

BARBARA GRADZIUK  
*Akademia Rolnicza w Lublinie*

## CHARAKTERYSTYKA NABYWCÓW USŁUG TURYSTYCZNYCH ŚWIADCZONYCH PRZEZ GOSPODARSTWA WIEJSKIE USYTUOWANE W PODREGIONIE CHEŁMSKO-ZAMOJSKIM

### 1. Wprowadzenie

Agroturystyka, rozumiana jako jeden z czynników wielofunkcyjnego rozwoju wsi, ma do wypełnienia wiele, nie tylko ekonomicznych zadań<sup>1</sup>. Wprawdzie podstawowym jej celem jest tworzenie nowych miejsc pracy i generowanie dodatkowych dochodów dla ludności oraz gmin, ale równie ważne jest to, że jej rozwój wymusza na samorządach intensyfikowanie działań zmierzających do likwidacji zapóźnień cywilizacyjnych (rozbudowy i modernizacji infrastruktury technicznej i społecznej). Kolejnym istotnym efektem rozwoju agroturystyki jest kontakt z przyjezdnymi, przeciwdziałający izolacji poszczególnych środowisk i sprzyjający integracji społecznej [Bukraba-Rylska, 1999; Wiatrak, 2005].

W rozwoju turystyki nie bez powodu upatruje się szans na ożywienie obszarów wiejskich, wyznaczając jej rolę jednego z instrumentów odbudowy ich żywotności kulturowej i ekonomicznej. Kreuje ona bowiem przedsiębiorczość oraz stwarza warunki do odmiennego sposobu życia i pracy. Umożliwia zetknięcie się różnych środowisk, dwukierunkowy przepływ informacji, wymianę wartości i wyobrażeń.

<sup>1</sup> Agroturystyka to organizowanie pobytu turystów przez rodzinę rolniczą we własnym gospodarstwie [Wiatrak, 2000]. Zakłada turystyczne zagospodarowanie już istniejących zasobów: wsi i jej mieszkańców, gospodarstwa rolnego, środowiska przyrodniczo-kulturowego. Od turystyki masowej odróżnia ją:

- przestrzeń – kontakt z przyrodą, swoboda poruszania się, cisza, możliwość rekreacji i sportu,
- życie wiejskie – codzienne zajęcia mieszkańców wsi, kultura i zwyczaje, tradycja, historia, folklor,
- gospodarstwo rolne – rytm jego życia, obecność zwierząt domowych, świeża żywność, zapachy, odgłosy, barwy,
- ludzie – bezpośredni kontakt z rodziną, możliwość poznania zwyczajów rodziny, gościnność, nowe znajomości i przyjaźnie [Turystyka wiejska, 2001]

Podkreślić jednak należy, że świadczenie usług turystycznych przez mieszkańców wsi stanowi formę działalności gospodarczej, realizowanej w warunkach dużej konkurencji oraz wzrastających i coraz bardziej zróżnicowanych potrzeb w zakresie wypoczynku i rekreacji. Podstawowym warunkiem sprostania wymogom rynku i odniesienia sukcesu przez usługodawców wiejskich jest więc uwzględnienie zasad współczesnego marketingu, który w centrum uwagi stawia nabywców i ich potrzeby. Nie oznacza to jednak działania na rzecz wszystkich potencjalnych klientów. Jednym z założeń koncepcji marketingowej jest ukierunkowanie działalności na konkretną ich grupę. Takie działanie stwarza możliwość lepszego dostosowania produktu turystycznego do wymagań klientów oraz skierowania swoich ograniczonych zasobów na tę część rynku, która zapewni uzyskanie najlepszych efektów [Kurtyka, 2006; Strzembicki, 2003]. Dla określenia konkretnych grup nabywców usług turystycznych, zainteresowanych odmiennymi sposobami wypoczynku,<sup>2</sup> których potrzeby może zaspokoić oferta danego usługodawcy, niezbędne staje się zbadanie i określenie różnic występujących między nabywcami usług, a następnie pogrupowanie ich według przyjętych kryteriów. Każdy usługodawca powinien zdecydować, dla jakiego segmentu rynku przygotowuje swoją ofertę. Nie jest bowiem możliwe zaspokojenie oczekiwań wszystkich konsumentów.

