

Anna Sieczko, Leszek Sieczko

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Dystrybucja usług agroturystycznych poprzez portal aukcyjny Allegro.pl

Streszczenie: W artykule podjęto próbę oszacowania wielkości podaży ofert noclegów w gospodarstwach agroturystycznych oraz ich regionalnego rozmieszczenia. Wyznaczono podstawowe statystyki cen oraz liczebności aukcji. Wykonano porównanie regionalnego rozmieszczenia ofert. W badaniach wykorzystano autorski program w języku VBA pracujący w środowisku Excel.

Słowa kluczowe: agroturystyka, dystrybucja, e-commerce.

Wstęp

Na współczesnym polskim rynku turystycznym swoje trwałe miejsce znalazła turystyka wiejska wraz z opartą o gospodarstwo rolne agroturystyką. Ta ostatnia jest dodatkowym źródłem dochodu, przyczyniającym się do dywersyfikacji dochodu rolniczego. Powiększająca się liczba kwater agroturystycznych skutkuje wzrostem konkurencji na rynku usług agroturystycznych, to z kolei powoduje, iż poszczególni usługodawcy muszą poszukiwać różnych dróg dotarcia do klienta. Kanały dystrybucji w przypadku gospodarstw agroturystycznych z reguły są bezpośrednie. Polegają na bezpośrednim kontakcie wytwórcy usług agroturystycznych z ich nabywcą, czyli turystą. Usługodawcy docierając do potencjalnego turysty wykorzystują różnorodne narzędzia promocji: marketing szeptany, foldery i ulotki reklamowe, reklamę przydrożną czy targi agroturystyczne. Coraz częściej wytwórcy usług agroturystycznych wykorzystują także internet poprzez własne strony WWW, portale społecznościowe, fora internetowe, portale branżowe typu agrturystyka.pl, oraz serwis aukcyjny Allegro.pl.

Jakość i szybkość informacji są w obecnych czasach podstawowym czynnikiem konkurencyjności. Ma to szczególne znaczenie w branży turystycznej w tym agroturystycznej gdzie potencjalni turyści muszą w okresie planowania wycieczki dokonać wyboru miejsca i obiektu noclegowego na podstawie dostępnej informacji. Liczy się wtedy aktualność komunikatu, łatwość i czas jego pozyskania oraz dobry kontakt z potencjalnym usługodawcą. Łączność z kwaterodawcą on-line na pewno będzie porządna przez turystów zwłaszcza, kiedy nie jest możliwe uzyskanie informacji o danym gospodarstwie agroturystycznym od krewnych i znajomych.

Celem artykułu była próba oszacowania wielkości podaży usług agroturystycznych i ukazania regionalnej zmienności ofert agroturystycznych dostępnych na serwisie Allegro.pl.

Metodyka badań

Dane do analizy pochodziły ze stron portalu aukcyjnego Allegro.pl. Wybór tego portalu był uwarunkowany jego dominacją na rynku usług e-commerce skierowanych do konsumenta. Obecnie portal ten obsługuje około 80% wszystkich aukcji w Polsce¹. W badanym systemie aukcyjnym wydzielona jest kategoria „Sport i wypoczynek”, która z kolei zawiera podkategorię „Wakacje” a w niej znajdują się „Noclegi”. Badana kategoria „Agroturystyka” zawiera się we wcześniej wymienionych „Noclegach”, jest to czwarty i zarazem najniższy poziom gałęzi. Dalsze podziały ofert w tej kategorii możemy uzyskać za pomocą filtrów. Filtr, który był zastosowany w niniejszych badaniach dotyczył lokalizacji poprzez przypisanie miejsca oferowanego noclegu do województwa. Inne filtry dostępne w tej kategorii, które nie były wykorzystane w badaniach to miejscowość, którą należy wpisać samodzielnie lub odległość w kilometrach od wpisanego kodu pocztowego (ta opcja działa bardzo często z dużą niedokładnością). Za pomocą autorskiego programu codziennie pobierane były listy ofert z ceną „kup teraz” lub wywoławczą z podziałem na województwa. Badania przeprowadzone zostały od 13-02-2013 do dnia 11-04-2013. Z przyczyn technicznych niezależnych od autorów, dane kilkakrotnie nie mogły być pobrane, dlatego też postanowiono zagregować je według tygodni roku. Kolejnym argumentem przemawiającym za agregacją, był czas wyświetlania oferty w serwisie, który dla większości ofert był zdefiniowany na 14 dni. Większość badanych aukcji nie kończyła się sfinalizowaniem transakcji i była ponownie po tym okresie wystawiana w serwisie. Należy dodać, iż serwis Allegro.pl nie posiada możliwości przypisania w filtrach lub kategoriach daty oferowanego noclegu lub chociażby przybliżonego jej terminu. Z tych to powodów analizowanie w czasie najwłaściwsze było poprzez przypisanie do tygodnia roku wystawionej aukcji, a nie oferowanej usługi.

