

prof. UJK dr hab. Ewa Nowak
mgr Izabela Korab

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Zakład Badań Regionalnych i Gospodarki Przestrzennej

Produkt turystyki wiejskiej i agroturystyki w Górach Świętokrzyskich

WPROWADZENIE I UWAGI METODYCZNE

Gospodarstwo rolne stanowi mikrosystem społeczno-ekonomiczny, organizuje i realizuje proces produkcji, konsumpcji i wymiany. Można je traktować jako specyficzne mikro-przedsiębiorstwo. Wśród wiejskich gospodarstw domowych szczególne miejsce zajmują gospodarstwa domowe rolników. Cechą odróżniającą te gospodarstwa domowe od pozostałych jest ich ścisły związek z gospodarstwem rolnym. Gospodarstwa domowe rolników definiuje się jako te gospodarstwa, których wyłącznym lub głównym źródłem utrzymania jest dochód z użytkowanego gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie [*Budżety Gospodarstw Domowych*, 2001]. Świadczenie usług turystycznych w czynnym gospodarstwie rolnym¹ polega na wytwarzaniu produktów turystycznych, a działalność ta zwie się agroturystyką. Według Wojciechowskiej [2009, s. 80] produkt agroturystyczny to produkt turystyczny oferowany przez czynne gospodarstwo rolne, oparty na składnikach materialnych (infrastruktura i rodzaj usług) oraz niematerialnych (jakość usług, gościnność, całościowy wizerunek miejsca), odnoszących się do możliwości spędzania czasu wolnego w tym gospodarstwie, a także w jego bliższym i dalszym otoczeniu. Jest więc dobrem produkowanym, organizowanym celowo w czynnym gospodarstwie rolnym. Daje wymierne oraz niewymierne korzyści. Jest częścią oferty (agro)turystycznej. Wiejski produkt turystyczny obejmuje udzielanie noclegu, wyżywienie, dostępność do przestrzeni rekreacyjnej, przyrodniczej, usługi przewodnickie, kontakt ze zwierzętami gospodarskimi, naukę robienia przetworów domowych i rzemiosła ludowego, zbieranie i przetwarzanie owoców runa leśnego i inne atrakcje. Jak wykazały badania [Nowak, Lasek, Pęczkowski, 2003] rdzeniem produktu agroturystycznego jest „udany szczęśliwy urlop”, który ma być zdeterminowany gościnnością

¹ Ułatwieniem dla rolników prowadzących działalność agroturystyczną jest fakt, że nie płacą oni podatku dochodowego od osób fizycznych. Wolne od podatku są dochody z tytułu wynajmu pokoi gościnnych w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwie rolnym, oraz dochody z tytułu wyżywienia tych osób, jeśli liczba pokoi nie przekracza pięciu.

oraz atrakcyjnością środowiska przyrodniczego, kulturowego czy jego zagospodarowaniem. Konsumując produkt agroturystyczny turysta doświadcza przeżyć odmiennych od codzienności, w której żyje.

Artykuł zawiera wyniki badań dotyczące charakterystyki gospodarstw agroturystycznych Gór Świętokrzyskich i sposobu, w jaki przekształcają one potencjał przyrodniczy w autentyczny produkt turystyczny, który znajduje nabywców, dobrze się sprzedaje, obejmuje więc aspekt podażowy agroturystyki. Celem badania było opisanie sylwetki kwaterodawcy, profilu gospodarstw agroturystycznych pod kątem specjalizacji w obsłudze ruchu turystycznego i rozpoznanie obecnych i potencjalnych produktów agroturystycznych oferowanych przez kwaterodawców w Górach Świętokrzyskich.

Przedstawienie i ocena kluczowych problemów wiejskich usługodawców i twórców produktów agroturystycznych zostało oparte na sondażach kwestionariuszowych i wywiadach prowadzonych w terenie Gór Świętokrzyskich w okresie od czerwca do października 2011 roku w 30 czynnych gospodarstwach rolnych. Zakres przestrzenny badań obejmuje siedem gmin wiejskich i jedną miejsko-wiejską – Bodzentyn. Analizie ankietowej poddane zostały gospodarstwa znajdujące się w północnej części Gór Świętokrzyskich. Wybór gmin zależał w dużej mierze od przynależności do działających w regionie stowarzyszeń. Badanie ankietowe objęło dwadzieścia jeden sołectw, w których prowadzona jest działalność agroturystyczna.

