

KALKULACJA KOSZTÓW WYKONANIA, UTRZYMANIA ORAZ PROMOCJI WITRYNY GOSPODARSTWA AGROTURYSTYCZNEGO W SIECI

Autor: Karol Król

Opiekun naukowy: dr inż. Tomasz Wojewodziec

SKNE Sekcja Ekonomiki Rolnictwa

Akademia Rolnicza w Krakowie

Wydział Rolniczo-Ekonomiczny

al. Mickiewicza 21, 31-120 Kraków

e-mail: kkrol@ar.krakow.pl

Słowa kluczowe: gospodarstwo agroturystyczne, hosting, strona internetowa, agroturystyka w Internecie, tworzenie stron www, pozycjonowanie, reklama i promocja usług w sieci

Wstęp

Turystyka obejmuje czynności osób podróżujących w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych i pozostających poza swoim codziennym środowiskiem nie dłużej niż przez rok [WTO 1995]. Agroturystyka z kolei stanowi formę wypoczynku, która realizowana jest na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, opartą o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym) [Drzewiecki 1995, s.7]. Agroturystyka to również wypożyczenie konia, bryczki, sprzętu sportowego, organizowanie kuligów, sprzedaż wyrobów rzemieślniczych oraz umożliwienie wędkowania, zajęcia się myślistwem, zbierania i suszenia ziół, owoców i grzybów [Tyran 2005, s. 44].

Wbrew pozorom turystyka należy do dziedzin gospodarki będących w czołówce pod względem wykorzystania w swojej działalności nowoczesnych rozwiązań technologicznych, zwłaszcza informatycznych. Wynika to przede wszystkim ze szczególnych cech usług turystycznych, takich jak niematerialność, nietrwałość oraz nierozdzielność procesów konsumpcji i świadczenia usług turystycznych, powodujących, że szybkość przepływu informacji, dotarcie do jak największej liczby potencjalnych klientów w krótkim czasie oraz automatyzacja procesów biznesowych mają w turystyce szczególne znaczenie [Butowski L. 2005, s. 124]. Jednym z rozwiązań pozwalających na niemalże pełną automatykę procesów biznesowych oraz dotarcie do szerokiego i zróżnicowanego grona odbiorców jest Internet.

Materiały i metody

Zasadniczym celem opracowania była analiza rynku firm projektujących strony internetowe oraz przygotowanie możliwych wariantów kalkulacji kosztów budowy internetowego serwisu gospodarstwa agroturystycznego. Priorytetowym założeniem pracy jest przedstawienie alternatywnych względem siebie rozwiązań (opcji) dotyczących wszelkich aspektów związanych z budową od podstaw oraz dalszym funkcjonowaniem serwisu gospodarstwa agroturystycznego w sieci.

W pierwszej kolejności prace skupiły się nad przygotowaniem realnej wyceny wykonania (koszty w praktyce) typowej¹ witryny gospodarstwa agroturystycznego. Analizie poddanych zostało 70 firm znajdujących się w „czołówce”, czyli na 70-u pierwszych miejscach w wyniku wyszukiwania, najpopularniejszej wyszukiwarki „Google”, dnia 13 maja 2007 roku, po wpisaniu hasła „tworzenie stron internetowych”. Firmy te, począwszy od najmniejszych często jednoosobowych, skończywszy na profesjonalnych agencjach reklamowych, poproszone zostały o wykonanie witryny gospodarstwa agroturystycznego.

W badaniach posłużono się sprawdzoną formą „zamaskowanej ankiety”² (ankieta internetowa), w której klient, właściciel gospodarstwa agroturystycznego opisuje witrynę, jaką chciałby wykonać dla swojego nowo otwartego gospodarstwa. W realny sposób wpłynęło to na zwrotność e-maili oraz prawdziwość otrzymanych odpowiedzi (wiarygodność wyników). E-mail pełnił więc funkcję zapytania w pełni komercyjnego. W pełni komercyjne były również odpowiedzi, zawierając relatywnie dokładną wycenę wykonania serwisu. W odpowiedzi na wycenę wysyłany był „e-mail odmowny” zawierający również podziękowania za trud włożony w jej przygotowanie. Do badań wykorzystano stworzone wcześniej odrębne konto pocztowe w serwisie „op.pl”.