W badanym okresie pozyskano 28725 aukcji, które w kolejnych etapach stanowiły zbiór danych, z którego wyliczono średnie oraz kwartyle. Kwartył 0, który jest równoważny wartości minimalnej, kwartył 1 mówiący o wartościach w punkcie 25% populacji posortowanej w sposób niemalejący. Kwartył 2 jest równoważny medianie, czyli jest wskaźnikiem połowy zbioru liczbowego, kwartył 3 opisuje stan populacji w punkcie 75% jego liczebności oraz kwartył 4 równoważny wartości maksymalnej. Wyznaczono także udziały procentowe według badanych kryteriów.

Dystrybucja produktów agroturystycznych

Międzynarodowy trend w kierunku rozwoju sieci informatycznych i komunikacyjnych w powiązaniu z rosnącymi oczekiwaniami konsumentów przyczynia się do rosnącej presji powszechnej informatyzacji skierowanej do usługodawców turystycznych, w tym agroturystycznych. Ten sam problem dotyczy zmiany dystrybucji oferty. Dystrybucja to system powiązań w ramach realizacji (sprzedaży) produktu materialnego lub niematerialnego. Jej zadaniem jest udostępnienie klientowi produktu w konkretnym

¹ www.aukcjostat.pl, dostęp 11.06.2013 r.

miejscu i czasie, po możliwie najniższych kosztach². W dystrybucji usług nie następuje fizyczny przepływ usługi natomiast opiera się ona na: akwizycji sprzedaży, zapłacie za sfinalizowaną usługę, zamówieniu usługi, czy przekazaniu informacji o usłudze. Kanały dystrybucji są, zatem podstawowym elementem zapewniającym zbytnie produktów turystycznych. W agroturystyce produkt jest konsumowany na miejscu, zatem podstawowym aspektem procesu dystrybucji jest system rezerwacji. W usługach agroturystycznych przez lata dominował system dystrybucji bezpośredniej, polegający na sprzedaży noclegu potencjalnym nabywcom przez właściciela gospodarstwa agroturystycznego. W dobie internetu coraz popularniejsza staje się dystrybucja przez to medium. Dalej jest to dystrybucja bezpośrednia jednak z pominięciem osobistego kontaktu z kwaterodawcą. Natomiast zaletą e-usługi jest zapewne klientowi możliwość dużej indywidualności, jednak niewymagającej obecności obu stron w tym samym czasie i w tym samym miejscu. Usługa elektroniczna musi ponadto spełniać warunek udzielania konkretnej odpowiedzi na konkretnie postawione pytanie. E-usługę można prowadzić za pośrednictwem kilku kanałów, takich jak: internet, urządzenia mobilne (telefon komórkowy i inne urządzenia przenośne) oraz telewizja cyfrowa i satelitarna³. Jak pokazują badania⁴ większość turystów jako źródło informacji o gospodarstwach agroturystycznych wskazuje na internet. Należy podkreślić, iż dla turystów według badań Dziechciarza⁵ ważna jest możliwość rezerwacji miejsc noclegowych on-line przez internet lub poprzez pocztę elektroniczną. Taki sposób rezerwacji daje poczucie pewności tego, że rezerwacja została dokonana, że nikt nie uprzedzi go w tej czynności jak również pozwala na oszczędność czasu i kosztów finansowych. Z tym, że najważniejszym aspektem takiej dystrybucji jest szybkość odpowiedzi zwrotnej on-line lub emailiem w ciągu 24 godzin. Dystrybucja poprzez serwis Allegro daje możliwość potencjalnym turystom na szybkie zapoznanie się z ofertą gospodarstw agroturystycznych w wybranym regionie Polski, porównanie cen i wybór gospodarstwa w zależności od terminu usługi. W opisie aukcji powinien znajdować się podany wolny termin wynajmu poszczególnych pokoi jak również numer telefoniczny, identyfikator GG czy adres mailowy pozwalający na potwierdzenie terminu i dopytanie o szczegóły interesującej turystę aukcji.

