

Jan ZAWADKA • Joanna PIETRZAK-ZAWADKA

ZACHOWANIA I OCZEKIWANIA TURYSTÓW DOTYCZĄCE WYPOCZYNKU W GOSPODARSTWACH AGROTURYSTYCZNYCH FUNKCJONUJĄCYCH NA OBSZARACH PRZYRODNICZO CENNYCH

Jan Zawadka, dr – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Joanna Pietrzak-Zawadka, dr inż. – Zamiejscowy Wydział Leśny Politechniki
Białostockiej w Hajnówce

adres korespondencyjny:

Wydział Nauk Ekonomicznych

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

e-mail: jan_zawadka@sggw.pl

THE BEHAVIOR AND EXPECTATIONS OF TOURISTS ON HOLIDAY IN AGRITOURISM FARMS LOCATED IN ENVIRONMENTALLY SENSITIVE AREAS

SUMMARY: The article presents the results of the research on the behavior and expectations of people vacationing in the agritourism farms located in environmentally valuable areas. Surveys were conducted during the summer 2013 among 133 tourists spending their vacations in the vicinity of Kampinos National Park. The paper presents the characteristics of an average tourist visiting environmentally valuable areas, and the behavior of tourists spending their leisure time there. The article elaborates on an analysis of criteria which help tourist to select this form of tourism, as well as the selection of a specific offer from many, what sources of information about the place or a recreational object they use, what are the preferred ways of spending leisure time so as their expectations towards diversity and improvement of the offer. The debate on the subject was extended by the analysis of the factors which defines the tourists behavior and expectations, such as: age, gender, and education.

KEYWORDS: rural tourism, agritourism, rural areas, Kampinos National Park, behavior and expectations of tourists

Wstęp

Dążenie coraz większej liczby turystów do wypoczynku z dala od zgiełku i tłumy w popularnych kurortach turystycznych powoduje bardzo często wzrost zainteresowania pobytem na obszarach przyrodniczo cennych. Stanowi on okazję do spędzenia czasu w cichym, spokojnym i czystym środowisku, umożliwia poznawanie i obcowanie z walorami przyrodniczymi, obserwowanie wielu gatunków fauny i flory w naturalnym otoczeniu. Dość istotna jest tu też chęć powrotu ludzi do „natury”, którzy często pracują na co dzień w „sztucznym” miejskim otoczeniu¹.

Atrakcyjność turystyczną obszarów przyrodniczo cennych w dużej mierze można zawdzięczać faktowi, iż znaczna ich część jest poddana protekcji w celu zachowania i ochrony wyjątkowych walorów przyrodniczych². To one są właśnie atrakcją przyciągającą wielu turystów w tego typu miejsca. Obszary przyrodniczo cenne stanowią ogromny potencjał turystyczny danego regionu, w znacznej mierze oparty między innymi na zasobach naturalnych parków narodowych³.

Kampinoski Park Narodowy (KPN) jest drugim pod względem wielkości (po Biebrzańskim Parku Narodowym) spośród 23 tego typu obszarów chronionych w Polsce (385,48 km²). Utworzony został w 1959 roku, 21 stycznia 2000 wpisano go na światową listę rezerwatów biosfery UNESCO. Obejmuje on tereny Puszczy Kampinoskiej rozciągającej się na północny zachód od Warszawy. Sąsiedztwo dużej aglomeracji miejskiej przekłada się na znaczne zainteresowanie tym miejscem jej mieszkańców. Według GUS, obszar KPN odwiedzany jest rocznie w celach turystycznych przez około 1 mln osób⁴. Stały wzrost liczby mieszkańców Warszawy (w tym liczby emerytów), wzrost aktywności ludzi starszych, coraz lepszy dojazd komunikacyjny, większa mobilność rodzin z dziećmi oraz rosnące zainteresowanie turystyką i rekreacją na obszarach chronionych powodować będą wzrost liczby odwiedzających ten i inne obszary chronione⁵.

Do turystycznych atrakcji Kampinoskiego Parku Narodowego należy przede wszystkim krajobraz kontrastujących ze sobą wydm i bagien, podkre-

¹ D. Puciato, *Turystyka i rekreacja na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie Parku Krajobrazowego Góry Opawskie*, „Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej” 2009 nr 11, z. 4(23), s. 228.