MIEJSCE AGROTURYSTYKI W STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

Powstawanie gospodarstw agroturystycznych w Górach Świętokrzyskich wynika z uzupełniających się własności lokalizacyjnych. Są to głównie warunki naturalne i czynniki lokalizacji instytucjonalne oraz behawioralne. Do czynników instytucjonalnych zaliczymy dokument *Strategię Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006–2013* [Majewska i in., 2006], w której opisano potencjalny produkt agroturystyczny, który określono hasłem „Swojskie klimaty”. Program ten zakłada utworzenie „wiosek turystycznych”, ma powstać sieciowy produkt, w ramach którego gospodarstwa agroturystyczne będą współpracować w celu stworzenia wspólnych atrakcji dla turysty.

Baza danych dotycząca liczby gospodarstw agroturystycznych i ich oferty agroturystycznej jest opracowywana przez Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego do wydawanego corocznie informatora. Natomiast Świętokrzyski Ośrodek Doradztwa Rolniczego z Modliszewic publikuje dane na temat prowadzonej działalności agroturystycznej na terenie województwa świętokrzyskiego. Z oficjalnych statystyk wynika, że w latach 2006–2011 liczba

gospodarstw agroturystycznych wahała się od 340 do ponad 400 z ofertą noclegową od 2700 do 2900 miejsc. Największa ich liczba jest zlokalizowana na terenie Gór Świętokrzyskich. Oferta gospodarstw agroturystycznych jest jednym z elementów szeroko rozumianej atrakcyjności turystycznej regionu. Realizacja zadań zapisanych w strategii rozwoju turystyki w aspekcie zarządczym realizowana jest przez Regionalną Organizację Turystyczną (ROT) oraz Lokalne Grupy Działania. Pierwszym stowarzyszeniem, które w swoich zadaniach statutowych postanowiło wspierać rozwój agroturystyki był Związek Gmin Gór Świętokrzyskich, który powstał w 1996 roku. Obecnie w skład związku wchodzi 10 gmin, o trzy więcej niż w chwili jego założenia. Cechą wspólną tych gmin jest lokalizacja w otulinie Świętokrzyskiego Parku Narodowego. Stowarzyszenie „Lokalna Grupa Działania – Wokół Łysej Góry” skupia około 130 osób fizycznych i 20 osób prawnych, w tym 7 gmin członkowskich. W województwie świętokrzyskim zarejestrowanych jest 17 Stowarzyszeń Turystyczno-Agroturystycznych. Na terenie Gór Świętokrzyskich są to: Świętokrzyskie Stowarzyszenie Agroturystyczne „Łysogóry” (gminy Trzcianka, Nowa Słupia), Świętokrzyskie Stowarzyszenie Agroturystyczne „W Krainie Latających Czarownic” (Ciekoty, gm. Masłów), Stowarzyszenie Agroturystyczne „Żeremie” (Podmarzysz, gm. Dalezycze), Agroturystyczne Stowarzyszenie Gospodarstw Gościnnych i Ekologicznych „Cis” (Brudzów–Lipie, gm. Morawica), Stowarzyszenie Gospodarstw Gościnnych i Ekologicznych „Wierzbia Drugnia” (siedziba w Urzędzie Gminy Pierzchnicy), Stowarzyszenie Agroturystyczne „Wierna Rzeka” (siedziba w Gminnym Ośrodku Kultury Piekoszów).