² www.findict.pl, dostęp 3.06.2013 r.

³ Za R. Flis, J. Szut, B. Mazur, J. Kuciński: E-usługi – definicje i przykłady. Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe. Wydawnictwo PARP, Warszawa 2009, s. 4.

⁴ J. Zawadka: Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie. Wydawnictwo SGGW. Warszawa 2010 s. 143; M. Roman, M. Świetlińska. Ł. Zgiep: Promocja i dystrybucja usług agroturystycznych w województwie podlaskim. Materiały III międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji: Formuvannaã ta rozvitok integracijnih procesiv v APK. Poltava 2011, ss. 151-162.

⁵ T. Dziechciarz: Wykorzystanie witryn internetowych i poczty elektronicznej w marketingu agroturystyki na przykładzie województwa lubelskiego. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Z. 23: Społeczeństwo informacyjne – regionalne aspekty rozwoju. Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego 2011, ss. 30-38.

Wyniki badań

W badanym okresie 9 tygodni roku 2013 liczba aukcji kształtowała się na średnim poziomie wynoszącym 685. Liczba aukcji przypisanych do danego województwa była mocno zróżnicowana. Najmniejszą liczbą charakteryzowało się woj. opolskie (0,4% wszystkich aukcji). Dodatkowo w tym województwie nie zaobserwowano zmienności, w badanym okresie stale odnotowywano 3 aukcje. Innymi regionami o małym udziale aukcji były: łódzkie (0,8%), lubuskie (1,2%), świętokrzyskie (1,6%), kujawsko-pomorskie oraz lubelskie (1,7%). Szczegółowe informacje na ten temat zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela. 1. Dienne średnie wartości statystyk pozycyjnych kategorii „Agroturystyka” w portalu Allegro.pl

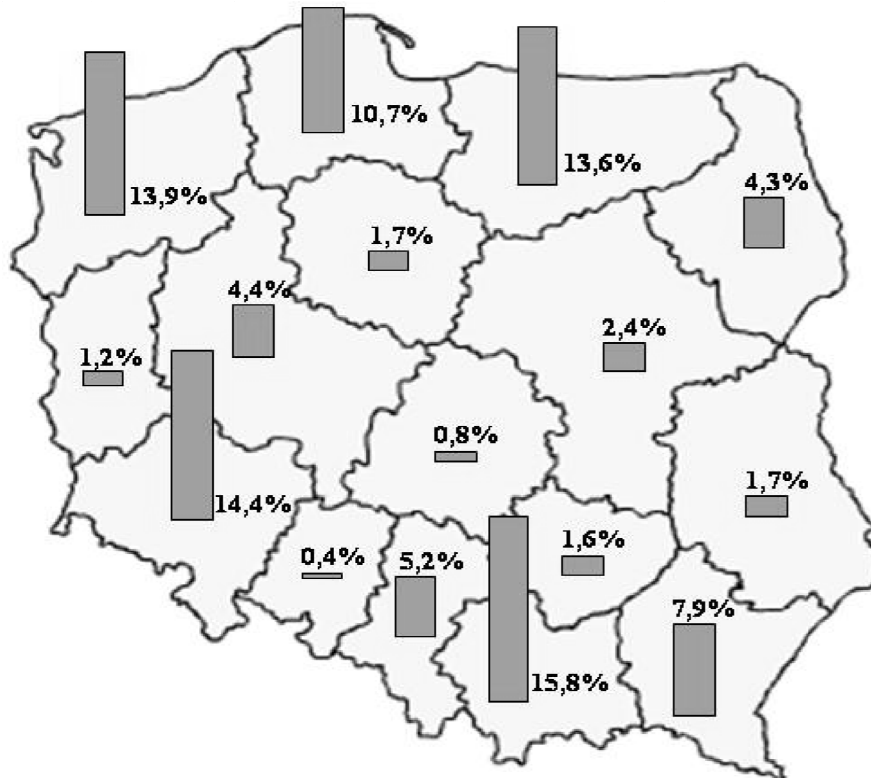
Numer województwa	Liczba ofert	Cena wywoławcza lub „kup teraz”						
		średnia	minimalna	kwartyl 1 (25)	mediana	kwartyl 3 (75)	maksymalna	skośność
1	98,64	60,64	25	30	35	45	995	6,60
2	11,41	54,58	25	34,15	35	56,04	140	1,74
3	11,86	44,36	35	35	35	41,58	102,38	2,57
4	8,19	60,65	30	40	40	42,41	173,45	2,38
5	5,48	50,02	25	31,88	41,43	53,63	100,24	1,59
6	108,12	45,06	10	25	30	35,12	385,24	4,22
7	16,17	97,23	19,73	31,25	36,16	109,39	410,98	1,98
8	3	40	40	40	40	40	40	n/d
9	53,9	46,22	20	25	30	38,63	200	2,60
10	29,67	102,86	20,6	35	45	192,26	365	1,35
11	72,93	70,89	9,67	30	35	102,38	342,38	1,80
12	35,5	115,81	17,19	29,76	35	40	828,76	2,80
13	11,1	91,21	29,64	31,16	79,46	140	200	0,45
14	93,17	120,05	10	35	49,46	154,4	950	3,00
15	30,48	82,13	22,74	30	36,19	94,82	391,67	2,20
16	94,98	58,36	13,48	29,43	35	70,33	250	2,00
Polska	684,59	71,25	22,07	32,04	39,86	78,5	367,19	2,49

