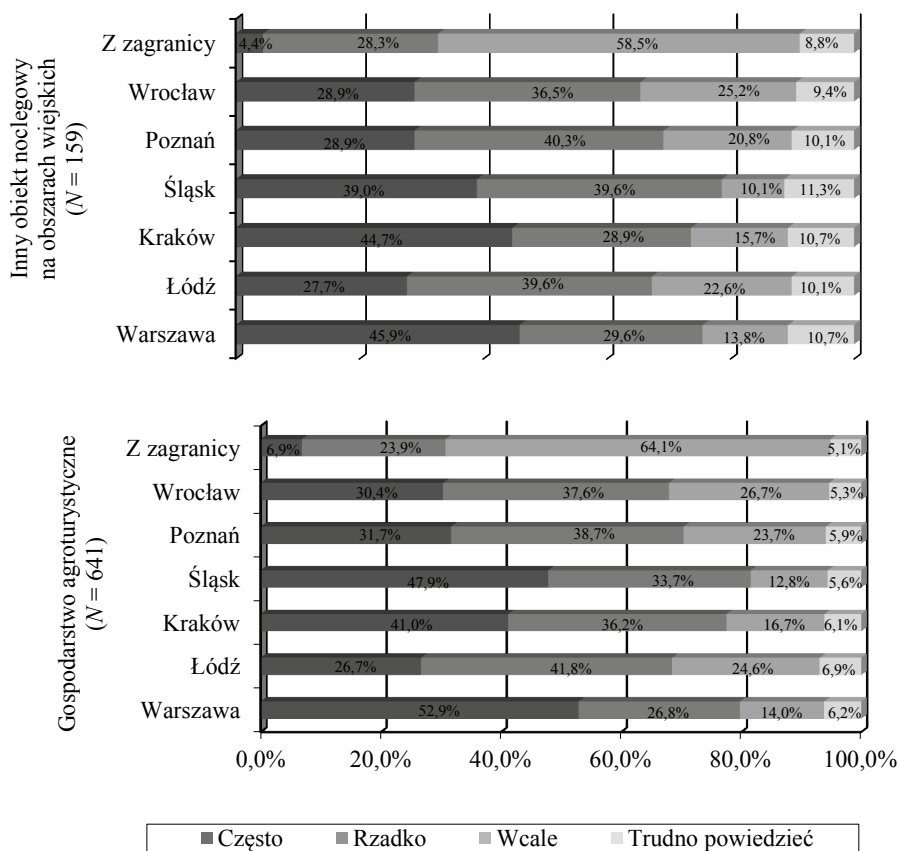
Źródło: [Jagusiewicz, Byszewska-Dawidek 2010, s. 8].

Z badań Instytutu Turystyki wynika, że w ciągu sześciu lat liczba osób uczestniczących w wyjazdach krajowych i nocujących w kwaterach agroturystycznych, domach letniskowych oraz mieszkaniach krewnych i znajomych na wsi zmalała o ponad 20%. W 2009 r. co najmniej raz wyjeżdżało tak 3,7 mln Polaków (28% ogółu). Wtedy też w wyjazdach do kwater agroturystycznych uczestniczyło 0,6 mln osób (4%). Wyraźnie największą popularnością cieszyły się pobyty u krewnych i znajomych (tab. 4).

Strona popytowa turystyki wiejskiej łączy się z osobami zainteresowanymi właściwościami i możliwościami wypoczynku bardziej zindywidualizowanego w środowisku wiejskim, a tym samym stroniącymi od turystyki masowej. W obiektach zbiorowego oraz indywidualnego zakwaterowania na wsi przeważnie przebywają osoby starsze, rodziny z dziećmi, grupy towarzyskie, miłośnicy przyrody, osoby uprawiające sport, hobbyści, osoby niepełnosprawne, członkowie klubów z różnych stowarzyszeń [Sikora, Wartecka-Ważyńska 2013].