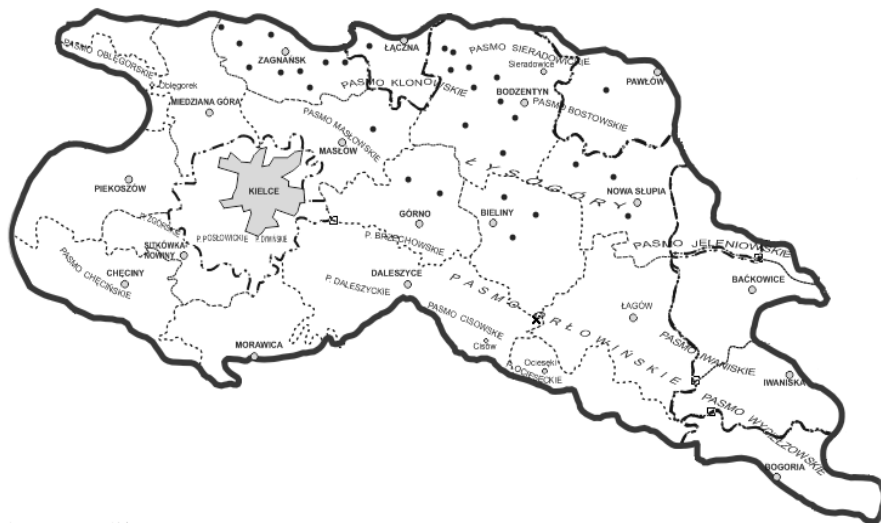
POŁOŻENIE I CECHY CHARAKTERYSTYCZNE OBSZARU BADAŃ

Badania ankietowe objęły gospodarstwa agroturystyczne gmin położonych w granicach pasm Gór Świętokrzyskich. Kilku autorów podejmowało się określenia granic Gór Świętokrzyskich. Autorem podziału regionalnego Polski jest profesor Jerzy Kondracki [2011]. Góry Świętokrzyskie są jednostką rangi mezoregion i obejmują powierzchnię 1680 km². Góry Świętokrzyskie mają swoisty krajobraz niskich gór. W klasyfikacji typologicznej zaliczane są do klas wyżyn, w których wyraźnie wyróżniają się dwa typy krajobrazów na podłożu krzemionkowym i węglanowym. Ponadto występują krajobrazy równin lessowych, równin gliniastych i piaszczystych oraz krajobrazy wilgotnych zagłębień i dolin rzecznych [Nowak, 2006].

W epoce żelaza w Górach Świętokrzyskich w piecach dymarkach wytapiano łupki żelaza. W czasie corocznej imprezy plenerowej Dymarki Świętokrzyskie, opartej na tradycjach i przekazach historycznych, turyści poznają

zasady pracy pieca dymarskiego. Jest to już markowy produkt turystyczny, który przyciąga w Góry Świętokrzyskie do Nowej Słupi turystów z całej Polski.

Współczesny krajobraz świętokrzyski podlega rygorom ochrony, co ma znaczenie w zagospodarowaniu i intensywności prowadzenia gospodarki rolnej oraz przyjętej strategii wielofunkcyjnego rozwoju. W granicach mezoregionu Góry Świętokrzyskie wydzielono cztery obszary funkcjonalne. Są to parki krajobrazowe: Suchedniowsko-Obłęgarski, Sieradowicki, Jeleniowski i Cisowako-Orłowski.



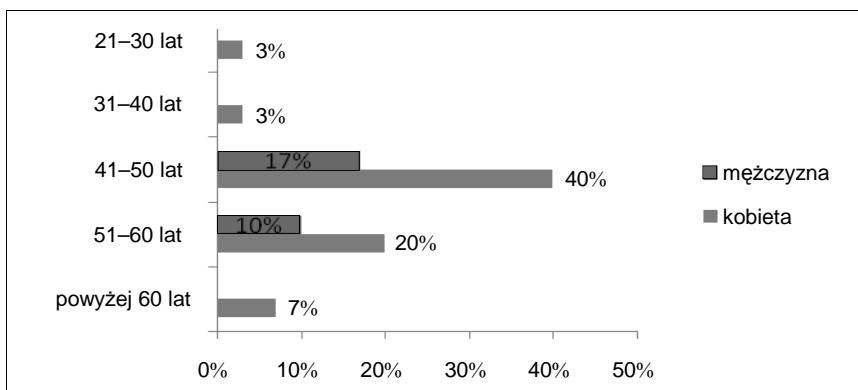
Rysunek 1. Lokalizacja badanych gospodarstw w mezoregionie Góry Świętokrzyskie

Źródło: opracowanie własne.

Warunki przyrodnicze panujące w Górach Świętokrzyskich i postępujący rozwój gospodarki wielofunkcyjnej powodują powstawanie nowych kierunków przedsiębiorczości na tych obszarach, także turystyki wiejskiej i agroturystyki.

WYNIKI BADAŃ

Czynnik ludzki pełni bardzo ważną rolę w prowadzeniu działalności turystycznej. Ludzie, ich kompetencje i gościnność, to jeden z ważnych elementów oferty turystycznej. Bardzo ważna jest akceptacja turystów przez wszystkich członków rodziny właściciela gospodarstwa agroturystycznego, ponieważ trudno byłoby rozpocząć biznes turystyczny, podczas gdy ktoś z rodziny przybiera niechętną postawę wobec przybywających gości.

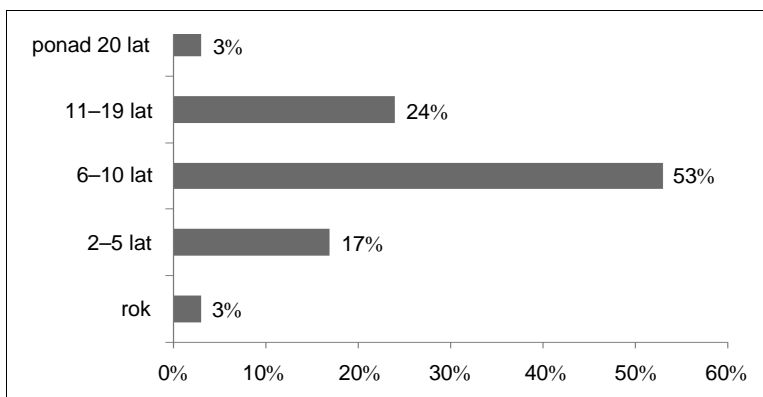


Rysunek 2. Respondenci według wieku i płci w (%)

Źródło: opracowanie własne.