Źródło: badania własne.

Skróty użyte w tabeli: n/d – nie dotyczy z powodu braku zmienności. Numery województw: 1 – dolnośląskie, 2 – kujawsko-pomorskie, 3 – lubelskie, 4 – lubuskie, 5 – łódzkie, 6 – małopolskie, 7 – mazowieckie, 8 – opolskie, 9 – podkarpackie, 10 – podlaskie, 11 – pomorskie, 12 – śląskie, 13 – świętokrzyskie, 14 – warmińsko-mazurskie, 15 – wielkopolskie, 16 – zachodniopomorskie.

Regionem o największym udziale aukcji było małopolskie, gdzie w badanym okresie można było odnaleźć średnio 108 aukcji co stanowiło 15,8% wszystkich aukcji w badanym serwisie. Inne regiony, gdzie można było zaobserwować znaczący udział aukcji przekraczający 90 dziennie to województwa: dolnośląskie (14,4%),

zachodniopomorskie (13,9%), warmińsko-mazurskie (13,6%) oraz pomorskie (10,7%). Pozostałe średnie liczebności aukcji zawiera tabela 1, a udziały procentowe – rysunek 1.

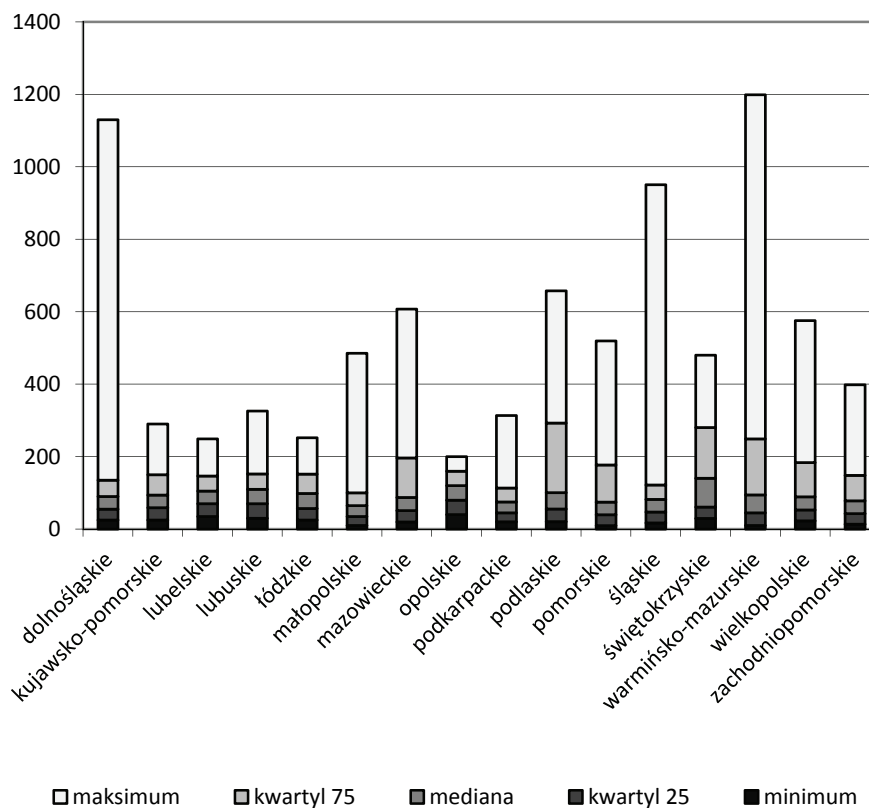


Rysunek 1. Udział procentowy liczby aukcji w kategorii „Agroturystyka” z podziałem na województwa
Źródło: badania własne.

Serwis Allegro.pl jest nierzadko traktowany nie jako serwis aukcyjny lecz ogłoszeniowy. Podyktowane jest to często niedostatecznym doprecyzowaniem oferty. Niezmiernie rzadko zdarza się, że w