Turyści korzystający z usług oferowanych na obszarach wiejskich to głównie mieszkańcy dużych miast (Warszawa, Łódź, Poznań, Wrocław, Kraków oraz miasta Śląska). W ponad 64% gospodarstwach agroturystycznych i 58,5% innych

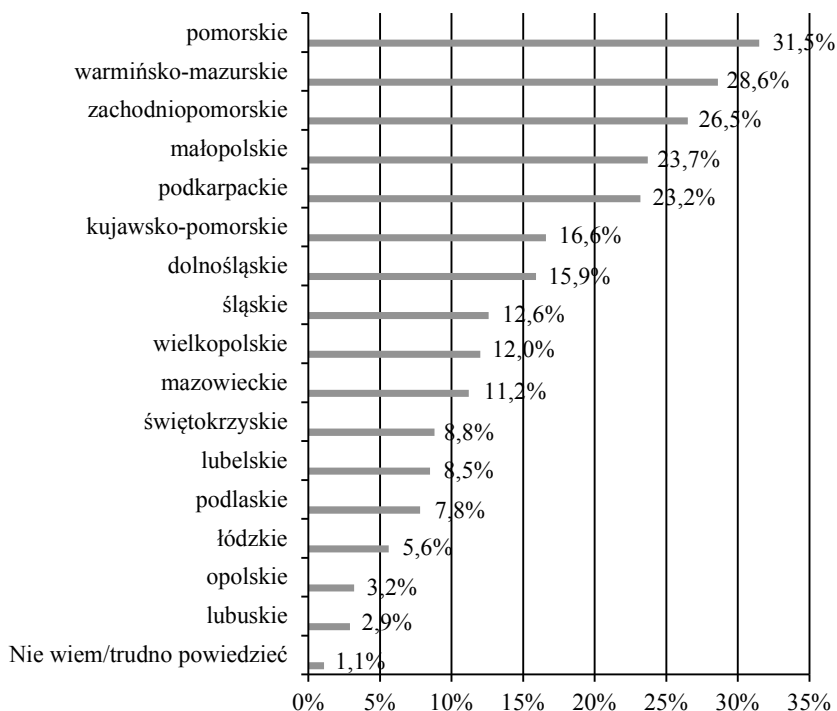
obiektach noclegowych na obszarach wiejskich nie gościli turyści zagraniczni (rys. 1). Ponad 80% gospodarstw agroturystycznych gościło osoby ze Śląska (47,9% często), natomiast ok. 53% mieszkańców Warszawy (rys. 1).



Rys. 1. Miejsce zamieszkania gości przyjmowanych w gospodarstwach agroturystycznych i innych obiektach noclegowych na obszarach wiejskich

Źródło: [Turystyka wiejska... 2012, s. 99].

Wśród województw, do których najczęściej wyjeżdżają turyści, należy zaliczyć: pomorskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie, małopolskie i podkarpackie (rys. 2). Są to województwa o największym potencjale turystycznym, strukturalnym i funkcjonalnym. Charakteryzują się ciekawymi walorami i atrakcjami turystycznymi, rozwiniętymi warunkami ekonomiczno-infrastrukturalnymi i dobrym zagospodarowaniem turystycznym.



