

Elementy krajobrazu w ofercie agroturystycznej gospodarstw w powiecie białskim

The elements of landscape in an offer of agri-tourist farms in Biała Podlaska district

Krystyna Chmiel, Zofia Kubińska, Grażyna Gołub, Anna Stachyra

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska, Polska,
e-mail: arabiansaneta@hoga.pl, zofiakubinska@wp.pl

Abstract. The aim of the present paper is introducing the significance of natural landscape elements of the Podlasie countryside in the offer of its agri-tourist farms. Conducted was a survey among such farm owners, using the author's questionnaire concerning the position of landscape elements in their offer. The questionnaire forms were sent to 22 farmers listed on the website of Podlaskie Stowarzyszenie Agroturystyczne (Podlasie Agri-tourist Association). From them 14 farmers were willing to participate in the survey.

According to the survey results, nearly 60% of tested farmers pointed at the purity of natural environment as the most important demand of the guests. It was found, that 57.1% of farm owners selected the elements of their offer according to the customers' suggestions. The survey proved, that 85.7% of the respondents pointed at the beauty of the surrounding scenery, whereas in the opinion of half of the respondents' number, such natural advantages, as an easy access to a river or lake, were considered as important ones. According to 42.8% of tested farmers, the most important factor was a competitive price. The straight majority of the respondents in the district of Biała Podlaska considered the landscape elements as the main advantages of their agri-tourist offer.

Słowa kluczowe: krajobraz, oferta agroturystyczna, powiat białski

Key words: landscape, agri-tourism offer, Biała Podlaska district

Człowiekowi potrzebne jest to piękno krajobrazu – i dlatego też nic dziwnego, że ciągną tutaj ludzie z różnych stron Polski, a także spoza Polski ciągną latem i zimą. Szukają odpoczynku. Pragną odnaleźć siły w zdrowym wysiłku fizycznym: w marszu, w podejściu, we wspinaczce, w zjeździe narciarskim.

Jan Paweł II, Nowy Targ, 8 czerwca 1979.

Wprowadzenie

Krajobraz powiatu białskiego, nazywanego południowym Podlasiem, to naturalny teren nizinny pokryty lasami i polami, z licznymi ciekami wodnymi, stawami i jeziorami. Jest to mozaikowa kraina pełna spokoju, harmonii, bogactwa fauny i flory, nieskażona przemysłem, położona w rejonie rzeki Krzyny, ograniczona dolnym biegiem Wieprza, średnim Bugu i Wisły. Największe atrakcje przyrodnicze tego terenu to: Park Krajobrazowy „Podlaski Przełom Bugu” i unikalna w skali europejskiej nieuregulowana rzeka Bug. Rolniczy charakter podlaskiej wsi przez ostatnie dziesięciolecia jest przekształcany w wieś wielofunkcyjną posiadającą m.in. przestrzeń rekreacyjną. Krajobraz Podlasia Południowego, jako układ powiązanych komponentów, jest nie tylko walorem

sam w sobie: należą do niego obiekty o różnym pochodzeniu przyrodniczym i kulturowym mogące funkcjonować jako samodzielne atrakcje turystyczno-agroturystyczne.

W założeniach Nitkiewicz-Jankowskiej i Jankowskiego (2010), krajobrazowe kompleksy atrakcyjne pod względem charakterystycznego typu czy też stylu krajobrazu pozostają w ścisłym związku z waloryzacją tworzoną na potrzeby kreowania produktu turystycznego. W ocenie atrakcyjności krajobrazu istotna jest jego percepcja kompleksowo-holistyczna jako walor miejsca, gdzie całościowe założenie krajobrazowe jest wystarczającą atrakcją lub istnieje tam możliwość wykorzystania poszczególnych komponentów krajobrazu w realizowanej formie turystyki. Nie można pominąć wskazanego terminu w ramach percepcji estetycznej i artystycznej, która według Andrejczuka (2010) wydaje się być równie istotnym elementem atrakcyjności krajobrazu; przedmiotem zainteresowania tych dziedzin jest krajobraz z punktu widzenia form jego „uspołecznienia”, a więc architektury, psychologii, literatury czy też sztuki.

Najmłodsza dziedzina badań krajobrazu to ekologia krajobrazu, która zajmuje się analizą całościowo rozumianego krajobrazu i stwarza podstawy opracowywania planów racjonalnego wykorzystywania krajobrazów jako elementów kreujących potencjalne produkty turystyczne. Według Richlinga i Solona (2011) krajobraz to heterogeniczna całość funkcjonująca zgodnie z prawami przyrody, obdarzona zdolnością do samoregulacji i odznaczająca się indywidualizmem.