opisie aukcji jest podany termin pobytu. Często prezentowany jest jeden z kilku pokoi, które mogą zostać wynajęte. Dlatego też wystawiający traktują aukcję tylko jako ogłoszenie. Dalsze transakcje często odbywają się poza serwisem z wykorzystaniem innych dróg komunikacji, na przykład telefonu lub e-maila.

Analizując statystyki położenia ceny, możemy zauważyć bardzo dużą skośność rozkładu tej cechy w niektórych województwach (tabela 1). Współczynnik dodatni mówi o skośności prawostronnej, gdzie większość cen ma wartości niskie a tylko nieliczne osiągają wysokie wartości. W sytuacjach takich bardziej obiektywnym

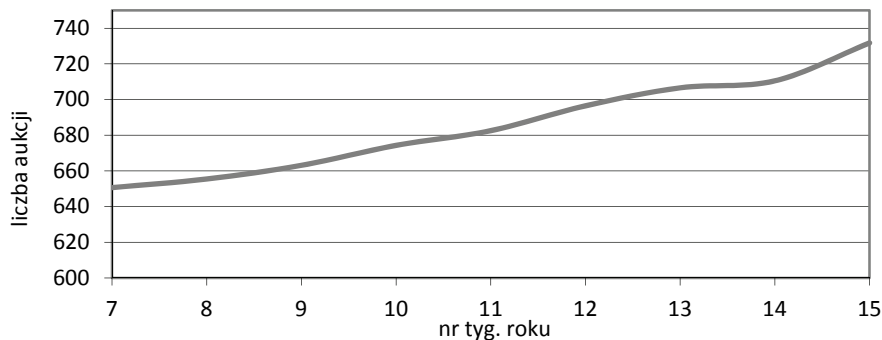
wskaźnikiem od średniej jest mediana, która wskazuje na wartość środkową zbioru uporządkowaną pod względem badanej cechy. Możemy także odczytać poszczególne kwartyle ceny, które są przedstawione jako wartości skumulowane. Duża różnica pomiędzy kwartylem 3 (punkt 75% wszystkich cen) a kwartylem 4 (wartością maksymalną) wskazuje na odstające pojedyncze ceny, tym samym wartość współczynnika skośności jest też duża. Taka sytuacja ma szczególnie miejsce w województwie dolnośląskim, małopolskim, warmińsko-mazurskim i śląskim. Szczegóły na ten temat zaprezentowano na wykresie 1.