Wyniki i wnioski

Przeprowadzone badania pozwoliły poznać ceny dyktowane przez firmy zajmujące się tworzeniem serwisów internetowych. Co najważniejsze z punktu widzenia kosztów, pozwoliły opracować cennik wykonania typowej witryny gospodarstwa agroturystycznego wydany w zestawieniu 70-u konkurujących ze sobą firm. W tym miejscu, z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że są to firmy dobre (nie ryzykując stwierdzenia najlepsze) działające na rynku od jakiegoś już czasu, których witryny internetowe znajdują się w czołówce wyników wyszukiwania wyszukiwarki „Google”. Co ciekawe, wycena podejmowana była subiektywnie, wedle przyjętego w każdej z firm cennika, bez świadomości, że wyceny tego samego projektu podjęło się jednocześnie 69 innych firm niemalże jednocześnie.

Większość firm, która udzieliła odpowiedzi służy pełną pomocą (wyceną). Na zapytanie ofertowe odpowiedziały 44 firmy (57 %) z 70-u firmy proszonych o wycenę. Dokładnej wyceny podjęło się jedynie 39 z nich. Nie trudno zauważyć, że to mało. Zwrotność, zdaniem autora, powinna kształtować się na poziomie 75-80 % (około 55-60-u e-maili).

Co z 26 firmami, które nie odpowiedziały na zapytanie? Przyjmują jedynie zamówienia telefoniczne? Bagatelizują zamówienia przysłane drogą elektroniczną? E-mail z zapytaniem „utonął gdzieś” razem z setką innych e-maili? Każda zbagatelizowana oferta to prawdopodobieństwo utraty klienta. Firmy, które nie są tego świadome powinny dokształcić swoich pracowników w dziedzinie marketingu internetowego³, obsługi samego

¹ Strona WWW zawierająca podstawowe informacje o gospodarstwie, zakładki: cennik, oferta, kontakt – dane teleadresowe, formularz kontaktowy i mapka dojazdu, atrakcje, galeria, opis okolicy oraz wersję obcojęzyczną.

² Treść listu/zapytania on-line znana autorowi badań.

³ Marketing związany jest ze zrozumieniem faktu, iż przedsiębiorstwo musi rozwijać się stosownie do swojej roli na rynku, musi zatem wiedzieć, jak konsument reaguje na oferowany produkt, jacy konsumenci ten produkt kupują, jak konkurencja wpływa na ewolucję sprzedaży firmy, w jaki sposób organizacja mogłaby promować siebie i oferowane przez siebie produkty itp. (...) Dla małej firmy segmentacja rynku jest przesłanką wzrostu i przetrwania: musi ona dążyć do znalezienia niszy czy zakątka rynku, który będzie mogła obsługiwać sprawniej niż inni. [West 1998, s. 47]. Informacje te zdobyć można poprzez kontakt z klientem. Jedną z jego form jest korespondencja cyfrowa (poczta e-mail). Bagatelizowanie tej

Internetu i kultury w Internecie (netykieta). Niezależnie od zasad panujących w firmie określających formę oraz wielkość przyjmowanych zleceń na e-maile należy odpowiadać, nawet odmownie...

Rozpiętość cenowa⁴ wykonania jednego i tego samego projektu sięga 11 tys. zł – uwaga – netto! W tym miejscu warto przypomnieć, że w grę wchodzi stawka podatku VAT w wysokości 22 %. Przy 12 tys. zł daje to kwotę 2 640 zł. Jest to oczywiście propozycja nierozsądna, niedostosowana do możliwości klienta, którym jest w tym przypadku właściciel gospodarstwa agroturystycznego.

Zapytanie on-line wysłane zostało 13 maja 2007 roku. Już następnego dnia można było spodziewać się nadsyłanych odpowiedzi (poniedziałek). Jak się okazało, pracownicy firm przysyłali e-maile z prośbą o dodatkowy czas na przygotowanie w miarę dokładnej wyceny, wyceny dokładnej na tyle, na ile pozwalały informacje zawarte w treści zapytania, a były one stosunkowo wyczerpujące. Kompletne odpowiedzi zaczęły więc spływać dopiero trzeciego dnia po wysłaniu zapytania i spływały przez dziewięć następnych dni, niezależnie od tego czy był to dzień wolny od pracy⁵ czy dzień roboczy.

Elementami wzorowej wyceny był szacunek ceny wykonania całego serwisu, wersji językowych, czasu realizacji projektu, przedstawienie pełnej technologii wykonania, czasu gwarancji, jaką objęty byłby serwis, szacunek ceny hostingu oraz opieki autorskiej nad serwisem oraz szacunek kosztów związanych z pozycjonowaniem serwisu.