W związku z tym, że konsumenci cechują się dużą zmiennością potrzeb oraz rosnącymi wymaganiami wobec ofert wypoczynku, a jednocześnie szybko rośnie liczba firm świadczących różnorodne usługi turystyczne, wzrasta ranga systematycznych badań empirycznych nad postępowaniem konsumentów na rynku. Pozwalają one bowiem na określenie rozmiarów i struktury popytu oraz poznanie opinii turystów, dotyczących już wybranych i zakupionych produktów, a w efekcie lepsze dostosowanie oferty do pragnień i preferencji docelowych grup klientów [Strzembicki, 2005].

## 2. Materiał i metoda

W opracowaniu przedstawiono wybrane wskaźniki, charakteryzujące nabywców usług turystycznych świadczonych przez gospodarstwa wiejskie usytuowane w podregionie chełmsko-zamojskim. Materiał empiryczny stanowiły wyniki badań ankietowych, przeprowadzonych w latach 2001-2003 oraz 2005-2006 w gospodarstwach usytuowanych na terenie pięciu gmin: Dubienka, Krasnobród, Skierbieszów, Susiec i Zwierzyniec<sup>3</sup>. Celem przeprowadzonych badań było okre-

<sup>2</sup> Zależą one od wielu czynników, m.in. wieku, płci, sprawności fizycznej, wykształcenia i związanych z tym upodobań.

<sup>3</sup> W roku 2001 badania przeprowadzono w 15 gospodarstwach, z których otrzymano 99 poprawnie wypełnionych ankiet, w 2002 r. w 12 gospodarstwach – 81 ankiet, w 2003 r. w 10 gospodarstwach – 115 ankiet, w 2005 r. – w 5 gospodarstwach - 66 ankiet, w 2006 r. w 6 gospodarstwach - 79 ankiet.

ślenie cech nabywców usług turystycznych w oparciu o kryteria społeczno-ekonomiczne i demograficzne oraz rozpoznanie ich potrzeb, motywacji i zachowań w zakresie wypoczynku na obszarach wiejskich.

### 3. Charakterystyka rejonu badań

Podregion chełmsko-zamojski położony jest w południowo-wschodniej części Polski (w woj. lubelskim), wzdłuż granicy z Ukrainą. Pozostałe granice wyznaczają: na południu – podregiony krośnieńsko-przemyski i rzeszowsko-tarnobrzeski (woj. podkarpackie), na zachodzie – lubelski, a na północy – białkopodlaski (oba woj. lubelskie). W tak określonych granicach administracyjnych znajduje się obszar 9 290 km<sup>2</sup> (około 3,0% powierzchni kraju)<sup>4</sup>, charakteryzujący się niską gęstością zaludnienia (72 osoby/km<sup>2</sup>)<sup>5</sup> oraz najniższym w Polsce poziomem zurbanizowania. Spośród 663,1 tys. zamieszkujących go osób, aż 62,7% stanowią mieszkańcy wsi [Rocznik Statystyczny, 2004]. Ich głównym źródłem utrzymania jest praca w rolnictwie. Udział pracujących łącznie w rolnictwie, łowiectwie, leśnictwie, rybołówstwie i rybactwie jest dwuipółkrotnie wyższy niż w kraju. Powodem tego są bardzo słabo rozwinięte pozarolnicze działy gospodarki. W strukturze władania ziemią dominują gospodarstwa indywidualne, w posiadaniu których znajduje się 93,4 % użytków rolnych. Przeciętna powierzchnia użytków rolnych przypadająca na gospodarstwo rolne w 2002 r. wynosiła 5,32 ha i była niższa o 0,44 ha od średniej dla Polski. Przy uwzględnieniu tylko gospodarstw powyżej 1 ha, przeciętna powierzchnia wprawdzie wzrasta do 7,19 ha, ale jest niższa od analogicznej wielkości dla kraju o 1,25 ha. Wielkości te wskazują na znaczne rozdrobnienie, co przy uciążliwej szachownicy pól, występującej szczególnie na Rostoczu i Wyżynie Lubelskiej, wpływa niekorzystnie na osiągnięte wyniki produkcyjno-ekonomiczne [Użytkowanie gruntów, 2003].