Wykres 1. Rozkład zmienności ceny wywoławczej lub „kup teraz” w kwartylach z podziałem na województwa

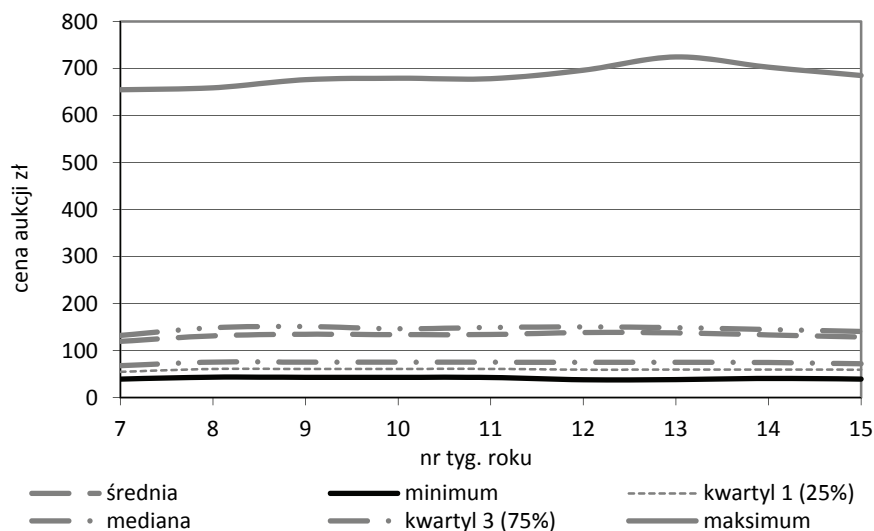
Źródło: badania własne.

Analizując zmianę w czasie możemy zaobserwować powolny, lecz systematyczny wzrost liczby aukcji w badanych tygodniach roku (wykres 2).



Wykres 2. Średnia liczba aukcji w badanym okresie
Źródło: badania własne.

W czasie 9 tygodni objętych badaniem liczba aukcji wzrosła z 651 do 732, co daje średni wzrost na poziomie 9 aukcji tygodniowo. W tym czasie ceny wahały się, lecz różnice pomiędzy badanymi tygodniami wydają się nie różnić istotnie. Średnia cena oferty w badanym okresie kształtowała się na poziomie około 133 zł. Jednak ze względu na dużą skośność warto posłużyć się w tej analizie wartościami kwartyli, a w szczególności medianą. Wskaźnik ten wahał się na poziomie około 60 zł niższym od wartości średniej. Średnie minimalne wartości ofert wynosiły około 41 zł. Cena 75% wszystkich ofert (kwartył 3) była niższa od 146 zł. Wartość ta jest jednocześnie bardzo zbliżona do wartości średniej, co jednocześnie potwierdza prawoskośność rozkładu cen.



Wykres 3. Przebieg zmiany statystyk ceny badanych ofert w badanym okresie
Źródło: badania własne.

Część aukcji dotyczyła pakietów usług lub nawet wyjazdów do gospodarstw agroturystycznych za granicę. Tym samym oferty te cechowały się relatywnie w stosunku do pozostałych ofert wysoką ceną. Średnie wartości maksymalne w badanym okresie wynosiły około 684 zł co możemy prześledzić na wykresie 3.

Reasumując można zestawiać następujące fakty. Liczba aukcji w badanym 9 tygodniowym okresie systematycznie rosła a średnie ceny ofert wahały się nieznacznie, co może sugerować stabilność tego rynku. Średnie minimalne ceny ofert noclegów w gospodarstwach agroturystycznych kształtowały się na poziomie około 41 zł, natomiast mediana dla cen wynosiła około 74 zł. Średnie maksymalnych wartości cen ofert związane były z pakietami usług oraz ofertami gospodarstw agroturystycznych za granicą Polski. Natomiast oferowane przez kwateryodawców z terenu kraju ceny, kształtowały się na poziomie około 684 zł. Regionami z których pochodziło najmniej ofert były województwa opolskie i łódzkie, odsetek wszystkich aukcji wynosił odpowiednio 0,4% i 0,8%. Województwa, z których pochodziło najwięcej aukcji były: małopolskie (15,8%), dolnośląskie (14,4%), zachodniopomorskie (13,9%) oraz warmińsko-mazurskie (13,6%).