„Specjaliści” zatrudnieni w firmach, do których wysłane zostało zapytanie ofertowe deklarowali wykonanie projektu w bardzo różnym czasie począwszy od 2-3 dni skończywszy nawet na 3 miesiącach. W tym miejscu zaznaczyć należy, że czas wykonania witryny w znacznym stopniu zależy od samego zamawiającego. Witrynę ukończyć można jedynie wtedy, gdy ekipa mająca ją stworzyć dostanie komplet materiałów, a sam zamawiający zaakceptuje jej projekt graficzny. Tym samym, czas wykonania witryny naliczany jest od momentu dostarczenia kompletu materiałów oraz zaakceptowania design-u (wyglądu) witryny. Najczęściej jednak, twórcy witryn deklarują ich wykonanie do 2-3 tygodni od momentu uzgodnienia wszystkich niezbędnych szczegółów i złożenia zamówienia.

Zamawiający, w zapytaniu e-mail, deklarował chęć wykonania wersji anglojęzycznej serwisu prosząc o wycenę jej przygotowania. Wycena przeprowadzona przez specjalistów jest bardzo różna. Każdorazowo jednak sięga 30-50 % kosztu związanego z wykonaniem podstawowej wersji serwisu w języku polskim. Co ważne, w większości przypadków, tłumaczenie musimy dostarczyć sami.

Ceny wykonania projektu kształtują się bardzo różnie. Wycenę przeprowadzono dla witryny bez możliwości dokonywania samodzielnych aktualizacji przez właściciela gospodarstwa agroturystycznego jak i dla takiej, która taką możliwością posiada (z zastosowaniem panelu CMS). Jak się okazuje wersja z panelem jest zazwyczaj znacznie droższa. Co ciekawe, podstawową wersję witryny bez panelu CMS zakupić można już za 150 zł, aczkolwiek jest to rozwiązanie budzące wątpliwości. Koszty wykonania wersji podstawowej nie przekraczają 3 500 zł netto. Cenę to płacimy jednak za profesjonalnie wykonaną witrynę, wstępnie

formy kontaktu może prowadzić do utraty cennych informacji o potrzebach i preferencjach klientów, na co nie mogą pozwolić sobie firmy, które chcą się rozwijać.

⁴ Jedna z firm oszacowała koszt wykonania projektu na 150 zł i była to oferta najtańsza, podczas gdy inna koszt wykonania tego samego projektu oszacowała na 12 tys. zł netto i była to oferta najdroższa.

⁵ Za dni wolne od pracy przyjęto sobotę oraz niedzielę.

pozycjonowaną, z często wliczonym pakietem aktualizacji, stałą np. roczną opieką nad witryną, zoptymalizowaną dla popularnych przeglądarek. Nie znaczy to jednak, że za kwotę 1 800 zł netto powstanie projekt gorszy bądź uboższy o pewne funkcje. Z pewnością stwierdzić można, że tak nie jest. Co najgorsze (najlepsze?) za 450 zł powstać może równie dobra witryna co za 3 500 zł (netto). Paradoksalnie, równie dobrą witrynę wykonać może hobbysta-amator za darmo.

W opcji dostępne jest również droższe rozwiązanie oparte na systemie CMS. Technologia ta pozwala na zarządzanie serwisem za pomocą panelu administracyjnego z poziomu przeglądarki internetowej. Panel zabezpieczony jest przed dostępem osób niepowołanych mechanizmem autoryzacji, który wymaga od użytkownika podania loginu (nick, nazwa własna użytkownika) i hasła. „Pełny” CMS pozwala na samodzielną edycję tekstów i tabel, podmienianie i usuwanie zdjęć i plików do pobrania osadzonych w wybranych miejscach serwisu. Za jego pomocą można również zarządzać strukturą serwisu, czyli m.in. dodawać bądź usuwać poszczególne działy (bloki tekstu, elementy menu, banery, itp.). Niestety cena zakupu takiego rozwiązania może być wysoka. W tym wypadku kwota wykonania witryny szacowana była na poziomie, nawet – bagatela 12 tys. zł (netto). Jest to oczywiście propozycja nierozsądna.

Jak się okazuje strona wykonana w technologii umożliwiającej samodzielną aktualizację jest w dużej mierze przypadków znacznie droższa. Jeżeli witryna będzie aktualizowana raz na miesiąc bądź rzadziej nie ma sensu inwestować w panel CMS. Inwestycja nie zwróci się. Koszty aktualizacji wprowadzanych przez firmę, która stworzyła witrynę są w tym przypadku znacznie mniejsze i plasować mogą się w przedziale 60-80 zł za godzinę pracy specjalisty. Często są to opłaty abonamentowe sięgające 200-300 zł netto, miesięcznie bądź rocznie. Często bywają to również opłaty jednorazowe w kwocie 50-150 zł, w zależności od złożoności planowanej aktualizacji. Niemalże każdorazowo warunki aktualizacji można negocjować.