Badany region jest usytuowany na obszarze pięciu makroregionów fizjograficznych oraz kilkunastu mezoregionów, zróżnicowanych pod względem rzeźby terenu, krajobrazu i roślinności<sup>6</sup>. W znacznym stopniu ma charakter wyżynny. Prawie 23% jego ogólnej powierzchni zajmują obszary chronione. Znajdują się tu Rostoczański Park Narodowy, liczne parki krajobrazowe: Chełmski, Krasno-

<sup>4</sup> W strukturze użytkowania gruntów w 2002 r. dominującą pozycję stanowiły użytki rolne. Ich udział wynosił 64,8% i był o 2,0 p.p. wyższy niż w woj. lubelskim, a o 10,8 p.p. od średniej krajowej.

<sup>5</sup> Niższą nie tylko od średniej krajowej (122 osoby/km<sup>2</sup>), ale także wojewódzkiej (87 osób/km<sup>2</sup>).

<sup>6</sup> Północno-zachodnia część położona jest na Wyżynie Lubelskiej (Pagóry Chełmskie, Działy Grabowieckie, Wyniosłość Giełczewska, Padół Zamojski), wschodnia częściowo na Wyżynie Wołyńskiej (Grzędy Horodelska i Sokalska), natomiast południowa na Rostoczu. Ponadto w granicach tak określonego rejonu znajdują się niewielkie obszary Kotliny Sandomierskiej (Równina Biłgorajska, Płaskowyż Tarnogrodzki) oraz Polesia Wołyńskiego (Obniżenia Dorohuskie i Dubienki, Kotlina Hrubieszowska oraz Pobuże) [Dylikowa, 1973].

brodzki, Południoworoztoczański, Puszczy Solskiej, Skierbieszowski, Strzelecki, Szczepreszyński oraz obszary chronionego krajobrazu: Chełmski, Grabowiecko-Strzelecki, Pawłowski, Dołhobyczowski i Nadbużański [Pęczek, 1999].

Podregion chełmsko-zamojski posiada dużą wartość turystyczno-krajobrazową oraz bogatą przeszłość historyczną.

#### 4. Charakterystyka nabywców usług turystycznych

Wśród osób, które zgodziły się na wzięcie udziału w badaniach i wypełniły kwestionariusze ankiet, dominowały kobiety. Wprawdzie struktura respondentów w poszczególnych latach była zróżnicowana, ale w każdym badanym roku udział kobiet przekraczał 50%. Najwyższy ich odsetek zanotowano w 2005 r. (tabela 1). Podkreślić należy, że struktura respondentów według płci nie musi pokrywać się z odpowiednią strukturą pozostałych osób dorosłych, które wspólnie z respondentami wypoczywały w badanych gospodarstwach.