² K. Młynarczyk, *Przyrodnicze uwarunkowania animacji turystyki aktywnej*, „Nauka Przyroda Technologie” 2008 t. 2, z. 4.

³ M. Bajda-Gołębiowska, *Szlaki turystyczne na obszarach chronionych*, „Economy and Management” 2011 nr 1, s. 57.

⁴ *Ochrona Środowiska 2014*, Warszawa 2014, s. 287.

⁵ K. Dzioban, *Wielkość ruchu turystycznego w Kampinoskim Parku Narodowym*, „Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej” 2013 nr 15, z. 4(37), s. 95.

ślony przez zróżnicowaną i bogatą szatę roślinną. Na uwagę zasługuje także puszczański charakter niektórych fragmentów lasu z powalonymi drzewami i obszary ochrony ścisłej. Obszar ten jest bogaty w zabytkowe drzewa, będące w większości pomnikami przyrody. Niektóre z nich mają indywidualne nazwy związane z wydarzeniami historycznymi lub konkretnymi osobami na przykład Sosna Powstańców, Dąb Kobendzy. Okolice Kampinosu obfitują ponadto w miejsca o znaczeniu historycznym. Przykładem mogą być miejsca pamięci narodowej, przykładowo mogiły powstańcze z 1863 roku (Kampinos, Zaborów Leśny), cmentarze i pomniki poległych we wrześniu 1939 roku (miedzy innymi Brochów, Kiełpin, Stare Babice czy Zaborów), miejsca martyrologii z czasów II wojny światowej (na przykład Kampinos, Palmiry, Opaień), mogiły i cmentarze partyzanckie z 1944 roku (Laski, Wiersze). O otulinie parku można także zobaczyć wiele zabytków architektury: kościoły (Zaborów, Leszno i Brochów), a także dwory i pałace (Kampinos, Zaborów i Tułowice). W okolicy odwiedzić warto także Muzeum Kolei Wąskotorowej oraz Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą w Sochaczewie oraz dworek, pałac i dom urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli⁶.

Znaczna liczba osób goszczących w Kampinoskim Parku Narodowym to odwiedzający jednodniowi, najczęściej mieszkańcy Warszawy lub pobliskich miast. Wiele przybywających tu osób pozostaje jednak na dłużej. Mogą oni zatrzymać się w jednym z hoteli. Te jednak są niekiedy znacznie oddalone od samego parku i o wiele bardziej atrakcyjne wydaje się skorzystanie z licznych gospodarstw agroturystycznych funkcjonujących w bezpośrednim jego sąsiedztwie.

Cel i metodyka badań

W niniejszym artykule zaprezentowano zachowania i oczekiwania osób wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych funkcjonujących na obszarach przyrodniczo cennych zlokalizowanych w okolicach Kampinoskiego Parku Narodowego. Badania terenowe z wykorzystaniem techniki ankietowej przeprowadzono w lipcu i sierpniu 2013 roku na próbie 133 osób wypoczywających w gospodarstwach agroturystycznych w okolicach Kampinoskiego Parku Narodowego.

⁶ www.kampinoski-pn.gov.pl [04-09-2015].

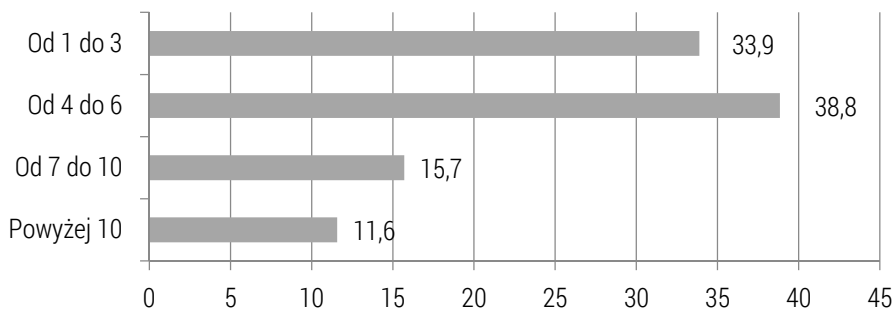
Wyniki badań i dyskusja

Respondenci byli zróżnicowani pod względem płci i wieku. Nieznacznie więcej było kobiet – stanowiły one 53,4% badanej grupy. Duży udział wśród ankietowanych miały osoby pomiędzy 31 a 50 rokiem życia (48,1%) oraz między 51 a 65 rokiem (31,6%). 9,0% respondentów stanowiły osoby młode (do 30 roku życia), a 11,3% osoby starsze – powyżej 65 lat.