Podsumowanie

Hosting – warto wykupić odpowiadającą nam domenę. Może to być domena krajowa np.: twoja_nazwa.pl, krajowa regionalna: twoja_nazwa.malopolska.pl, twoja_nazwa.beskidy.pl itp., lub dowolna inna, choć domeny komercyjne, dla gospodarstw agroturystycznych nie są polecane. To czy dana domena jest „wolna” można sprawdzić w Krajowym Rejestrze Domen (www.dns.pl). Tam znaleźć można również kilka ciekawych informacji związanych z abonamentowym zakupem domeny. Własna domena nie musi być droga!

Adres regionalny wykupić można już za 19 zł netto rocznie.

Domenę warto wykupić wraz z serwerem. Ofert hostingu, czyli najprościej mówiąc dzierżawy przestrzeni dyskowej serwera czynnego 24 h na dobę, jest bardzo dużo. Wyboru można dokonać w zależności od tego, co nas interesuje. Właściwie już niemal wszyscy usługodawcy, w standardzie do każdego konta, oferują pełną obsługę PHP 4 i 5, SSI, CGI, MySQL, konta e-mail, niewielkie limity transferu, statystyki, okresy testowe i inne. Dla mało zaawansowanych projektów śmiało wykupić można małe konto o pojemności 200 MB z limitowanym do 4 GB miesięcznie transferem danych, oferujące kilka kont pocztowych e-mail. Konto o zbliżonych parametrach można wykupić już za 50 zł (brutto) rocznie. Na początku ceny hostingu mogą kusić, aczkolwiek należy zwrócić szczególną uwagę na okres wynajmu, za jaki płacimy (często podawany jest on drobnym druczkiem). Atrakcyjna oferta może okazać się ofertą jedynie kwartalną.

Warte polecenia jest sprawdzone i niedrogi rozwiązanie polegające na wykupie pakietu gigabajta (1 GB) przestrzeni dyskowej na serwerze spełniającym wszelkie wymogi (transfer miesięczny 5 GB), wraz z pocztą internetową i domeną twoja_nazwa.pl (w promocji za 1 zł), na serwerach firmy NCSE (www.ncse.pl). Koszt całkowity roczny hostingu wraz z domeną za 1 zł wynosi tu 120,78 zł brutto (oferta z dnia 6 listopada 2007 r.). Faktura VAT dostarczana jest pocztą, choć firma planuje korzystać w przyszłości z e-faktur. Po roku koszt wzrasta do około 220 zł ze względu na fakt, że opłaty drugorocznej nie obejmuje promocja domeny. Na serwerze firmy hostowana jest m.in. strona gospodarstwa państwa Włodarczyk – Agroturystyka w Męcinie – www.agromecina.pl.

Wykonanie – godne uwagi są firmy, które wykonują witrynę naszego gospodarstwa w przedziale cenowym (1 000-2 000 zł). Jest to propozycja rozsądna, jeżeli rzeczywiście jest to profesjonalna firma. Mowa tu o takiej, w której zatrudniony jest zespół specjalistów. W tym miejscu zaznaczyć jednak należy, że firmy małe – jedno lub dwuosobowe też mogą sobie świetnie poradzić z tym zadaniem. Wszystko zależy od talentu wykonawcy i wkładu pracy. Przed dokonaniem wyboru warto więc przeglądnąć portfolio wybranych firm. Osobie kompletnie nieświadomej problemu, nieznającej tajników tworzenia i pozycjonowania serwisów można polecić firmy ze „środkowej półki” cenowej (tab. 1).