Wśród ankietowanych respondentów przeważały zdecydowanie kobiety 73%. Najwięcej ankietowanych było w wieku 41–50 lat – 57% (40% kobiet i 17% mężczyzn). Osoby, które ukończyły 50 lat stanowiły 37% ankietowanych. W zdecydowanej większości właściciele gospodarstw agroturystycznych są w związkach małżeńskich, aż 97%), pozostałe 3% respondentów to osoby samotne, owdowiałe. Z badań wynika, że 80% kwaterodawców zamieszkuje obszary wiejskie, natomiast 20% ankietowanych wskazało miasto Bodzentyn, jako miejsce swojego zamieszkania. Powierzchnia badanych gospodarstw rolnych nie przekraczała 5 ha.

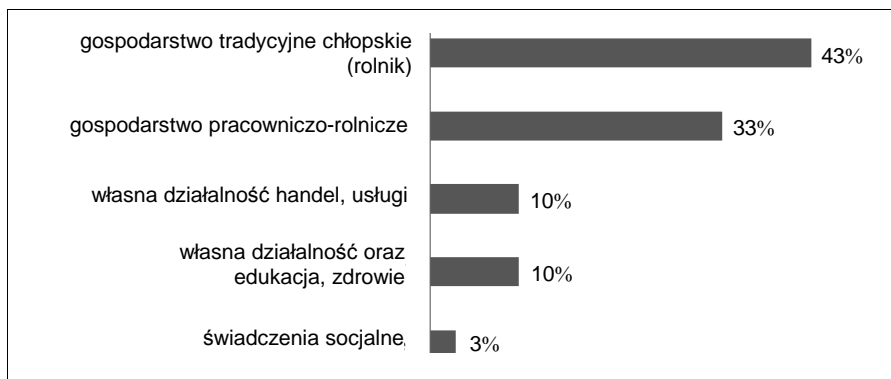
Większość ankietowanych miała wykształcenie średnie – 70%. Kobiety miały zdecydowanie wyższe wykształcenie od mężczyzn, 10% miało wyższe, w tym 3% tytuł magistra.



Rysunek 3. Deklarowany czas prowadzenia działalności agroturystycznej w (%)

Źródło: opracowanie własne.

Ponad połowa ankieterowanych (53%) prowadziła swoje gospodarstwo od ponad 6 lat, a jedynie 3% od roku. Właściciele gospodarstw w 27% posiadają doświadczenie w prowadzeniu gospodarstwa agroturystycznego przekraczające 10 lat.



Rysunek 4. Typ gospodarstwa rolnego i rodzaj wykonywanego zajęcia w (%)

Źródło: opracowanie własne.

Analizując rodzaj wykonywanego zajęcia właściciele gospodarstw agroturystycznych w regionie świętokrzyskim stwierdzamy, że dominuje doświadczenie rolnicze (76%). Odnotowano też kwaterodawców prowadzących własną działalność gospodarczą, stanowią oni 20% respondentów. Najmniejszy udział procentowy mają osoby zajmujące inne stanowiska pracy.



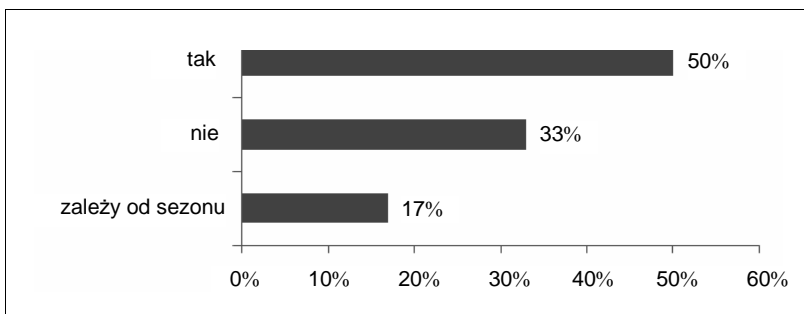
Rysunek 5. Motywy i źródła inspiracji do podjęcia działalności agroturystycznej w (%)

Źródło: opracowanie własne.

Duże znaczenie dla efektywnego prowadzenia działalności agroturystycznej (i każdej innej związanej z ludźmi) ma nastawienie do pracy. Ta cecha została przeanalizowana na podstawie dwóch pytań zadanych kwaterodawcom za po-

średnictwem kwestionariusza ankiety. Po pierwsze, zostali oni zapytani o to czy są w ogóle zadowoleni z obecności turystów w swojej okolicy. Odpowiedzi okazały się bardzo optymistyczne, otóż blisko 94% zapytanych odpowiada, że są zadowoleni. Pozostałe 6% respondentów odpowiedziało, że są zadowoleni tylko częściowo. Nie odnotowano odpowiedzi negatywnej, wskazującej na niezadowolenie z obecności turystów w regionie Gór Świętokrzyskich.