Badani byli stosunkowo dobrze wykształceni; 65,4% z nich było po studiach, 30,0% ukończyło szkołę średnią, a 4,5% deklarowało wykształcenie zasadnicze. Z poziomem wykształcenia był powiązany rodzaj wykonywanej pracy; 38,3% badanych deklarowało bowiem wykonywanie pracy umysłowej. 16,5% respondentów stanowili przedsiębiorcy, a 12,0% kadra kierownicza. 9,8% badanych deklarowało wykonywanie wolnego zawodu. 17,3% stanowili natomiast emeryci i renciści. Niewielki udział w ogóle badanych mieli ponadto pracownicy fizyczni, studenci, osoby prowadzące dom oraz rolnicy.

Znaczny odsetek osób wykonujących prace umysłowe świadczyć może o potrzebie tej grupy w zakresie wypoczynku w cichym i spokojnym miejscu o znacznych walorach przyrodniczych, z dala od zgiełku i tłumów charakterystycznych dla miejscowości typowo turystycznych.

Respondenci pochodzili z różnych województw. Z uwagi na lokalizację terenu badań dominowali jednak mieszkańcy Mazowsza – 61,8%. Znaczną grupę stanowili także mieszkańcy województwa dolnośląskiego – 9,8%. Wśród badanych były także osoby z województwa pomorskiego, Podkarpacia oraz Lubelszczyzny. Respondenci byli najczęściej mieszkańcami miast – 87,9%. Prawie połowa pochodziła z dużych miast, których liczba mieszkańców przekraczała 200 tys. Zdecydowana większość badanych (88,0%) do miejsca wypoczynku dotarła samochodem osobowym, 6,0% wybrało pociąg, a 3,8% autobus, 2 osoby przyjechały na rowerach, a jedna motocyklem.



Rysunek 1. Częstotliwość wypoczynku na obszarach przyrodniczo cennych przez badanych [%]

Badani turyści dość często wypoczywali na obszarach cennych przyrodniczo. Informacje na ten temat zaprezentowano na rysunku 1.

Niektórzy z badanych deklarowali tę formę spędzania czasu wolnego nawet kilkadziesiąt razy w ciągu roku. W większości były to osoby niepracujące już zawodowo, które wyjeżdżały na weekendy.

Większość badanych (35,8%) twierdziło, że wypoczywając w miejscach atrakcyjnych przyrodniczo spędzają tam zazwyczaj weekend, prawie 1/3 3 do 6 dni. Na pobyt tygodniowy decydowało się 6,6%, a dwutygodniowy 4,4%. Osoby przyjeżdżające na dłużej to w większości ponownie osoby starsze, pobierające świadczenia socjalne. Częstotliwość ich wypoczynku była w większości przypadków odwrotnie proporcjonalna do długości jednorazowego pobytu.

Ponad połowie badanych (54,9%) podczas wypoczynku towarzyszył współmałżonek lub partner (54,9% wskazań), 24,8% respondentów najczęściej wypoczywało w gronie całej rodziny oraz z przyjaciółmi (21,8%). Prawie 20% badanych stanowili dziadkowie/babcie z wnukami, a 4,5% wypoczywało samotnie.

Jednym z celów badań było rozpoznanie powodów, dla których turyści wybrali obszary cenne przyrodniczo na miejsce wypoczynku. Najczęściej wskazywane były odpowiedzi dotyczące możliwości wypoczynku w cichym i spokojnym środowisku oraz kontakt z przyrodą (rysunek 2). Wskazania takie dominują także wśród osób, które poszukując wypoczynku z dala od głośniejszych i tłocznych aglomeracji miejskich udają się na obszary wiejskie, co wykazali w swych badaniach między innymi: J. Zawadka⁷, I. Sikorska-Wolak i J. Zawadka⁸, A. Balińska i I. Sikorska-Wolak⁹, A. Niedziółka i M. Bogusz¹⁰. Wskazując na tę zbieżność zauważyć należy, że obszary przyrodniczo cenne w zdecydowanej większości wchodziły w skład obszarów wiejskich.