Tabela 1

Struktura respondentów według płci

Lata	Struktura respondentów według płci (%)		
	kobiety	mężczyźni	razem
2001	60,0	40,0	100,0
2002	55,0	45,0	100,0
2003	56,0	44,0	100,0
2005	71,0	29,0	100,0
2006	58,0	42,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Jedną z cech różnicujących wymagania nabywców usług turystycznych względem ofert spędzania czasu wolnego jest wiek. W przypadku badanych turystów był on zróżnicowany w poszczególnych latach. W roku 2001 dominowały osoby w wieku 41-50 lat, które stanowiły 35% wszystkich respondentów. Drugą pod względem liczebności grupę stanowiły osoby w wieku 31-40 lat. Łącznie w tych dwu grupach wiekowych znajdowało się 60% wszystkich badanych. W roku 2002 najliczniej reprezentowana była grupa w wieku 51-60 lat (33%) oraz 31-40 lat (25% ankietowanych). Odmienna sytuacja miała miejsce w roku 2003 i 2005, w których najwyższy odsetek stanowiły osoby najmłodsze - w wieku 20-30 lat (odpowiednio 42 i 38%). W roku 2006 ich udział spadł, ale w dalszym ciągu utrzymywał się na dość wysokim poziomie (23%) (tabela 2). Pozytywnym zjawiskiem jest znaczne zainteresowanie tą formą wypoczynku ze strony turystów z najniższej grupy wiekowej. Uwzględniając deklaracje respondentów o chęci pobytu na wsi również w następnych sezonach, można przyjąć, że w najbliższej przyszłości będą oni stanowić stałą grupę nabywców usług agroturystycznych.

Tabela 2

Struktura wypożyczających w badanych gospodarstwach według wieku (%)

Grupy wiekowe (lat)	Odsetek wypożyczających w badanych gospodarstwach w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
20-30	15,0	16,0	42,0	38,0	23,0
31-40	25,0	25,0	33,0	32,0	28,0
41-50	35,0	16,0	13,0	13,0	19,0
51-60	15,0	33,0	6,0	9,0	19,0
powyżej 60	10,0	10,0	6,0	8,0	11,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Turyści wypożyczający w gospodarstwach wiejskich zostali też poproszeni o wskazanie własnej aktywności zawodowej. W badanej populacji zdecydowanie największy udział mieli pracownicy umysłowi<sup>7</sup>. Stanowili oni w poszczególnych latach od 30 do 41% wypożyczających (tabela 3). Na drugim miejscu pod względem liczebności znaleźli się: w roku 2001 i 2002 emeryci i renciści (odpowiednio 20% i 30%), w roku 2003 przedsiębiorcy (14%) oraz przedstawiciele kadry kierowniczej (13%), w 2005 kadra kierownicza, a w 2006 taki sam udział, jak kadra kierownicza mieli emeryci i renciści.

Tabela 3

Struktura wypożyczających w badanych gospodarstwach według wykonywanego zawodu (%)

Rodzaj wykonywanego zawodu	Odsetek wypożyczających w badanych gospodarstwach w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
Pracownicy umysłowi	40,0	38,0	30,0	41,0	36,0
Robotnicy	5,0	3,0	9,0	4,0	0,0
Kadra kierownicza	10,0	8,0	13,0	15,0	14,0
Emeryci i renciści	20,0	30,0	6,0	6,0	14,0
Przedsiębiorcy	0,0	0,0	14,0	8,0	6,0
Osoby prowadzące dom	10,0	7,0	5,0	6,0	13,0
Wolne zawody	15,0	9,0	12,0	8,0	6,0
Studenci	0,0	5,0	11,0	12,0	11,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

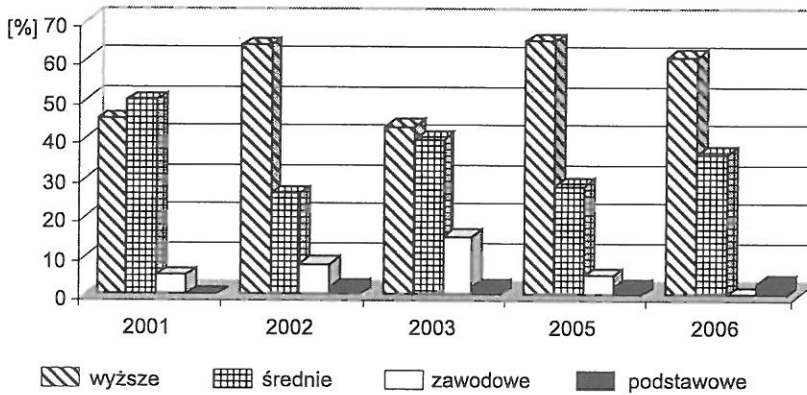
<sup>7</sup> Podobne wyniki uzyskali Strzembicki [1999] oraz Zarębski [2006]. W populacjach badanych przez tych autorów również dominowali pracownicy umysłowi, którzy stanowili odpowiednio około 42 i 38%.