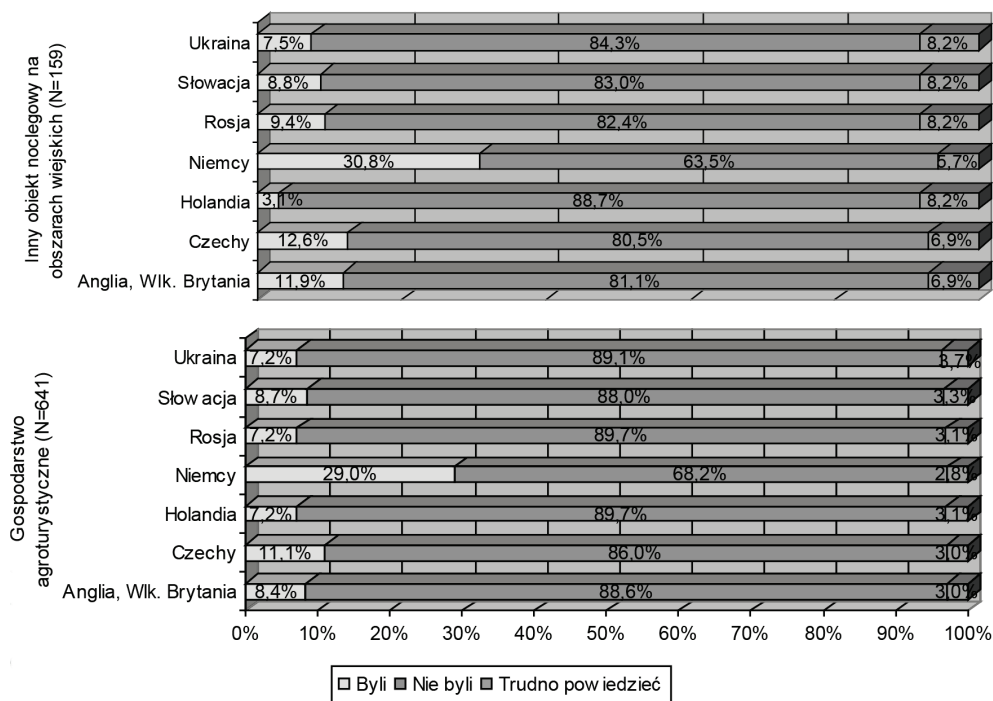
Opracowanie własne na podstawie badania CAWI ($N = 717$); wielokrotny wybór (maks. 3 odpowiedzi).

Rys. 2. Kolejność województw według częstotliwości odwiedzania przez turystów wiejskich/agroturystów

Źródło: [*Turystyka wiejska...* 2012, s. 98].

Turyści przyjeżdżający na wieś decydują się głównie na krótkie wypady, do 5 dni, do miejscowości położonej do 150 km od miejsca zamieszkania (ponad 40%) oraz na dłuższe wyjazdy, powyżej 5 dni, do miejscowości położonej powyżej 150 km od miejsca zamieszkania (25%) [*Turystyka wiejska...* 2012].

Wśród turystów zagranicznych goszczących w gospodarstwach agroturystycznych i innych obiektach noclegowych na wsi przeważali Niemcy (rys. 3). Celem ich pobytu, oprócz wypoczynku i rekreacji, były również powody rodzinne, sentymentalne i historyczne, związane z dziejami polsko-niemieckimi. Niemcy zamieszkujący tereny polskie przed wojną i w czasie wojny przyjeżdżają w miejsca, gdzie kiedyś mieszkali, odwiedzają więc przeważnie tereny wiejskie województw: dolnośląskiego, lubuskiego, pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego. Około 30% kwaterodawców, zarówno prowadzących gospodarstwa agroturystyczne, jak i inne obiekty noclegowe na obszarach wiejskich, twierdzi, że gościło turystów z Niemiec (rys. 3).