Realizacja wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich uwzględnia przede wszystkim działalność agroturystyczną, która ma stymulujący wpływ na rozwój rolnictwa i jest alternatywą dla osób, które chcą pozostać w gospodarstwie i prowadzić działalność pozarolniczą. Ta forma aktywizacji upowszechnia się również we wsiach południowego Podlasia. Agroturystyka, zdaniem Makarskiego (2007), jest szczególną formą wypoczynku, która umożliwia bezpośredni związek turysty z funkcjonującym gospodarstwem rolnym, obejmuje czynny wypoczynek w otoczeniu przyrodniczym tego gospodarstwa oraz umożliwia korzystanie z jego produkcji i usług. Jako jedna z niewielu form pozarolniczej działalności stymuluje rozwój rolnictwa, stwarzając rynek zbytu surowców i produktów rolniczych, a przez wynajmowanie pokoi i świadczenie usług stymuluje dochody osobiste rolnika. Dzięki temu staje się ważnym, alternatywnym wobec rolnictwa, źródłem dochodu. Jednocześnie pozytywnie wpływa na zwiększenie atrakcyjności i aktywności gospodarczej całych środowisk lokalnych.

W związku z powyższymi zmianami znaczna część literatury na temat sytuacji agroturystyki koncentrowała się wokół perspektyw europejskich uwarunkowań, w tym uzyskiwania funduszy, konkurencyjności produktu, wspierania rozwoju obszarów przygranicznych. Opracowano wiele poradników z zakresu prowadzenia biznesu agroturystycznego, kwatery agroturystycznej, a także umiejętności korzystania z bogactwa przyrodniczego i kulturowego wsi; wśród autorów są m. in. Kożuchowska (2000) i Wojciechowska (2003). Wprowadzenie powszechnie obowiązującego systemu kategoryzacji bazy agroturystycznej stało się istotnym czynnikiem podnoszenia jakości świadczonych usług oraz narzędziem ochrony interesów konsumentów i konkurencyjności oferty agroturystycznej i tematem publikacji Kamińskiej (2002) i Kryńskiego (2003).

Kożuchowska (1998), Nałęcka i Stępień (2007) w swoich pracach scharakteryzowały czynniki warunkujące rozwój agroturystyki oparte na wynikach sondażu samych osób prowadzących tę działalność.

Dla zapewnienia sukcesu w rozwijaniu przedsięwzięć agroturystycznych, usługodawca prowadzący tę działalność powinien podejmować działania nakierowane na potrzeby nabywcy, na stworzenie produktu wysokiej jakości, na działania konkurencji. Oznacza to realizację świadomego procesu, który zmierza do racjonalizacji działań i wykorzystania w sposób optymalny posiadanych zasobów dla doskonalenia produktu i kształtowania oferty skutecznie przekonującej różne grupy turystów.

Celem opracowania jest ukazanie miejsca i znaczenia naturalnego krajobrazu przyrodniczego wsi podlaskiej w przygotowaniu oferty produktu z uwzględnieniem mocnych elementów i sposobu ich doboru przez usługodawców wypoczynku agroturystycznego.

Materiał i metody

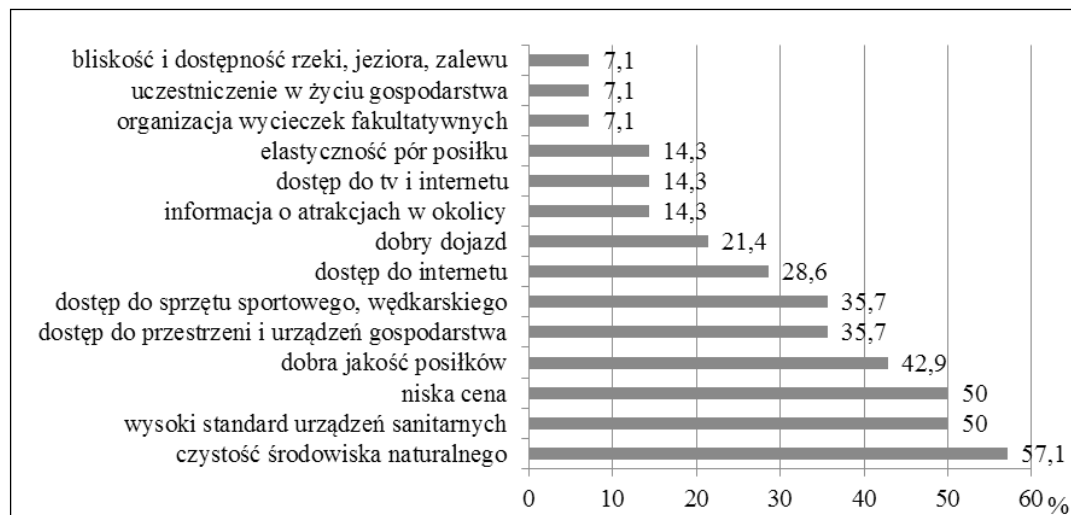
Podstawę stanowiły badania ankietowe. Ankiety skierowano do 22 podmiotów (usługodawców) świadczących usługi agroturystyczne, figurujących na stronie internetowej Podlaskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego. Chętnych do udziału w badaniach było 14 gospodarzy prowadzących działalność agroturystyczną. Ponad