Zdecydowana większość respondentów we wszystkich badanych latach posiadała wykształcenie średnie lub wyższe. Od 2002 r. dominującą grupę stanowiły osoby z wykształceniem wyższym. Najmniej wśród wypoczywających w gospodarstwach wiejskich było osób z wykształceniem podstawowym (rysunek 1).

Kolejnym elementem, uwzględnionym w charakterystyce nabywców usług turystycznych, była ocena własnej sytuacji materialnej. W roku 2001, 2003, 2005 i 2006 najwięcej respondentów (odpowiednio 45, 47, 36 i 53%) oceniło ją jako dobrą. W 2002 r. takiej oceny dokonało mniej niż 1/4 badanych. Ponad 60% turystów określiło swoją sytuację materialną jako zadowalającą (tabela 4).

Rysunek 1

Struktura badanych nabywców usług turystycznych według poziomu wykształcenia



Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Tabela 4

Ocena własnej sytuacji materialnej badanych nabywców usług turystycznych

Ocena	Odsetek wskazań respondentów w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
Bardzo dobra	10,0	10,0	8,0	11,0	8,0
Dobra	45,0	23,0	47,0	36,0	53,0
Zadowalająca	30,0	62,0	27,0	35,0	28,0
Dostateczna	15,0	5,0	18,0	12,0	8,0
Zła	0,0	0,0	0,0	6,0	3,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wyniki przeprowadzonych badań potwierdziły wcześniejsze hipotezy, że podstawową grupą nabywców usług turystycznych świadczonych przez gospodarstwa wiejskie są mieszkańcy dużych aglomeracji [Strzembicki, 1997]. W całym bada-

nym okresie ponad połowa respondentów pochodziła z miast liczących powyżej 50 tys. mieszkańców, a około jedna trzecia z miast 30-40 tysięcznych. Wśród wypoczywających najwięcej było mieszkańców województw: lubelskiego i mazowieckiego, a także podkarpackiego, małopolskiego i śląskiego.

## 5. Zachowania nabywców usług turystycznych

Jako główny powód zainteresowania wypoczynkiem na wsi w roku 2001, 2003 i 2006 najczęściej badanych (odpowiednio 65, 25 i 67%) wskazało możliwość przebywania w naturalnym środowisku wiejskim<sup>8</sup>, a w roku 2002 i 2005 chęć spędzenia urlopu w ulubionym krajobrazie. Innym, często wymienianym czynnikiem, były walory zdrowotne terenów wiejskich (tabela 5).

Tabela 5

### Główne powody zainteresowania wypoczynkiem na obszarach wiejskich

Wyszczególnienie	Odsetek wskazań respondentów w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
Możliwość spokojnego wypoczynku w naturalnym wiejskim środowisku	65,0	25,0	25,0	21,0	67,0
Walory zdrowotne terenów wiejskich	35,0	13,0	18,0	5,0	9,0
Możliwość kontaktu z rodziną wiejską	0,0	13,0	14,0	10,0	3,0
Ulubiony krajobraz	0,0	37,0	17,0	28,0	10,0
Zmiana sposobu wypoczynku	0,0	6,0	14,0	9,0	3,0
Zwyczaje, tradycja i kultura ludowa	0,0	6,0	12,0	24,0	0,0
Możliwość realizacji zainteresowań hobbyistycznych	0,0	0,0	0,0	3,0	8,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wybierając konkretną ofertę turystyczną respondenci uwzględniali przede wszystkim walory regionu. Tak wskazało najczęściej badanych we wszystkich latach. Kolejnym czynnikiem, mającym wpływ na decyzje o wyborze oferty, okazały się pozytywne doświadczenia z poprzednich pobytów na wsi. Ten powód był istotny dla średnio co piątego badanego (tabela 6).