Podsumowanie

Badany okres poprzedzał sezony wyjazdowe związane ze świętami Wielkiej Nocy oraz majowym weekendem. Nieznacznie było można zaobserwować wzrost liczby ofert, co da się odczytać, jako rozpoczęcie sezonu wyjazdów do gospodarstw agroturystycznych. Analizując średnią i medianę ceny ofert, w całym badanym okresie obserwujemy wyraźną stabilizację cen. Zjawisko to może sugerować, iż usługodawcy korzystający z serwisu Allegro osiągnęli pewien poziom stabilizacji. Może to wiązać się z dużą łatwością śledzenia ofert konkurencji wraz z ich ceną. Serwis Allegro pozwala między innymi na sortowanie ofert według cen. Klienci często korzystają z tego udogodnienia, co skutkuje zainteresowaniem się ofertami o najniższej cenie. Usługodawcy świadomi takiego postępowania mogą obniżać ceny swoich ofert w stosunku do konkurencji. Zdarzały się także oferty o wartości kilkuset złotych i więcej. W znacznej liczbie dotyczyły one pakietów usług powiązanych z wynajęciem pokoi, na okres dłuższy niż jeden dzień. Nowym zjawiskiem, które w niewielkiej liczbie można było zaobserwować, było oferowanie noclegów agroturystycznych za granicą kraju między innymi w Chorwacji. Usługi te charakteryzowały się bardzo wysoką ceną, która dotyczyła dłuższych okresów pobytu.

Liczba ofert z poszczególnych regionów Polski była bardzo zróżnicowana. Przyczyną tego zjawiska może być postrzeganie wśród potencjalnych turystów atrakcyjności danego regionu lub całkowita liczba gospodarstw agroturystycznych w tym regionie. Analiza zróżnicowania regionalnego jest trudna do wnioskowania ze względu na różnorodność czynników wpływających na ofertę usług agroturystycznych w danym regionie. Potwierdzeniem tej tezy może być duży udział ofert z województwa małopolskiego i dolnośląskiego, gdzie sezon turystyczny trwa większą część roku. Nie

potwierdzają tej tezy duże udziały ofert z województwa zachodniopomorskiego i warmińsko mazurskiego. Jednak zbliżający się okres wielkanocny i majowego weekendu może tłumaczyć dużą liczbę ofert z tych województw. Trudne jest określenie uniwersalnych czynników wpływających na liczbę ofert. Tym samym badania te wymagają powtórzenia i głębszej analizy zwłaszcza wśród kwaterodawców w poszczególnych województwach.

Dystrybucja usług agroturystycznych przez portal Allegro wymaga wiedzy i pewnego doświadczenia informatycznego. Bardzo ważny jest dokładny opis poszczególnego gospodarstwa agroturystycznego. Precyzyjny i zwięzły przekaz to bardzo ważny element wpływający na wybór potencjalnego turysty. Istotne są również zdjęcia obiektu (szczególnie sanitariatów) oraz otoczenia budynku mieszkalnego. Należy pamiętać, że turysta poszukuje oferty agroturystycznej przez internet ze względu na oszczędność czasu, pieniędzy i łatwość dostępu. Ma ułatwioną możliwość jak już pisano porównywania konkurencyjnych ofert. Stąd zwięzłe i dokładne opisy poszczególnych pokoi, dostępu do kuchni, atrakcji w samym gospodarstwie agroturystycznym i okolicy, aktualne terminy rezerwacji, wiarygodne zdjęcia oraz dobry kontakt z kwaterodawcą może przyczynić się do wyboru tak opisanego aukcji przez potencjalnego klienta.

Literatura:

- Dziechciarz T.: Wykorzystanie witryn internetowych i poczty elektronicznej w marketingu agroturystyki na przykładzie województwa lubelskiego. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Z. 23: Społeczeństwo informacyjne – regionalne aspekty rozwoju. Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego 2011.
- Flis R., Szut J., Mazur B., Kuciński J.: E-usługi – definicje i przykłady. Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe. Wydawnictwo PARP, Warszawa 2009.
- Roman M., Świetlińska M., Zgiep Ł.: Promocja i dystrybucja usług agroturystycznych w województwie podlaskim. Materiały III międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji: „Formuvannaã ta rozvitok integracijnih procesiv v APK. Poltava 2011.
- Zawadka J.: Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie. Wydawnictwo SGGW. Warszawa 2010.

www.aukcjostat.pl

www.findict.pl

Distribution of agricultural tourism services by auction portal Allegro.pl

Summary: This article attempts to estimate the volume of the supply offers accommodation on a farm and their regional distribution. They were basic price statistics and the number of auctions Examined the regional distribution of bids. The study used the original VBA work In Excel environment.

Keywords: tourism, distribution, e-commerce.