Koszty pobytu oraz możliwość spędzenia urlopu w ulubionym krajobrazie były częściej wybierane przez mężczyzn, kobiety natomiast częściej wskazywały kontakt z przyrodą. Wraz z wiekiem rosło zainteresowanie walorami zdrowotnymi odwiedzanych terenów oraz możliwością korzystania ze zdrowej żywności. Warto w tym miejscu nadmienić, że 66,2% ogółu

⁷ J. Zawadka, *Zachowania turystów wypoczywających na wsi i czynniki je warunkujące*, w: K. Krzyżanowska (red.), *Budowanie konkurencyjności obszarów wiejskich*, Warszawa 2013.

⁸ I. Sikorska-Wolak, J. Zawadka, *Oczekiwania konsumentów na rynku usług agroturystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012 t. 5, nr 1.

⁹ A. Balińska, I. Sikorska-Wolak, *Turystyka wiejska szansą rozwoju wschodnich terenów przygranicznych na przykładzie wybranych gmin*, Warszawa 2009.

¹⁰ A. Niedziółka, M. Bogusz, *Uwarunkowania rozwoju turystyki społecznej na przykładzie gminy Istebna*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica” 2011 nr 288(64).

badanych chętnie korzystało z posiłków przygotowywanych przez kwatrowodawców. Osoby starsze częściej deklarowały ponadto chęć zmiany dotychczasowego sposobu wypoczynku. Ciekawe zależności dostrzec można analizując motywy wyboru obszarów przyrodniczo cennych na miejsce wypoczynku w zależności od poziomu wykształcenia badanych. Osoby lepiej wykształcone znacznie częściej doceniały możliwość kontaktu z naturą oraz aspekty zdrowotne tych obszarów, a także możliwość korzystania ze zdrowej żywności. Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia wyraźnie malało znaczenie kosztów pobytu. Ma to zapewne związek z nieco mniej korzystną sytuacją materialną osób gorzej wykształconych.

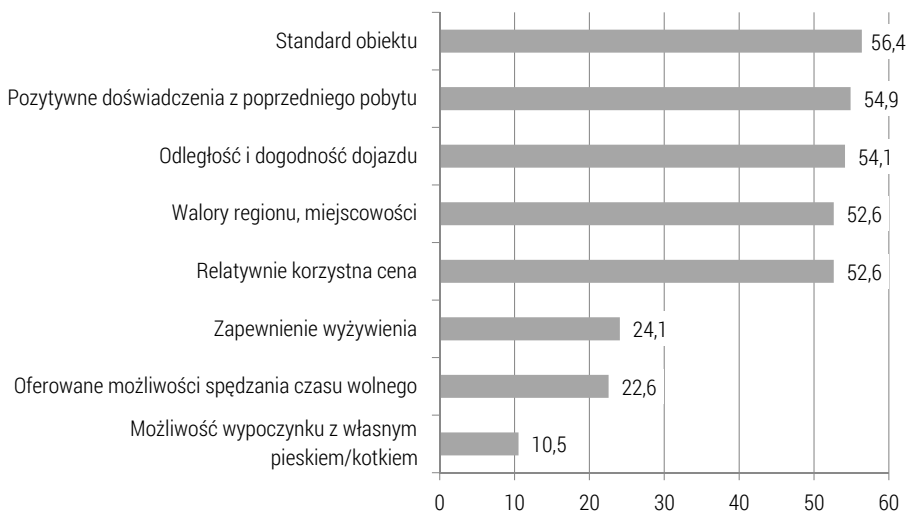


* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Rysunek 2. Motywy jakimi kierowali się badani podczas wyboru obszarów przyrodniczo cennych na miejsce wypoczynku [%]

Respondenci zostali zapytani o powody wyboru gospodarstwa agroturystycznego, w którym wypoczywali. Dominowały wskazania dotyczące standardu obiektu, pozytywnych doświadczeń z poprzedniego pobytu oraz dogodności dojazdu. Szczegółowe informacje na ten temat zaprezentowano na rysunku 3.