<sup>8</sup> Wśród badanych przez Zarębskiego [2006], jako najbardziej istotną przesłankę podjęcia decyzji o wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym, aż 82% respondentów wskazało pragnienie zaznania ciszy i spokoju.

Tabela 6

**Czynniki decydujące o wyborze oferty turystycznej**

Wyszczególnienie	Odsetek wskazań respondentów w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
Odległość i dogodność dojazdu	0,0	4,0	6,0	0,0	21,0
Walory regionu	56,0	40,0	48,0	70,0	44,0
Doświadczenia z poprzednich wyjazdów	26,0	24,0	20,0	22,0	21,0
Relatywnie korzystna cena	6,0	20,0	8,0	8,0	10,0
Możliwość wypoczynku z własnymi zwierzętami	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0
Standard obiektu	6,0	12,0	12,0	0,0	2,0
Możliwość poznania specyfiki gospodarstwa wiejskiego	6,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zapewnione wyżywienie	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najczęściej wskazywanym przez respondentów źródłem informacji o ofercie wypoczynku na wsi byli znajomi. Tak wypowiedziała się około połowa respondentów w roku 2001, 2003, 2005 i 2006 oraz jedna trzecia w roku 2002. Ważnym źródłem informacji w opinii badanych okazały się również ulotki, katalogi, foldery, a także Internet (tabela 7).

Tabela 7

**Źródła informacji o ofercie turystycznej**

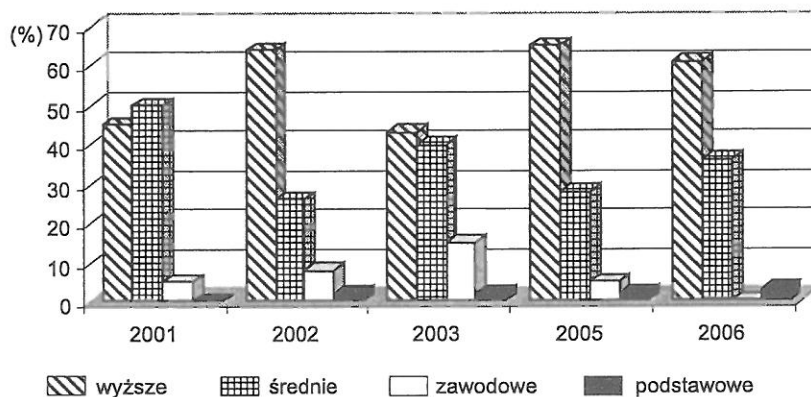
Wyszczególnienie	Odsetek wskazań respondentów w poszczególnych latach				
	2001	2002	2003	2005	2006
Prasa	11,0	4,0	5,0	6,0	8,0
Targi, giełdy turystyczne	11,0	14,0	6,0	1,0	14,0
Telewizja	11,0	5,0	4,0	0,0	3,0
Punkt informacji turystycz.	0,0	12,0	5,0	3,0	6,0
Znajomi	50,0	32,0	49,0	53,0	44,0
Internet	0,0	24,0	9,0	29,0	17,0
Ulotki, katalogi, foldery	17,0	9,0	22,0	8,0	8,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Większość badanych nabywców usług turystycznych swój wolny czas spędzała w gospodarstwie wiejskim po raz kolejny. Deklarowała też chęć ponownego skorzystania z tego typu oferty (rysunek 2).

Rysunek 2

## Plany ponownego pobytu wypoczynkowego w gospodarstwie wiejskim



Źródło: Obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

## 6. Podsumowanie

Wyniki zaprezentowanych badań nie są reprezentatywne dla całego rynku usług turystycznych świadczonych przez gospodarstwa wiejskie, ale pozwalają wskazać pewne tendencje występujące w tym obszarze. Mimo znacznego zróżnicowania zgromadzonych danych w poszczególnych latach, na ich podstawie można wnioskować, że istnieje znaczna grupa osób wykazujących zainteresowanie tego typu wypoczynkiem. Urlop na wsi spędzają (i chcą spędzać) przede wszystkim mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich, głównie pracownicy umysłowi, a także emeryci i renciści. Są to osoby legitymujące się przynajmniej średnim wykształceniem, pozytywnie oceniające swój status materialny.