90.0% ogółu badanych podmiotów prowadzi działalność powyżej 5 lat, w tym niemal 60.0% powyżej 10 lat. Udział w badaniu gospodarstw o stażu poniżej 5 lat wyniósł 7.0%.

W pracy wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego z zastosowaniem autorskiej ankiety na temat rozwoju (przekształceń) gospodarstw agroturystycznych, która zawiera pytania jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytania macierzowe jednokrotnego wyboru. Badania przeprowadzono w czerwcu 2011 r.

Wyniki badań

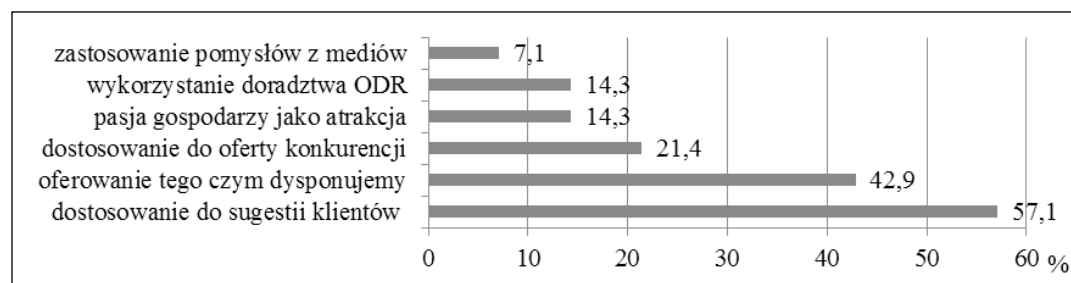
Wyniki badań wskazują na fakt, że elementy krajobrazu są traktowane przez klientów gospodarstw agroturystycznych jako jedna z przesłanek przy wyborze określonej oferty.



Ryc. 1. Elementy krajobrazu wśród najważniejszych wymagań klientów korzystających z oferty gospodarstwa agroturystycznego w opinii badanych właścicieli gospodarstw

Fig. 1. The elements of landscape among the main demands of guests of the tested agri-tourist farms