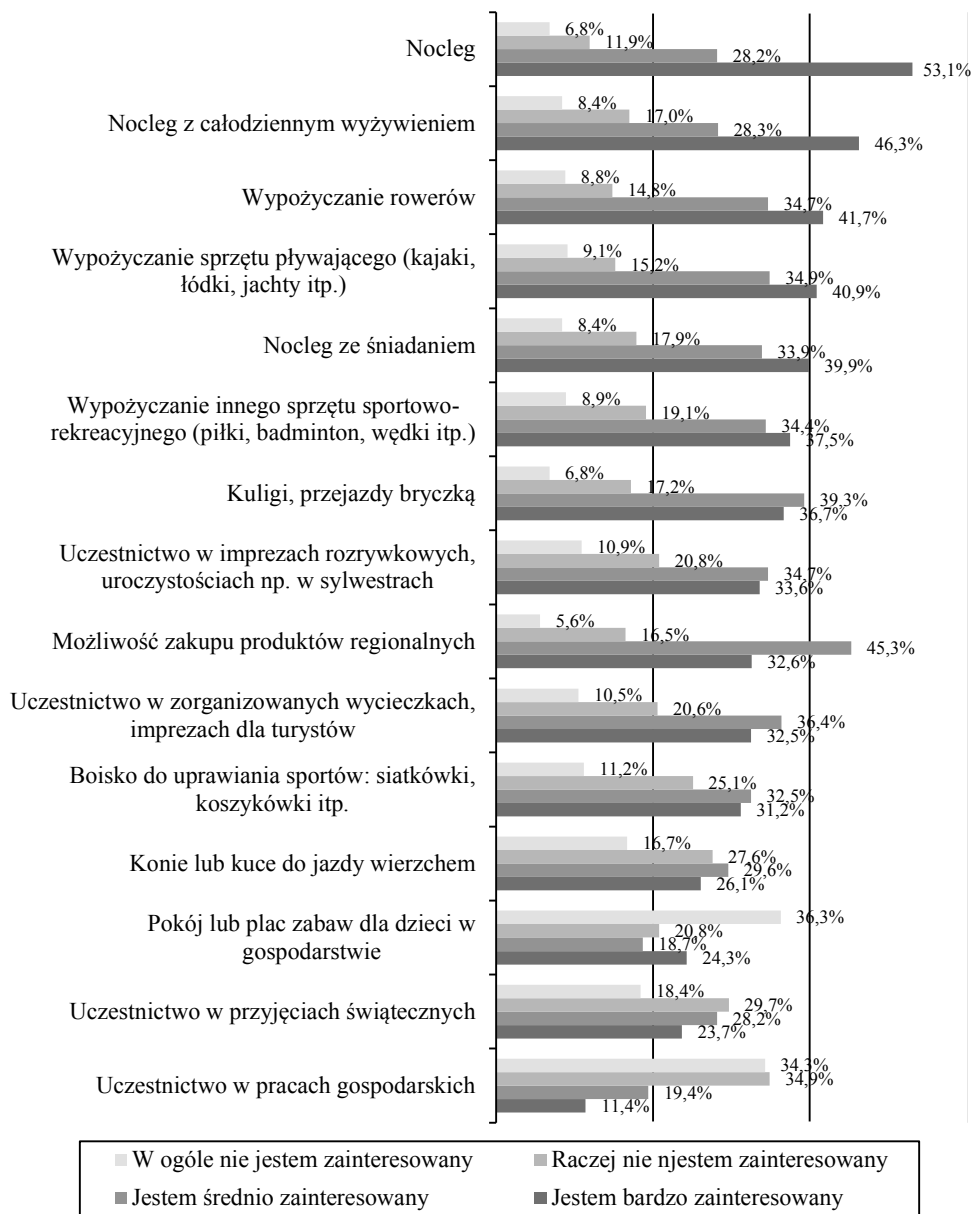
Opracowanie własne na podstawie badania CAPI ($N = 800$).

Rys. 3. Kraj zamieszkania gości zagranicznych przyjmowanych w gospodarstwach agroturystycznych i innych obiektach noclegowych na obszarach wiejskich

Źródło: [Turystyka wiejska... 2012, s. 100].