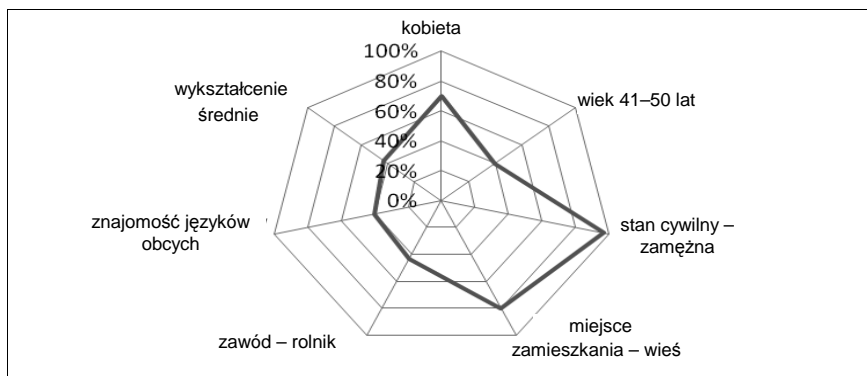
Kolejne pytanie dotyczyło motywów rozpoczęcia działalności agroturystycznej. Pytanie kwestionariuszowe miało charakter otwarty, dając kwaterodawcom możliwość swobodnej wypowiedzi. Udzielane odpowiedzi były różne, lecz wśród nich najczęściej powtarzany był motyw finansowy – 59%.



Rysunek 6. Satisfakcja ekonomiczna z udzielania usług agroturystycznych w (%)

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z badań, 50% ankietowanych uznało zyski z prowadzonej działalności jako zadowalające, a 17% uzależniło ich ocenę od sezonu. Turyści odwiedzili badane gospodarstwa w okresie letnim (100% odpowiedzi). Średnia długość pobytu to ponad tydzień.



Rysunek 7. Sylwetka kwaterodawcy świętokrzyskiego

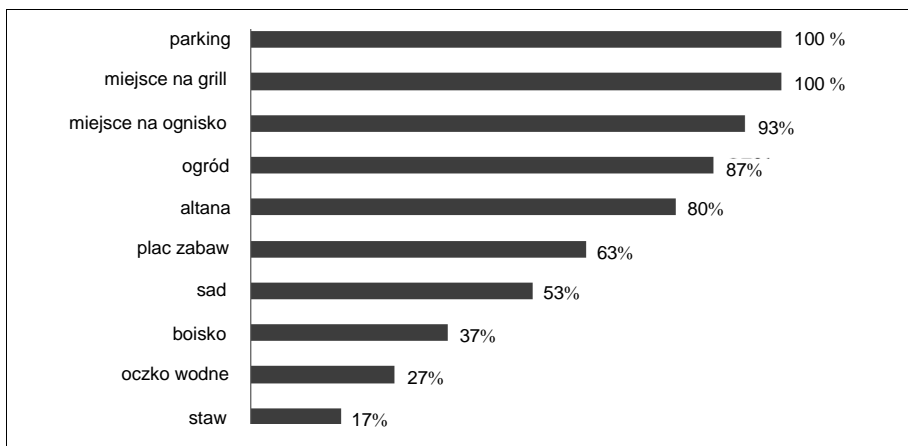
Źródło: opracowanie własne.

Ze zgromadzonych danych wynika, że statystycznym właścicielem gospodarstwa jest kobieta pracująca w gospodarstwie rolnym. Rozpoczęła ona działalność w miejscu swojego stałego zamieszkania, wykorzystując nadmiar powierzchni mieszkalnych i znaczną powierzchnię zagospodarowanej działki. Jak wynika z badań ankietowych właściciel świętokrzyskiego gospodarstwa agroturystycznego nie potrafi porozumiewać się w obcym języku, jednakże z rozmów z kwaterodawcami wynika, że nie ma kłopotu z porozumiewaniem z zagranicznymi gośćmi, ponieważ w rodzinie zawsze jest ktoś znający języki obce i potrafi porozumieć się z turystami.

Osoby prowadzące gospodarstwa agroturystyczne w Polsce to zwykle osoby w średnim wieku i mające średnie wykształcenie, zwykle pozarolnicze [Wojciechowska, 2009, s. 73]. Świętokrzyski kwaterodawca pasuje do tej ogólnopolskiej charakterystyki, ma wykształcenie średnie i doświadczenie rolnicze od ponad 6 lat.