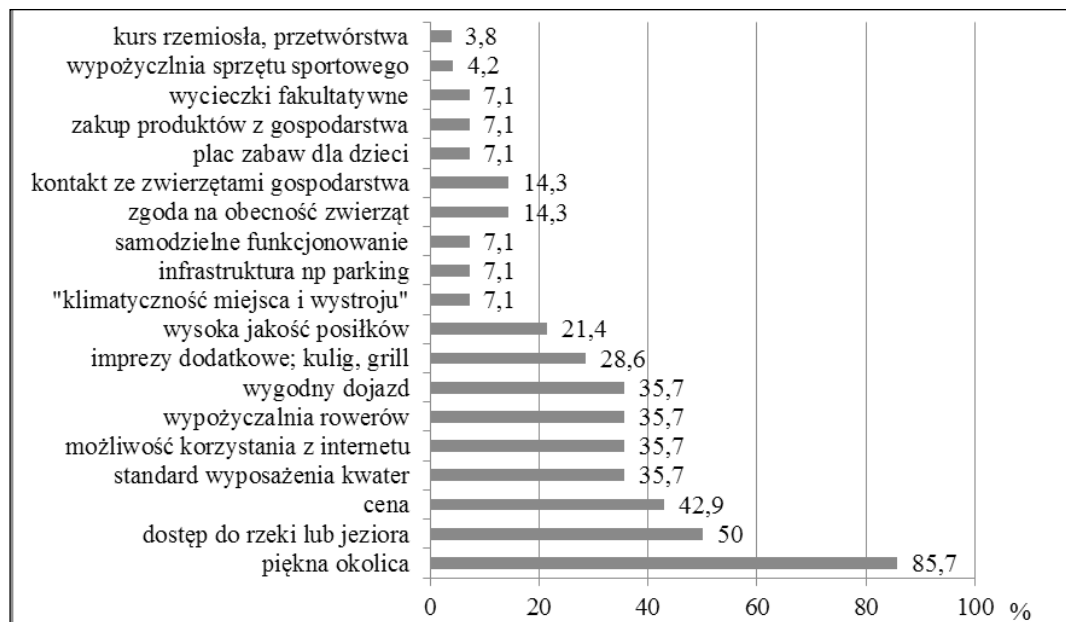
Wymagania klientów gospodarstw agroturystycznych w opinii właścicieli ilustruje ryc. 1. Prawie 60.0% badanych gospodarzy stwierdziło, że najważniejszym wymaganiem przyjeżdżających na wypoczynek jest czystość środowiska naturalnego, w którym planują wypoczynek. Połowa respondentów wymieniła standard urządzeń sanitarnych i umiarkowaną cenę usługi, a 42.9% wskazało, że turyści oczekują na dobrej jakości posiłki. Co trzeci badany (35.7%) uważa, że wypoczywający turyści cenią sobie dostęp do przestrzeni i urządzeń gospodarstwa, sprzętu sportowego i wędkarskiego. Pozostałe szczegółowe wyniki prezentuje ryc. 1. Te istotne dla usługodawców informacje uzyskują oni, prowadząc systematyczne, samodzielne badania wśród turystów.



Ryc. 2. Sposób doboru elementów agroturystycznej oferty wypoczynkowej przez badanych właścicieli gospodarstw

Fig. 2. The criteria of selection of elements for the agri-tourist offer

Wśród sposobów, według których właściciele dobierają elementy oferty agroturystycznej, aż 57.1% przyznało, że jest ona kształtowana pod wpływem sugestii klientów (ryc. 2). Nieco mniej badanych (42.9%) czyni to w oparciu o posiadane zasoby, co piąty respondent dostosowuje się do konkurencji, pozostałe sposoby zamieszczono na ryc. 2. Zaspokojenie oczekiwań klientów to pierwszoplanowe i najważniejsze zadanie dla badanych usługodawców. Jak wskazały wyniki zilustrowane na pierwszej rycinie, najważniejsze oczekiwania klientów dotyczą czystego środowiska naturalnego, czyli pięknych, przyjaznych i niezdegradowanych krajobrazów.



Ryc. 3. Elementy krajobrazu wśród składowych oferty gospodarstw agroturystycznych w opinii badanych właścicieli
Fig. 3. The landscape elements among the factors of an agri-tourist offer

Analizując wyniki zilustrowane na ryc. 3., wydaje się, że opinie właścicieli gospodarstw dotyczące wymagań klientów znalazły odzwierciedlenie w tym, co respondenci postrzegają jako atuty własnej oferty. Aż 85.7% ogółu jako główny atut wskazało piękno otoczenia krajobrazu; połowa badanych za ważne uznała dostęp do rzeki, jeziora, czyli wskazała walory przyrodnicze będące elementem krajobrazu. Natomiast 42.9% badanych uważa, że może na rynku usług agroturystycznych konkurować ceną. Co trzeci respondent za atuty uznał standard pokoi, możliwość korzystania z internetu, dostępność roweru i dobry dojazd do gospodarstwa. Pozostałe wyniki zamieszczono na ryc. 3. Dla autorek bardzo ważne jest to, że piękny krajobraz jest zdecydowanie najmocniejszym atutem oferty agroturystycznej według większości badanych gospodarstw agroturystycznych w powiecie białskim.

Dyskusja

Wyniki badań z zakresu wiedzy i umiejętności koniecznych przy prowadzeniu usług agroturystycznych na wysokim poziomie przedstawione przez Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju Rolnictwa i Obszarów Wiejskich (KCDRR i OW) oddział Kraków (2001) ukazują, że badani uznali za ważne: znajomość zasad obsługi turystów, sposoby przygotowywania tradycyjnych potraw, obecność walorów przyrodniczych regionu, znajomości marketingu i promocji, hotelarstwa, zarządzania i prowadzenia domu, historii i tradycji regionu. Natomiast nie zwrócili uwagi na takie czynniki, jak: posiadanie przez usługodawców umiejętności organizacji imprez kulturalnych, znajomość przepisów sanitarnych i bhp, znajomości problemów gospodarczych i politycznych

regionu, posiadanie wiedzy o rachunkowości, podatkach, kredytach oraz umiejętność organizacji imprez sportowych, śpiewania i gry na instrumentach muzycznych.