Popyt na rynku turystyki wiejskiej można scharakteryzować poprzez analizę potrzeb i zainteresowania turystów usługami związanymi z wypoczynkiem na wsi. Wyniki badań dowodzą, że ponad 80% turystów jest zainteresowanych noclegiem na wsi. Ponad 75% z nich chciałoby wypożyczać rowery, co znajduje odzwierciedlenie w ofercie kwaterodawców. Ponad 70% jest zainteresowanych wypożyczeniem sprzętu pływającego i sportowo-rekreacyjnego, ale tylko 12-13% kwaterodawców taki sprzęt oferuje. Podobnie ponad 78% turystów jest zainteresowanych zakupem produktów regionalnych, natomiast tylko 7% prowadzi sprzedaż tego typu (rys. 4).

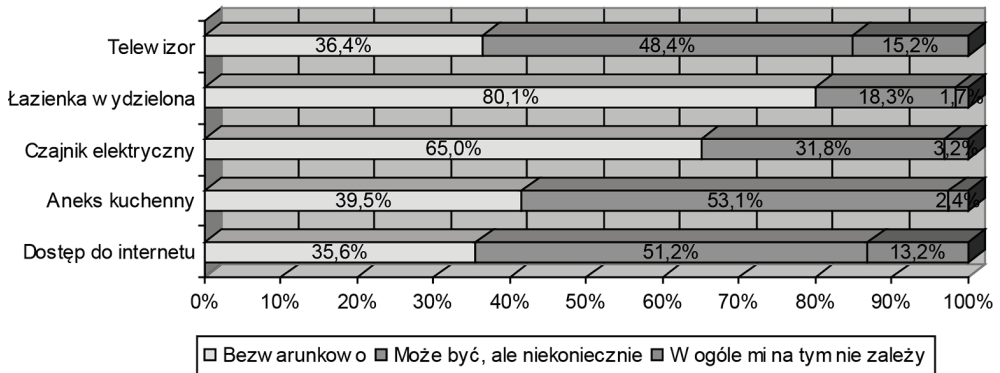
Turyści i potencjalni turyści zainteresowani obszarami wiejskimi zwracają uwagę na zapewnienie im odpowiedniego standardu wypoczynku. Ponad 80% turystów i potencjalnych turystów wymaga, aby w miejscu noclegowym była wydzielona łazienka, a tylko 1,7% twierdzi, że im na tym nie zależy. Dla 35,6% badanych w obiekcie noclegowym musi być dostęp do Internetu, natomiast 51,2% uważa, że może być, ale niekoniecznie (rys. 5).



Opracowanie własne na podstawie badania CAWI (N = 717).

Rys. 4. Zainteresowanie usługami związanymi z wypoczynkiem na wsi wśród turystów i potencjalnych turystów

Źródło: [Turystyka wiejska... 2012, s. 90].

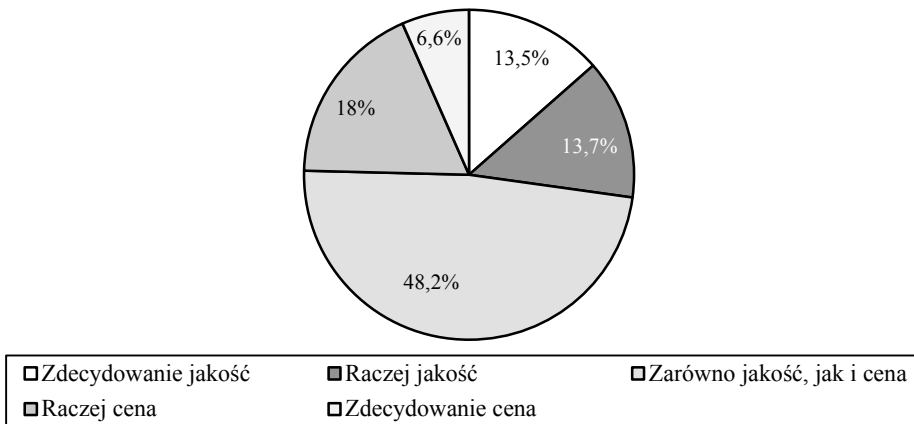


Opracowanie własne na podstawie badania CAWI ($N = 717$).