OFERTA GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH

Tworzenie produktu agroturystycznego jest procesem dynamicznym i obejmuje kształtowanie oferty, czyli wybór najważniejszych elementów produktu i ciągłe dostosowanie oferty, czyli reagowanie na zmieniające się preferencje gości. Oferta agroturystyczna świętokrzyskich gospodarstw wciąż się rozwija. Poszerzenie oferty przez poszczególne gospodarstwa jest spowodowane przede wszystkim rosnącą konkurencją. Wyposażenie gospodarstwa ma coraz większe znaczenie dla współczesnego turysty.



Rysunek 8. Wyposażenie badanych gospodarstw w elementy infrastruktury rekreacyjnej w (%)

Gospodarstwa agroturystyczne z reguły posiadają parking i miejsce na grilla (100%) do dyspozycji gości (rys. 8). W większości oferowały również miejsce na ognisko (93%), ogród (87%), plac zabaw dla dzieci (63%) i boisko do gry (37%). Rzadziej turyści mogli odpoczywać nad stawem (17%).

W świętokrzyskim gospodarstwie agroturystycznym najczęściej znajduje się miejsce na grilla i ognisko, następnie ogród, nieco rzadziej oczko wodne czy staw. Kwaterodawcy planują zwiększenie liczby miejsc parkingowych. Turyści w większości przyjeżdżają do gospodarstw samochodami. Jak wynika z badań turyści przyjeżdżając w Góry Świętokrzyskie chcieliby aktywnie spędzić pobyt (60% badanych). Wzrasta zapotrzebowanie na sprzęt taki jak rowery, rolki, kije trekkingowe do uprawiania nordic walkingu w sezonie zimowym, narty zjazdowe, sanki i inne.



Rysunek 9. Atrakcje oferowane przez gospodarstwa agroturystyczne w (%)

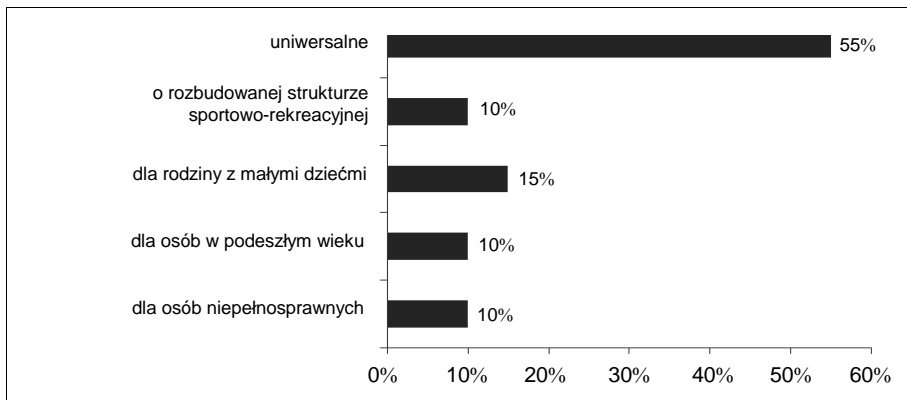
Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 10. Produkty żywnościowe, które można zakupić w gospodarstwie agroturystycznym

Źródło: opracowanie własne.

Większość gospodarstw (80%) oferowała pełne wyżywienie, jedynie 20% nie prowadziła wyżywienia. Taki udział deklarowanych usług żywieniowych uzupełniony był o możliwości zakupu warzyw i owoców (70%) mleka i przetworów (30%) oraz mięsa i przetworów (20%). Jak wynika z udzielonych odpowiedzi turyści wybierali produkty turystyki przyrodniczej czy ekoturystyki (77%) oraz aktywnej (60%). Kwaterodwcy zrozumieli, że należy doskonalić produkty kulinarne – 50% wskazywało na regionalne potrawy i domowe nalewki jako produkty budzące zainteresowanie.



Rysunek 11. Typy gospodarstw agroturystycznych w Górach Świętokrzyskich w (%)

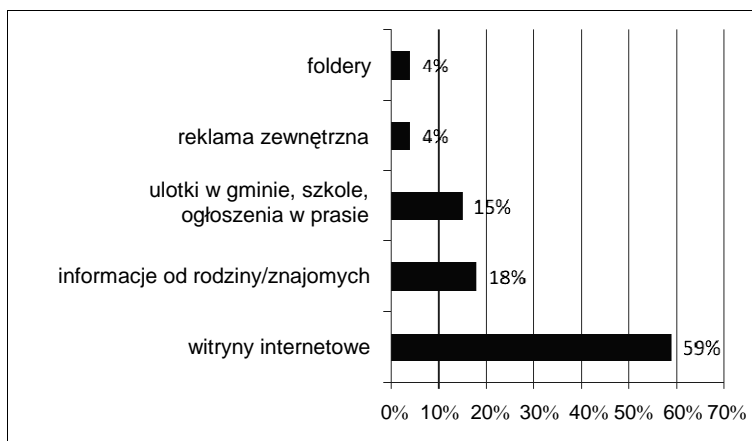
Źródło: opracowanie własne.