Mężczyźni wskazywali nieco częściej standard obiektu, walory regionu i miejscowości oraz (podobnie jak osoby młode) korzystną cenę. Osoby starsze bardzo dużą wagę przywiązywały do możliwości wyżywienia oraz (podobnie jak osoby lepiej wykształcone) do standardu obiektu. Ta grupa respondentów częściej wybierała obiekty, do których zabrać mogli własnego zwierzaka.



* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Rysunek 3. Powody wyboru przez badanych konkretnego gospodarstwa agroturystycznego [%]

Zdecydowana większość badanych, jako źródło, z którego pozyskali informacje dotyczące miejsca wypoczynku wskazało internet (60,9%). Należy zauważyć, że to źródło najczęściej wykorzystywane jest także w przypadku szeroko pojętej turystyki wiejskiej, co potwierdzają inne badania autora¹¹, a także badania m.in. K. Krzyżanowskiej¹², K. Stepaniuka¹³, R. Kolczatka i K. Jankowskiego¹⁴, A. Niedziółki¹⁵ czy M. Prochorowicz¹⁶. Stosunkowo dużą grupę stanowiły również osoby bazujące na opiniach i rekomendacjach rodziny i znajomych (39,1%). To źródło wykorzystywane było najczęściej

¹¹ J. Zawadka, *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*, Warszawa 2010.

¹² K. Krzyżanowska, R. Wojtkowski, *Rola internetu w promocji usług agroturystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012 t. 5, nr 1, s. 48-57.

¹³ K. Stepaniuk, *Wybrane koncepcje związane z projektowaniem, wdrożeniem i rozwojem działalności e-agroturystycznej na przykładzie województwa podlaskiego*, „Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia” 2010 nr 9(4), s. 509-517.

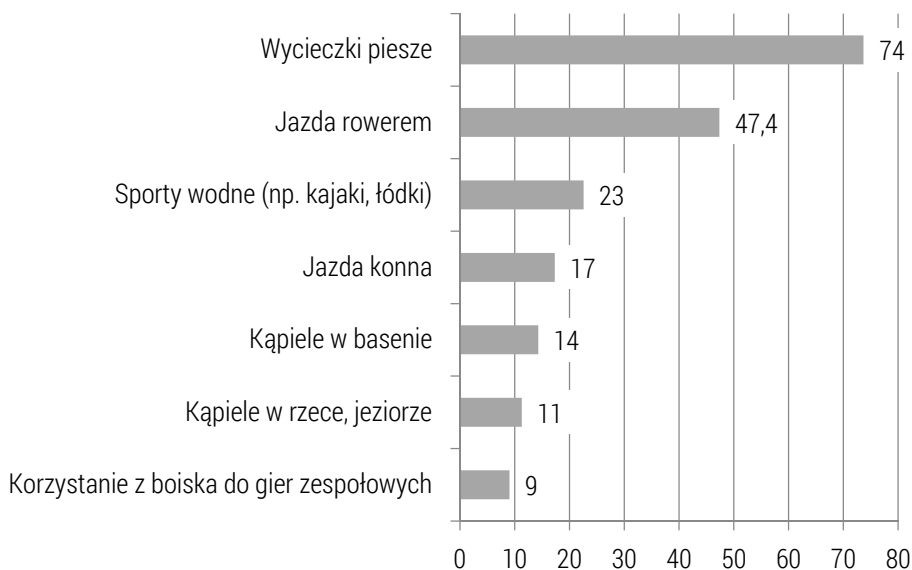
¹⁴ R. Kolczatek, K. Jankowski, *Internet – nowoczesne źródło informacji i reklamy w agroturystyce*, w: M. Plichta, J. Sosnowski (red.), *Marketing w agroturystyce*, Siedlce 2006.

¹⁵ A. Niedziółka, *Wykorzystanie sieci Internet w promocji produktu agroturystycznego na przykładzie województwa małopolskiego*, w: N. Semeniuk, R. Mosdorf (red.), *Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania zarządzania procesami gospodarczymi*, Białystok 2008.