Rys. 5. Oczekiwania turystów/potencjalnych turystów na temat wyposażenia miejsc noclegowych w podstawowy sprzęt/usługi

Źródło: [*Turystyka wiejska...* 2012, s. 92].

Ważnym elementem analizy popytu w ramach turystyki wiejskiej jest relacja jakości usług do ich ceny. Na pytanie, co jest dla nich ważniejsze w wypoczynku na wsi, 40% badanych twierdziło, że ważna jest zarówno cena, jak i jakość oferty. Dla 13,5% badanych zdecydowanie ważniejsza jest jakość, a dla 6,6% cena (rys. 6).

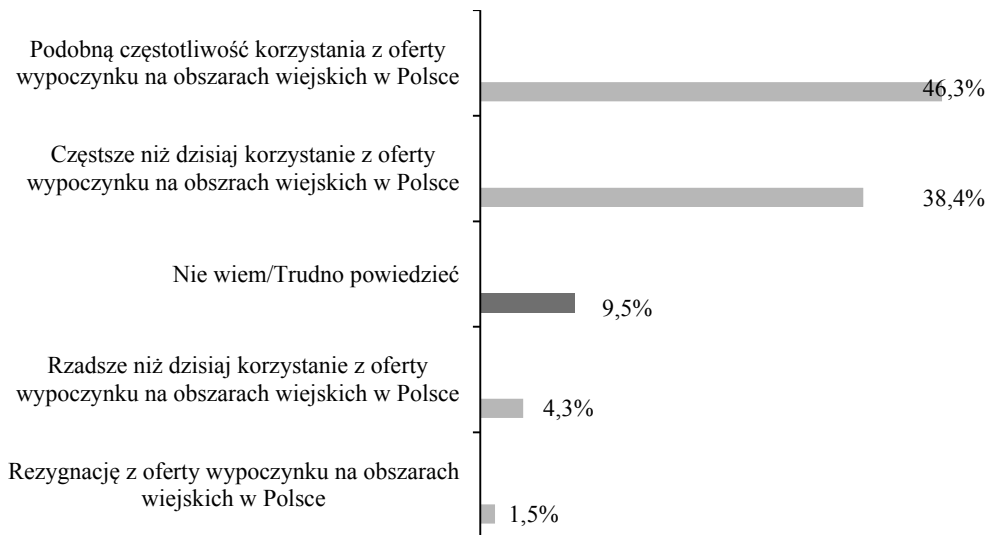


Opracowanie własne na podstawie badania CAWI ($N = 717$).

Rys. 6. Ocena relacji jakość-cena w odniesieniu do oferty wypoczynku na wsi (Czy w korzystaniu z oferty wypoczynku na wsi ważniejsza jest dla Pana/Pani jakość usług czy ich cena?)

Źródło: [*Turystyka wiejska...* 2012, s. 95].

Stronę popytową turystyki wiejskiej kształtują również plany turystów. Są one dość optymistyczne – częstsze niż dzisiaj korzystanie z wypoczynku na wsi planuje ponad 38% respondentów (rys. 7).



Opracowanie własne na podstawie badania CAWI ($N = 717$).

Rys. 7. Plany turystów/potencjalnych turystów na temat korzystania z oferty wypoczynku na obszarach wiejskich (Czy w przyszłości przewiduje Pan/Pani?)

Źródło: [*Turystyka wiejska...* 2012, s. 96].