Tabela 1. Przykładowe firmy zajmujące się tworzeniem witryn (adresy www)

http://www.yellowteam.pl
http://www.positive-power.pl
http://www.rdstudio.pl
http://extel.pl
http://www.adveron.pl
http://www.done.pl
http://www.translanet.com
http://www.studiojasper.pl

Zródło: opracowanie własne

Podsumowując koszty: 120,78 zł za hosting powiększony o około 2 000 zł za serwis WWW z CMS bez pozycjonowania (serwis powinien być wstępnie pozycjonowany i wykonany w przyjaznej dla wyszukiwarek technologii; domenę do bezpłatnych katalogów dodamy sami) i bez kampanii reklamowej; w sumie daje to wydatek rzędu 2 200,78 zł (aktualizacje możemy wprowadzać sami – CMS). Biorąc pod uwagę interesy firm tworzących internetowe serwisy, wspomniane koszty związane z wykupieniem oprogramowania i prowadzeniem działalności gospodarczej, cena ta nie jest wygórowana. Taki zakup zwróci się po pewnym czasie. Po zainstalowaniu witryny warto pytać każdego klienta skąd dowiedział się o naszej ofercie. Każdy klient, który odpowie, że informację zdobył ze strony WWW będzie świadczył o pewnym małym sukcesie. Każdy taki klient będzie przyczyniał się do zwrotu inwestycji, która po pewnym czasie zwróci się całkowicie.

W rzeczywistości z usług firm korzysta niewielu właścicieli gospodarstw agroturystycznych. Często nie są oni świadomi realiów, jakie panują na rynku usług internetowych.

Ponadto, w grę wchodzi dwa inne rozwiązania: całkowicie darmowe lub minimalizujące koszty. Rozwiązanie darmowe opiera się na darmowym serwerze np. Interna.pl, wp.pl lub dowolnym innym z przypisanym do niego bezpłatnym aliasem np. twoja_nazwa.glt.pl (nie polecam aliasów „prv.pl”, które generują wyjątkowo natrętne reklamy). Witrynę przygotować można samemu, wykonując ją „ręcznie” od

podstaw, korzystając z darmowego szablonu (dostępne pod np. www.szablony.pl), oprogramowania na licencji „Mambo” lub „Joomla” bądź korzystając z czyjejś pomocy. Szablony należy wykorzystywać zgodnie z licencją, aczkolwiek ich niekomercyjne użycie jest w pełni dozwolone. Następnie, za pomocą dowolnego klienta ftp (np. Windows Commander) należy umieścić pliki witryny na serwerze. Rozwiązanie to, oprócz wkładu własnego pracy i czasu, nic nie kosztuje. Jak wskazują badania wybiera je znaczny odsetek właścicieli gospodarstw agroturystycznych. Niestety, tak przygotowane witryny są zazwyczaj gorszej jakości. Darmowy hosting bardzo często związany jest z natrętnymi reklamami, które „atakują” internautę, skutecznie zniechęcając go do dalszego przeglądania witryny. W końcowym rozrachunku, mimo kilku jego istotnych zalet, nie polecam rozwiązania całkowicie darmowego.

Drugie alternatywne rozwiązanie wiąże się z wykupieniem miejsca na serwerze wraz z przypisaną domeną. Również w tym wypadku witrynę możemy wykonać samodzielnie od podstaw, korzystając z darmowego szablonu bądź z czyjejś pomocy. Gdy brak funduszy na współpracę z firmą rozwiązanie to jest najlepsze. Hobbystę-wolontariusza, który zgodzi się pomóc przy wykonaniu bądź wykonać witrynę nietrudno dziś znaleźć. Własne miejsce na serwerze i własna domena to brak natrętnych reklam, możliwość dodania adresu witryny do katalogów stron WWW (darmowe aliasy nie są dodawane) i lepsze indeksowanie w przeglądarkach. Koszty mogłyby zamknąć się w granicach 120,78 zł pierwszego roku (opłata abonamentowa), za miejsce na dyskach serwera wraz z domeną `twoja_nazwa.pl`, korzystając z usług firmy np. NCSE. Drugiego roku kwota ta, jak już wcześniej wspomniano, ze względu na brak promocji, urasta do 220 zł.

Literatura

1. **Butowski L.** (2005), *Wykorzystanie Internetu w promocji i zarządzaniu usługami agroturystycznymi*, [w:] *Agroturystyka i usługi towarzyszące*, Kraków, Małopolskie Stowarzyszenie Doradztwa Rolniczego zs. w Akademii Rolniczej w Krakowie, s. 124,
2. **Drzewiecki M.** (1995), *Agroturystyka*, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz, s. 7,
3. **Tyran E.** (2005), *Turystyka na obszarach wiejskich – definicje*, [w:] *Agroturystyka i usługi towarzyszące*, Kraków, Małopolskie Stowarzyszenie Doradztwa Rolniczego zs. w Akademii Rolniczej w Krakowie, s. 44,
4. **West A.** (1998), *Zaplanuj swój biznes*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 47,
5. **WTO** (1995), Światowa Organizacja Turystyki, Komisja Statystyki ONZ,