W badanym okresie znaczny i najbardziej stabilny (około 25-30% w każdym badanym roku) udział w tej formie wypoczynku wykazywały osoby z grupy wiekowej 31-40 lat. Zjawiskiem ważnym z punktu widzenia rozwoju agroturystyki w przyszłości może być rosnące zainteresowanie pobytem w gospodarstwie wiejskim ze strony turystów z najniższej grupy wiekowej (20-30 lat). Zachęcenie korzystnymi ofertami, dostosowanymi do ich oczekiwań, mogą stać się stałymi nabywcami tego typu usług.

Osoby preferujące ten rodzaj turystyki poszukują głównie możliwości spokojnego wypoczynku w naturalnym środowisku oraz wykazują chęć przebywania w ulubionym krajobrazie. Przy wyborze konkretnej oferty turystycznej kierują się przede wszystkim walorami regionu.

Przeprowadzone badania wskazują, że najkorzystniejsze warunki do rozwoju agroturystyki posiadają rejony dysponujące naturalnym środowiskiem przyrodniczym, atrakcyjne krajobrazowo, których mieszkańcy, podejmując próbę przyciągnięcia uwagi turystów, potrafią wyrazić i pielęgnować specyfikę swojego regionu wraz z całym bogactwem jego tradycji kulturowej.

Największe nadzieje należy więc wiązać z jednym z najcenniejszych zasobów wsi - środowiskiem przyrodniczo-kulturowym, które umożliwi przetrwanie i budowanie jej przyszłości nie ze względu na to, że stanowi podstawę działalności rolniczej, ale przede wszystkim dlatego, że we współczesnym świecie szczególnie miejsce przypisuje się szeroko rozumianej rekreacji. Wieś jest powszechnie uznawana za enklawę ciszy i spokoju, w której ostały się pewne szczególne wartości humanistyczne, potrzebne ludziom coraz bardziej tęskniącym za naturą. Dlatego też stworzenie możliwości zaspokajania takich potrzeb w sposób rozważny - przynoszący wymierne korzyści zarówno mieszkańcom wsi, jak i turystom, oraz wzmacniający miejscowe zasoby przyrody i kultury, staje się istotną częścią składową każdej całościowej koncepcji rozwoju obszarów rustykalnych. Środowiska wiejskie, podejmując próbę przyciągnięcia uwagi turystów, muszą jednak umieć wyrazić i pielęgnować specyfikę swojego regionu wraz z całym bogactwem jego tradycji kulturowej.

#### LITERATURA

1. Bukraba-Rylska I. (1999): Lokalne zasoby kulturowe a rozwój agroturystyki (na przykładzie Białowieży). [w:] Dziedzictwo kulturowe polskiej wsi a turystyka wiejska. VII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne. Supraśl, 89-93.
2. Dylikowa A. (1973): Geografia Polski. Krainy geograficzne. Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych, Warszawa.
3. Kurtyka I. (2006): Popyt na usługi agroturystyczne. Roczniki Naukowe SERiA, tom VIII, zeszyt 4, Warszawa-Poznań, 197- 200.
4. Pęczek T. i in. (1999): Program rozwoju wsi i rolnictwa dla województwa lubelskiego. Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego, Kielce.
5. Rocznik Statystyczny Województw. GUS 2004.
6. Strzembicki L. (1997): Badania marketingowe turystyki wiejskiej w Polsce w 1997 r. Charakterystyka nabywców usług turystycznych świadczonych przez gospodarstwa wiejskie (raport końcowy). Instytut Turystyki, Warszawa.
7. Strzembicki L. (1999): Zachowania nabywców usług turystyki wiejskiej w świetle badań ankietowych. [w:] Dziedzictwo kulturowe polskiej wsi a turystyka wiejska. VII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne. Supraśl, 51-64.
8. Strzembicki L. (2003): Marketing usług turystycznych. [w:] Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna. ARiMR, MRiRW, FAPA, Warszawa, 190-201.