Według Jalinika [2005, s. 25] gospodarstwo uniwersalne powinno charakteryzować się tym, że na jego powierzchni uprawiane są rośliny zbożowe i okopowe, jest produkcja zwierzęca, miejsce do zabaw i gier i skanalizowany budynek mieszkalny z pokojami dla turystów. Gospodarstwo uniwersalne powinno posiadać wszystkie podstawowe urządzenia sportowo-rekreacyjne i wszelkie udogodnienia związane z pobytem gości.

Respondenci w większości określają swoje gospodarstwa jako uniwersalne, stanowią one aż 55% gospodarstw badanego obszaru, które oferują produkt turystyki wypoczynkowej. Poza uniwersalnymi gospodarstwami dosyć duży procent stanowią gospodarstwa dostosowane dla rodzin z małymi dziećmi, stanowią one 15% – oferują produkt turystyki wypoczynkowej dla rodzin z dziećmi. W tego typu gospodarstwach najistotniejsze jest stworzenie jak najlepszych warunków i atmosfery przyjaznej dzieciom i ich rodzicom. Kolejne trzy typy gospodarstw zostały wskazane taką samą ilością razy i każdy z nich stanowi odpowiednio po 10%. Są to gospodarstwa gotowe przyjąć osoby niepełnosprawne, co wiąże się ze szczególnym przygotowaniem budynku, pomieszczeń, wejść i atrakcji turystycznych oraz osób sprawujących nadzór. Deklarując możliwość przyjmowania osób z ograniczoną sprawnością ruchową, gospodarstwo musi być

wyposażone w podjazdy, poręcze, urządzenia komunikacji wewnętrznej, przyciski, wyłączniki, sygnalizację dźwiękową, ogólnodostępny telefon i wiele innych elementów niezbędnych dla bezpieczeństwa gości z tej grupy społecznej.

Dość wysoki procent właścicieli gospodarstw agroturystycznych korzysta z pomocy lokalnych grup działania. Okazuje się, że rzeczywiście stowarzyszenia cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem wśród właścicieli gospodarstw, którzy doceniają ich działalność. Aż 63% ankietowanych uważa, że przynależność do lokalnych grup działania i stowarzyszeń agroturystycznych przynosi wiele korzyści. Wśród najczęściej wymienianych jest promocja gospodarstwa oraz wzajemna wymiana doświadczeń między kwaterodawcami. Poza tym ankietowani zwrócili też uwagę na korzyści płynące bezpośrednio z działań tych stowarzyszeń, mianowicie organizowane przez nie kursy i szkolenia dają szansę właścicielom gospodarstw na podniesienie kwalifikacji w zakresie agroturystyki, a także umożliwiają wspólne staranie się kwaterodawców o dofinansowania z funduszy UE. Wśród wymienianych korzyści znalazło się także uczestnictwo w targach turystycznych, umożliwiające promocję swojego gospodarstwa na arenie krajowej, a nawet europejskiej. Jedynie 17% zapytanych odpowiedziało, że nie ma potrzeby przynależenia do takich stowarzyszeń, a 20% osób jest po prostu niezorientowanych.



Rysunek 12. Narzędzia promocji stosowane przez kwaterodawców w (%)

Źródło: opracowanie własne.

W sprzedaży produktów agroturystycznych szczególnego znaczenia nabiera promocja. Informuje ona klientów o zaletach oferowanego produktu, pomaga podjąć decyzje dotyczące jego zakupu. Jak wynika z badań w promocji najważniejsza jest rola Internetu. Witryny internetowe gospodarstw agroturystycznych są źródłem informacji o regionie. Umożliwiają poznanie oferty w dowolnym czasie i z dowolnego miejsca.

PODSUMOWANIE

Gospodarstwa agroturystyczne Gór Świętokrzyskich spełniają podstawowe funkcje konieczne do rozpoczęcia działalności agroturystycznej. Najbardziej atrakcyjne cechy krajobrazu Gór Świętokrzyskich: bliskość lasu, zbiornika wodnego i rzeki uatrakcyjniają ich lokalizację i ofertę. Najwięcej świętokrzyskich gospodarstw agroturystycznych oferuje usługi od 6 lat, przyjmuje gości przez cały rok i jest gospodarstwem uniwersalnym, dostosowanym do każdego rodzaju turystów. Oferta większości gospodarstw zapewnia czynny wypoczynek na obszarze wiejskim, z wykorzystaniem walorów krajobrazowych najbliższego otoczenia (las, zbiorniki wodne).