Według wyników Sikorskiej i Kajszcak (2000) prawdopodobieństwo zwiększenia zainteresowania turystów wypoczynkiem w danym gospodarstwie agroturystycznym może nastąpić pod wpływem niżej wymienionych czynników. Należą do nich kolejno: a) posiadane kwalifikacje i cechy osobowościowe właścicieli i osób świadczących usługi agroturystyczne, b) warunki pobytu, standard wykonania, wyposażenie techniczne, produkty żywnościowe wykorzystywane w procesie świadczonych usług, c) powtarzalne procedury świadczenia usług akceptowane przez klientów lub sprawdzone w praktyce (system oceny i kontroli i jakości usług).

Uwagi

Większość ankietowanych gospodarzy gospodarstw agroturystycznych na terenie południowego Podlasia stwierdziło, że najważniejszym wymaganiem agroturystów przyjeżdżających na wypoczynek jest czystość naturalnego środowiska. Właśnie ten element krajobrazu charakteryzuje przestrzeń powiatu bialskiego, w której nie funkcjonują zakłady przemysłowe.

Opinia gospodarzy promująca czystość naturalnego środowiska oparta jest na systematycznych sondażach turystów, samodzielnie prowadzonych przez usługodawców agroturystyki. Wyniki sondaży służą usługodawcom do przygotowywania aktualnej oferty promocyjnej gospodarstwa.

Zdecydowana większość ogółu respondentów jako główny atut własnego gospodarstwa agroturystycznego uważa piękno okolicznego krajobrazu; połowa ankietowanych jako ważne atuty wskazała dostęp do rzeki, jeziora, czyli walory przyrodnicze będące elementami krajobrazu południowego Podlasia

W literaturze przedmiotu autorki nie znalazły wyników badań, które byłyby zbliżone do tych, które uzyskały.

Literatura

- Andrejczuk W. 2010. Krajobraz a turystyka. Aspekt konceptualny. W: Krajobraz a turystyka, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec
- Kamińska J. 2002. Agroturystyka formą przedsiębiorczości, WODR Boguchwała
- Kożuchowska B., Grzelecka K., Świetlikowska U. 1998. Motywacje potencjalnych gości w zakresie wyboru usług agroturystycznych. W: Zrównoważony rozwój turystyki wiejskiej – idee, działania, efekty. Cd i EwR, Kraków
- Kożuchowska B. 2000. Wybrane piśmiennictwo z zakresu agroturystyki, W: U. Świetlikowska (red.) Agroturystyka. FAPA, Warszawa
- Kryński Z. 2003. Kategoryzacja gospodarstw a jakość usług agroturystycznych. W: Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie nr 402, p. 105-117.
- Makarski S. 2007. Rola agroturystyki w aktywizacji rozwoju lokalnego (na przykładzie woj. podkarpackiego). Roczniki Naukowe, Seria (IX) 2, Warszawa–Poznań–Kraków
- Nałęcka D., Stępień E. 2007. Czynniki warunkujące atrakcyjność wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym w opinii turystów. W: J. Bergier, M. Stelmach (red.) Kierunki rozwoju turystyki w województwie lubelskim. PSW w Białej Podlaskiej
- Nitkiewicz-Jankowska A., Jankowski G. 2010. Krajobraz kulturowy jako walor turystyczny. W: W. Andrejczuk (red.) Krajobraz a turystyka. Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego. Wydawnictwo Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec
- Ostaszewska K. 2002. Geografia krajobrazu. Wybrane zagadnienia metodologiczne. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa
- Richling A., Solon J. 2011. Ekologia krajobrazu, wyd. V, zmienione i rozszerzone. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa, p. 20.
- Sikorska G., Kajszcak W. 2000. Kwatera agroturystyczna, poradnik praktyczny. Warszawa
- Wojciechowska J. 2003. Agroturystyka w dziedzinie nauki i praktyki przegląd bibliografii za okres 1990–2002. W: Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie, nr 402, p.79–92.