¹⁶ M. Prochorowicz, *Zastosowanie reklamy elektronicznej w promocji gospodarstw agroturystycznych*, w: M. Plichta, J. Sosnowski (red.), *Marketing w agroturystyce*, Siedlce 2006.

przez osoby starsze wiekiem. Bardziej kosztochłonne narzędzia, takie jak targi turystyczne czy ulotki, foldery i katalogi wykorzystywane były w marginalnym stopniu.

Pobył poza miastem to dla wielu turystów świetna okazja do podejmowania aktywności fizycznej i aktywnego wypoczynku. Preferowane przez respondentów jego formy zaprezentowano na rysunku 4. Największą popularnością cieszyły się wycieczki piesze oraz rowerowe. Powodem rzadszego wskazywania kąpiei i gier zespołowych może być brak odpowiedniej infrastruktury sprzyjającej tym formom w bezpośredniej okolicy Kampinoskiego Parku Narodowego.



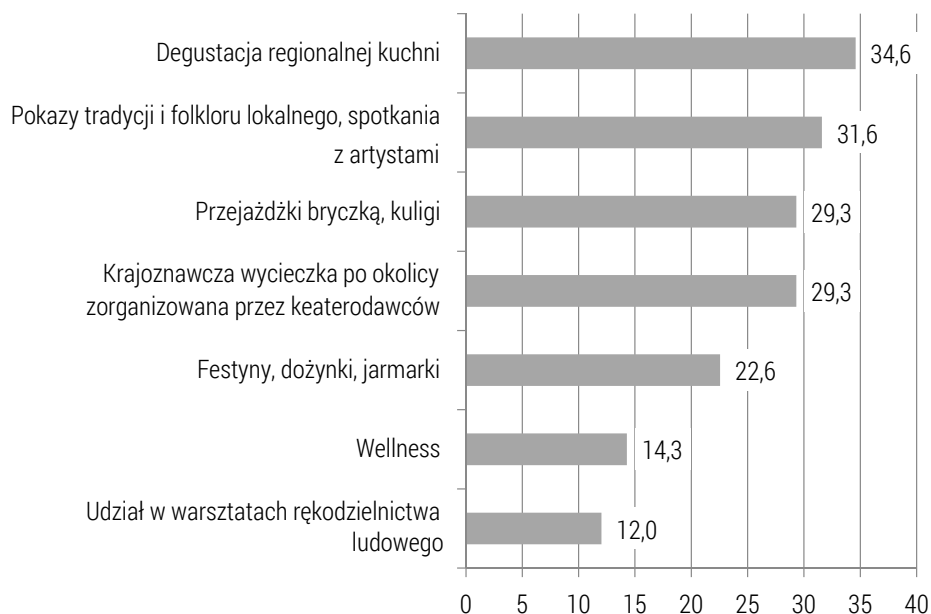
* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 4. Formy aktywnego wypoczynku wybierane przez badanych podczas pobytu na obszarach przyrodniczo cennych [%]

Wycieczki piesze, jako najmniej wymagająca forma ruchu, najczęściej wybierane były przez osoby starsze. Ta grupa badanych chętnie uprawiała także nordic walking. Sporty wodne oraz jazdę konną wskazywały znacznie częściej osoby lepiej wykształcone (co powiązane było z lepszą oceną własnej sytuacji materialnej). Powodu mniejszego zainteresowania tymi formami rekreacji wśród osób gorzej sytuowanych finansowo doszukiwać się można w konieczności najczęściej odpłatnego wypożyczenia odpowiedniego sprzętu i konia pod siodło. Należy w tym miejscu zauważyć, że KPN ma szczególne warunki do uprawiania turystyki pieszej oraz rowerowej. Na jego tere-

nie wytyczono bowiem wiele szlaków tego typu. Pozwalają one bliżej poznać atrakcje przyrodnicze parku, ale dają także możliwość odwiedzenia wielu miejsc o dużej wartości historycznej.

Przeprowadzone badania pozwoliły stwierdzić, że respondenci w znacznym stopniu zainteresowani byli szeroko pojętą sferą kulturową odwiedzanych terenów, w tym tradycjami kulinarnymi. Informacje dotyczące dodatkowych atrakcji, z których badani chcieliby skorzystać zaprezentowano na rysunku 5.



* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 5. Atrakcje, z jakich podczas wypoczynku na obszarach przyrodniczo cennych dodatkowo chcieliby skorzystać respondenci [%]

Osoby starsze, a także młode (do 30 roku życia) przejawiały szczególnie zainteresowanie pokazami tradycji i folkloru lokalnego, spotkaniami z artystami oraz degustacją regionalnej kuchni. Młodszy wiekiem chętnie skorzystaliby również z wellness i SPA. Krajoznawczymi wycieczkami po okolicy, a także przejażdżkami bryczką i kuligiem zainteresowani byli najbardziej osoby w średnim wieku oraz lepiej wykształcona część respondentów. Grupa ta przejawiała ponadto większe zainteresowania warsztatami rękodzieła ludowego i festynami, dożynkami oraz jarmarkami.

Jednym z celów badań było pozyskanie opinii turystów dotyczących możliwości poprawienia jakości usług świadczonych przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych na badanym obszarze. Badani najczęściej dostrzegali brak sprzętu rekreacyjno-sportowego oraz niezadowalającą estetykę urządzeń sanitarnych (po około 30% wskazań). Przez ¼ badanych niezbyt pozytywnie odebrane zostało ponadto wyposażenie pokoju sypialnego oraz komfort miejsca do spania. Respondenci nieco rzadziej wskazywali na konieczność wzbogacenia i urozmaicenia oferty dotyczącej organizacji czasu wolnego w gospodarstwie agroturystycznym, a także ograniczenie liczby gości w obiekcie. Pomimo stwierdzenia pewnych „niedociągnięć” oraz ograniczeń związanych z wypoczynkiem w gospodarstwach agroturystycznych, na terenie Kampinoskiego Parku Narodowego prawie 90% badanych było usatysfakcjonowanych pobytem i wypoczynkiem w tym miejscu.

Podsumowanie

Obszary przyrodniczo cenne cieszą się coraz większą popularnością turystów, którzy zmęczeni i niekiedy znudzeni pobytem w licznie odwiedzanych kurortach turystycznych poszukują na ich terenie ciszy, spokoju oraz kontaktu z naturą. To właśnie te aspekty najczęściej wymieniane były przez badanych jako motyw wyboru miejsca wypoczynku. Podczas wyboru konkretnego obiektu noclegowego kierowano się przede wszystkim jego standardem, a także dostępnością komunikacyjną oraz pobliskimi walorami turystycznymi.

Obszar Kampinoskiego Parku Narodowego odwiedzany był głównie przez dobrze wykształconych mieszkańców dużych miast (głównie Warszawy) w średnim wieku. Przyjeżdżali oni samochodami osobowymi. Oznacza to ich mobilność i fakt, że mieli możliwość skorzystania z różnego rodzaju atrakcji, nie tylko w bezpośrednim otoczeniu miejsca pobytu, ale także w jego bliższej lub dalszej okolicy. Turysta musi jednak mieć świadomość istnienia takich miejsc – dobrze byłoby, gdyby mógł zdobyć informacje na ten temat w samym obiekcie noclegowym.

Internet jest obecnie najważniejszym źródłem informacji. Właśnie z niego korzystano podczas wyboru konkretnego obiektu. Należy jednak w tym miejscu podkreślić rolę marketingu szeptanego, czyli tak zwanej „poczty pantoflowej”, gdzie źródłem informacji na temat obiektów turystyki wiejskiej byli krewni lub znajomi. Warto przy tej okazji zastanowić się nad efektywnością innych, szczególnie drogich, narzędzi promocji. Udział w targach turystycznych, foldery i ulotki reklamowe czy reklama w prasie, radio i telewizji były sporadycznie wykorzystywane przez badanych.

Pobyt w atrakcyjnej przyrodniczo okolicy wzmacnia chęć w zakresie aktywności fizycznej. Badani preferowali wycieczki piesze oraz rowerowe. Dzięki nim mogli lepiej poznać ciekawe miejsca i malownicze krajobrazy KPN. Aktywność tą ułatwiała odpowiednia infrastruktura w postaci szlaków turystycznych. Atrakcje, z których badani dodatkowo chcieliby skorzystać podczas wypoczynku związane były w dużej mierze ze sferą kulturową wsi. Duża liczba wskazań dotyczyła także aktywności krajoznawczej badanych.