Oceniając stronę popytową turystyki wiejskiej na podstawie wyników badań empirycznych, należy zauważyć, iż rynek popytowo-podażowy w tym zakresie nie jest zrównoważony. Niekiedy oczekiwania i potrzeby turystów są w sprzeczności z ofertą (stroną podażową) kwaterodawców lub przewyższają to, co oferują usługodawcy. Przykładem może być korzystanie ze sprzętu pływającego, sportowo-rekreacyjnego, zakup produktów regionalnych, zapewnienie dostępu do Internetu. Należy jednak uznać, że podażowa strona turystyki wiejskiej staje się coraz bogatsza, wyspecjalizowana, co z pewnością znajdzie zainteresowanie turystów. Tworzą się bowiem nowe nurty w turystyce wiejskiej, wynikające z potrzeb osób zainteresowanych tym rodzajem turystyki, i wkrótce mogą stać się reprezentacyjnymi produktami obszarów wiejskich. Należą do nich: ekoturystyka, turystyka rehabilitacyjna, turystyka zdrowotna, turystyka związana z zielarstwem.

4. Zakończenie

Istotną cechą popytu rynku turystyki wiejskiej jest poznanie klientów, ich potrzeb i motywów przyjazdu. Popytowa strona rynku tej turystyki jest heterogeniczna, dynamiczna i innowacyjna. Sytuację taką tworzy wiele czynników, przede wszystkim liczba konsumentów usług turystyki wiejskiej (indywidualnych i instytucjonalnych), zmiana siły nabywczej ludności, swoboda podejmowania decyzji, zmiany w modzie na wypoczynek i nawykach spędzania czasu wolnego, chęć naśladownictwa. Kryzys w gospodarce światowej wywołuje negatywne skutki na rynku usług turystycznych [Gołembski 2011], które powinna wykorzystać turystyka wiejska. Na przykład ograniczanie wydatków dotyczących wyjazdów zagranicznych może sprzyjać wzrostowi aktywności w podróżach krajowych, wyjazdom do miejsc bliżej położonych, miejsc już odwiedzanych, zwiększeniu częstotliwości wypoczynku na wsi. Dążenie do oszczędności, większa elastyczność cenowa popytu daje wielu oferentom szansę świadczenia tańszych usług. Tym samym z ostrożnym optymizmem można oceniać przyszłość turystyki wiejskiej.

Literatura

- Gołembski G., *Kryzys w gospodarce światowej i jego wpływ na rynek usług turystycznych w Polsce*, [w:] A. Gotowt-Jezińska, K. Łopaciński, *Turystyka w Polsce w okresie kryzysu*, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa 2011.
- Jagusiewicz A., Byszewska-Dawidek M., *Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju*, Instytut Turystyki, Warszawa 2010.
- Sikora J., *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- Sikora J., Wartecka-Ważyńska A., *Wybrane uwarunkowania turystyki wiejskiej*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2013.
- Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Raport końcowy*, wykonawca: Agrotec Polska Sp. z o.o. oraz Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN, Warszawa 2012.

DEMAND ON THE MARKET OF RURAL TOURISM IN POLAND IN THE LIGHT OF EMPIRICAL STUDIES

Summary: The market of rural tourism is regarded as the entirety of economic and social relations that occur between the entities which offer products (the supply side) and those which purchase the products (the demand side) in rural areas. The supply side of this market has been widely discussed in the literature and empirical studies and it relates to the amount of goods and services, both physical and non-physical, offered at particular prices. It concerns the activity of the entities of rural tourism and tourist destinations, availability and infrastructure. Furthermore, the demand side of rural tourism, defined by e.g. tourists' needs,

scale and requirements for meeting these needs and purchasing power, has not been researched as thoroughly. The aim of the paper is to present the qualitative and quantitative evaluation of the supply side in rural tourism, including agritourism. Regarding the demand side, the paper presents, among other things, the interests in the product of rural tourism, expectations of tourists concerning the equipment and services in accommodation places, price-quality ratio, tourists' plans concerning the services of relaxing in the country, their preferences for going to the country depending on a voivodeship or a country. The paper has literature-based and empirical character, and was written using a method of analysis of subject literature, analysis of the results obtained from general empirical survey contained in the secondary sources. The participant observation was also used and the non-formalized personal interviews carried out by the authors in the study environment.

Keywords: rural tourism, demand, tourists.