9. Strzembicki L. (2005): Wypoczynek w gospodarstwach wiejskich w opinii turystów. [w:] Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów. Prace Naukowo-Dydaktyczne PWSZ w Krośnie. Krosno, 23-38.
10. Turystyka wiejska: Rozwój wiejskiej bazy noclegowej. Materiały szkoleniowe opracowane w ramach projektu TOURIN II, 2001. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Oddział w Krakowie.
11. Użytkowanie gruntów, powierzchnia zasiewów i pogłowie zwierząt gospodarskich w województwie lubelskim. Powszechny Spis Rolny 2002. Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2003.
12. Wiatrak A.P. (2000): Agroturystyka w Polsce – stan i możliwości rozwoju. Roczniki Naukowe SERiA, tom II, zeszyt 1, Warszawa-Poznań-Zamość, 36-40.
13. Wiatrak A.P. (2005): Turystyka wiejska w strategiach rozwoju regionalnego i lokalnego. [w:] Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów. Prace Naukowo-Dydaktyczne PWSZ w Krośnie. Krosno, 161-174.
14. Zarębski M. (2006): Motywy wyboru usług agroturystycznych. Roczniki Naukowe SERiA, tom VIII, zeszyt 4, Warszawa-Poznań, 390-394.

BARBARA GRADZIUK

CHARAKTERYSTYKA NABYWCÓW USŁUG TURYSTYCZNYCH ŚWIADCZONYCH PRZEZ GOSPODARSTWA WIEJSKIE USYTUOWANE W PODREGIONIE CHEŁMSKO-ZAMOJSKIM

#### STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono wybrane wskaźniki, charakteryzujące nabywców usług turystycznych świadczonych przez gospodarstwa wiejskie usytuowane w podregionie chełmsko-zamojskim. Z przeprowadzonych badań wynika, że urlop na wsi spędzają (i chcą spędzać) przede wszystkim mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich, głównie pracownicy umysłowi, a także emeryci i renciści. Są to osoby legitymujące się przynajmniej średnim wykształceniem, pozytywnie oceniające swój status materialny. Preferujący ten rodzaj turystyki poszukują głównie możliwości spokojnego wypoczynku w naturalnym środowisku oraz wykazują chęć przebywania w ulubionym krajobrazie. Przy wyborze konkretnej oferty turystycznej kierują się przede wszystkim walorami regionu. Najkorzystniejsze warunki do rozwoju agroturystyki posiadają więc rejony dysponujące naturalnym środowiskiem przyrodniczym, atrakcyjne krajobrazowo, których mieszkańcy, podejmując próbę przyciągnięcia uwagi turystów, potrafią wyrazić i pielęgnować specyfikę swojego regionu wraz z całym bogactwem jego tradycji kulturowej.

BARBARA GRADZIUK

THE PROFILE OF TOURISTS SPENDING THEIR HOLIDAYS SITUATED IN RURAL HOLDINGS IN CHEŁMSKO-ZAMOJSKIE SUB-REGION

SUMMARY

The article presents indicators which characterize consumers who choose rural households in Chełmsko-Zamojskie sub-region as a place of spending their holidays. The results of research show that people who spend (and are willing to spend) their vacation at rural areas are inhabitants of agglomerations, mainly white-collar workers as well as pensioners. These people are well-educated (graduated from at least secondary school) and positively perceive their financial situation. Those who choose rural tourism prefer to spend their leisure time in natural environment and are willing to stay in their favorite landscape. Choosing particular tourist offer they take into consideration mainly virtues of the region. It means that the best conditions for tourist development have regions with attractive landscape, inhabitants of which are engaged in attracting tourist attention and are able to express and look for character of their region together with its cultural tradition.