Zaprezentowane treści to jedynie to jedynie badania pilotażowe oraz przyczynki do szerszych badań planowanych przez autora względem turystycznej roli obszarów przyrodniczo cennych i realizowanego na ich obszarze popytu turystycznego. Lepsze rozpoznanie tych procesów pozwoli w znacznym stopniu na lepsze dopasowanie oferty turystycznej świadczonej przez obiekty noclegowe funkcjonujące na tych obszarach. Dzięki szczegółowemu zdiagnozowaniu oczekiwań, zachowań i preferencji turystycznych osób tam wypoczywających możliwe będzie także zwrócenie uwagi na pewne aspekty i zjawiska towarzyszące rozwojowi ruchu turystycznego, które mogą okazać się zagrożeniem dla tego typu obszarów. Badania tego typu mogłyby więc przyczynić się do bardziej zrównoważonego, a tym samym bezpiecznego rozwoju funkcji turystycznej obszarów przyrodniczo cennych.

Wkład autorów w powstanie artykułu

dr Jan Zawadka – współudział w opracowaniu części wstępnej (teoretycznej), planowaniu badań i opracowaniu wyników, przeprowadzenie badań

dr inż. Joanna Pietrzak-Zawadka – współudział w opracowaniu części wstępnej (teoretycznej), planowaniu badań i opracowaniu wyników

Literatura

- Bajda-Gołębiowska M., *Szlaki turystyczne na obszarach chronionych*, "Economy and Management" 2011 nr 1
- Balińska A., Sikorska-Wolak I., *Turystyka wiejska szansą rozwoju wschodnich terenów przygranicznych na przykładzie wybranych gmin*, Warszawa 2009
- Dzioban K., *Wielkość ruchu turystycznego w Kampinoskim Parku Narodowym*, „Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej” 2013 nr 15, z. 4(37)
- Kolczatek R., Jankowski K., *Internet – nowoczesne źródło informacji i reklamy w agroturystyce*, w: M. Plichta, J. Sosnowski (red.), *Marketing w agroturystyce*, Siedlce 2006
- Krzyżanowska K., Wojtkowski R., *Rola internetu w promocji usług agroturystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012 t. 5, nr 1
- Młynarczyk K., *Przyrodnicze uwarunkowania animacji turystyki aktywnej*, „Nauka Przyroda Technologie” 2008 t. 2, z. 4
- Niedziółka A., Bogusz M., *Uwarunkowania rozwoju turystyki społecznej na przykładzie gminy Istebna*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica” 2011 nr 288(64)

- Niedziółka A., *Wykorzystanie sieci Internet w promocji produktu agroturystycznego na przykładzie województwa małopolskiego*, w: N. Semeniuk, R. Mosdorf (red.), *Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania zarządzania procesami gospodarczymi*, Białystok 2008
- Ochrona Środowiska 2014*, Warszawa 2014
- Prochorowicz M., *Zastosowanie reklamy elektronicznej w promocji gospodarstw agroturystycznych*, w: M. Plichta, J. Sosnowski (red.), *Marketing w agroturystyce*, Siedlce 2006
- Puciato D., *Turystyka i rekreacja na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie Parku Krajobrazowego Góry Opawskie*, „Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej” 2009 nr 11, z. 4(23)
- Sikorska-Wolak I., Zawadka J., *Oczekiwania konsumentów na rynku usług agroturystycznych*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2012 t. 5, nr 1
- Stepaniuk K., *Wybrane koncepcje związane z projektowaniem, wdrożeniem i rozwojem działalności e-agroturystycznej na przykładzie województwa podlaskiego*, „Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia” 2010 nr 9(4)
- www.kampinoski-pn.gov.pl
- Zawadka J., *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*, Warszawa 2010
- Zawadka J., *Zachowania turystów wypoczywających na wsi i czynniki je warunkujące*, w: K. Krzyżanowska (red.), *Budowanie konkurencyjności obszarów wiejskich*, Warszawa 2013