Świętokrzyski właściciel gospodarstwa rozpoczął działalność agroturystyczną w celu poprawy sytuacji finansowej swojej rodziny. Typowy kwaterodawca to zamężna kobieta w wieku około 45 lat, posiadająca średnie wykształcenie i na stałe zamieszkująca w miejscowości, w której rozpoczęła działalność agroturystyczną.

Badania ankietowe wykazały, że kwaterodawcy wykorzystują walory krajobrazu i specyfikę regionu świętokrzyskiego. Oferta agroturystyczna jest ciągle poszerzana. Właściciele mają plany dotyczące wzbogacenia oferty o zajęcia edukacyjne, edukacyjno-sportowe, nowe produkty kulinarne. Turysta jest coraz bardziej wymagający. Pragnie ciszy spokoju, możliwości podziwiania naturalnych krajobrazów, ale chciałby mieć dostęp do szerokopasmowego Internetu, telewizji satelitarnej. Najwyżej ocenianym elementem produktu agroturystycznego jest gościnność. Kwaterodawcy są zadowoleni z obecności turystów i otwarci dla nich – zawarta w rdzeniu produktu gościnność, przyjazna atmosfera panująca w gospodarstwie sprzyja biznesowi agroturystycznemu. Turyści powracają do tych samych kwaterodawców i polecają ich produkty znajomym.

LITERATURA

- Jalinik M., 2002, *Rozwój gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim* [w:] Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. IV, z. 6, Politechnika Białostocka.
- Jalinik M., 2005, *Typologia gospodarstw agroturystycznych jako determinanta rozwoju usług*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białostok.
- Kachniewska M., 2002, *Zarządzanie jakością usług turystycznych*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa.
- Karbowiak K., 2006, *Kształtowanie produktu w turystyce wiejskiej*, Roczniki Naukowe, tom IV, zeszyt 6, Warszawa.
- Kondracki J., 2011, *Geografia regionalna Polski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Majewska I., Ragus M., Telniuk T., Czerniewska K., 2006, *Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006–2013*, Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA, Kielce.
- Nowak E., 1996, *Modelowanie rozwoju systemu przestrzeni turystycznej* [w:] *Agroturyzm świętokrzyski*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego w Kielcach.
- Nowak E., Lasek M., Pęczkowski M., 2003, *Analiza atrakcyjności turystycznej powiatów województwa świętokrzyskiego za pomocą metody PROMETHEE* [w:] *Turyzm* 13, z. 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Nowak E., 2006, *Zróżnicowanie krajobrazowe Gór Świętokrzyskich jako stymulanta wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich* [w:] *Gospodarka wielofunkcyjna ze szczególnym uwzględnieniem obszarów górskich*, Instytut Geografii Akademii Świętokrzyskiej im. Jana Kochanowskiego, Kielce.
- Wojciechowska J., 2009, *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- www.e.agroturystyka.pl

Streszczenie

Artykuł przedstawia wyniki badań dotyczących charakterystyk gospodarstw agroturystycznych w Górach Świętokrzyskich i sposobów przekształcania przez nie naturalnego potencjału tego obszaru w autentyczny produkt turystyczny, który odzwierciedla podażową stronę turystyki. Celem opracowania było określenie profilu kwaterodawców, ocena zdolności i profesjonalizmu gospodarstw agroturystycznych w obsłudze ruchu turystycznego i identyfikacja bieżącego i potencjalnego produktu turystyki wiejskiej oferowanego przez kwaterodawców w Górach Świętokrzyskich. Identyfikacja i ocena kluczowych problemów, które dotyczą dostawców usług z terenów wiejskich była możliwa dzięki wykorzystaniu kwestionariusza wywiadu. W opracowaniu wykorzystano wyniki badań prowadzonych w okresie czerwiec – lipiec 2011 r. w 30 gospodarstwach agroturystycznych.

Rural Tourism and Agritourism Product in the Świętokrzyskie Mountains

Summary

The article contains research results regarding to the characteristics of agritourism farms in the Swietokrzyskie Mountains, and the way they are transforming the natural potential of the area into authentic tourism product, which as a result, sells well thus includes supply-side aspect of tourism. The aims of this study were to examine the host's profile, to evaluate the ability and expertise of agritourism farms in handling tourist traffic and to identify current and potential rural tourism products offered by the hosts in the Swietokrzyskie Mountains. Identification and assessment of the key problems faced by rural service providers were possible, based on questionnaires and interviews conducted in the area. The study utilised the results of a survey conducted from June to September 2011 in 30 agritourism farms.