



Janusz Leszek Sokół

ROLA ZWIERZĄT W TWORZENIU PRODUKTU TURYSTYKI WIEJSKIEJ NA PRZYKŁADZIE GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH PÓŁNOCNO-WSCHODNIEJ POLSKI

Janusz Leszek Sokół, prof. dr hab. inż. – Politechnika Białostocka

adres korespondencyjny:
Katedra Gospodarki Turystycznej
16-001 Kleosin, ul. Tarasiuka 2
e-mail: j.sokol@pb.edu.pl

THE ROLE OF ANIMALS IN THE CREATION OF RURAL TOURISM PRODUCT ON THE EXAMPLE OF AGRITOURISM FARMS IN NORTH-EASTERN POLAND

SUMMARY: The paper is an attempt to answer the question: what role animals play during the creation of the rural tourist product.

The results which has been carried out shows that the presence of animals is essential for most of the tourists. The owners of agrotourism farms keep farm animals such as cattle, horses and poultry. The results also presents that the owners do not fully use the potential of the animals. Furthermore, the diversity of the species kept is relatively low. Animals can be a central element in the created tourism product. However, in order for it to happen certain changes need to be done – it is necessary to introduce new species of animals, including exotic animals (e.g. llama, alpaca, ostrich) and wild animals (for example deer/fallow deer, wild boar). The owners should also introduce new, more unique attractions, e.g. rural safari, mini-zoo and wider range of special events. Another idea could also be the introduction of zoo therapy.

KEYWORDS: agritourism farms, animals, tourism product

Wstęp

XXI wiek przyniósł wiele zmian – zarówno w życiu społeczno-gospodarczym, jak i w innych sferach. Jedną z tych sfer jest turystyka. Przykładem jest zmiana preferencji turystów. Coraz więcej z nich zamiast spędzania wolnego czasu według zasady odpowiadającej *3×S – sea, sun, sand* – czyli morze, słońce i piasek¹, wybiera inne formy turystyki, zapewniające turyście bliższy kontakt z naturą. Przykładem tego typu turystyki jest turystyka wiejska, a w swoim węższym zakresie – agroturystyka, która w ostatnich latach zyskuje coraz większą popularność tak w Polsce, jak i za granicą². Zmiany te nie mogą być niezauważone przez właścicieli gospodarstw agroturystycznych. W odpowiedzi na ten trend muszą zadbać o to, aby oferowany przez nich produkt turystyczny odpowiadał nowym potrzebom turystów³. Dla nich bowiem obok noclegu i wyżywienia niezwykle istotną może stać się potrzeba zaznania wypoczynku w naturalnym, spokojnym otoczeniu gospodarstwa⁴, w bliskim kontakcie ze zwierzętami, uczestnicząc w pracach porządkowych i przy obsłudze zwierząt⁵. Dobrze skomponowany produkt turystyczny stanowi podstawę sukcesu każdej formy turystyki. Zarówno organizatorom wypoczynku, jak i turystom musi zależeć na tym, by produkt ten był jak najbardziej ciekawy i unikatowy.

Celem prezentowanej pracy jest z jednej strony – poznanie oczekiwań turystów, jakie wiążą z obecnością zwierząt w odwiedzanych przez siebie gospodarstwach agroturystycznych, z drugiej zaś – poznanie aktualnych ofert tych gospodarstw pod kątem wykorzystania posiadanych zwierząt do tworzenia produktu turystycznego. Tak skonstruowany cel dawał nadzieję, że uzyskane wyniki badań pomogą w przyszłości właścicielom gospodarstw agroturystycznych zbudować bardziej atrakcyjny produkt turystyczny, w którym zwierzęta odgrywać będą większą niż dotąd rolę.

Badania miały charakter sondażu diagnostycznego, w którym zastosowaną techniką badawczą było ankietowanie. Narzędziem badawczym były dwa kwestionariusze, z których jeden skierowano do właścicieli gospodarstw agrotury-

¹ M. Smoleński, *Wizerunek a lojalność turysty względem obszaru recepcji turystycznej*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2010 nr 1, s. 43.

² A. Niezgoda, *Rola różnych koncepcji i form rozwoju turystyki w dążeniu do celów rozwoju zrównoważonego*, „Turyzm” 2008 nr 18(2), s. 80; J. Poczta, *Walory krajoznawczo-przyrodnicze a rekreacja ruchowa w gospodarstwach agroturystycznych*, Poznań 2012, s. 33; M. Jalinik, *Uwarunkowania i czynniki rozwoju usług turystycznych na obszarach wiejskich*, Białystok 2009; K. Karbowski, *Turystyka wiejska i agroturystyka – stan obecny i perspektywy rozwoju*, w: I. Ozimek (red.), *Funkcjonowanie i rozwój współczesnej turystyki – wybrane zagadnienia*, Warszawa 2011, s. 165.

³ A. Marciniuk-Kluska, *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej na Podlasiu*, w: M. Jalinik (red.), *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, Białystok 2005.

⁴ J.L. Sokół, J. Boruch, *Ekologizacja gospodarstw agroturystycznych w powiecie białostockim*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2011 nr 1, s. 96; M. Jalinik, *Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, Białystok 2002, s. 41; K. Niewiadomski, *Warunki rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze województwa podlaskiego*, „Ekonomia i Środowisko” 2012 nr 3(43), s. 166.

⁵ J.L. Sokół, *Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych i ich otoczeniu*, Białystok 2010, s. 152.

stycznych znajdujących się na terenie województw warmińsko-mazurskiego i podlaskiego, drugi natomiast – do turystów, którzy mieli okazję przebywać w tych gospodarstwach.

Materiał i metody

Badania obejmowały gospodarstwa agroturystyczne województw warmińsko-mazurskiego i podlaskiego utrzymujące na użytek własny i odwiedzających je turystów – zwierzęta. Przeprowadzono je online, posługując się kwestionariuszem ankiety, skierowanym do dwóch grup docelowych:

- do właścicieli tych gospodarstw;
- do turystów, którzy mieli okazję przebywać w tych gospodarstwach.

Ankiety zostały opracowane indywidualnie dla każdej z grup tak, aby uzyskane odpowiedzi jak najpełniej ukazywały rolę zwierząt z perspektywy danej grupy.

Ankiety (zarówno skierowane do turystów, jak i właścicieli gospodarstw agroturystycznych) zostały utworzone za pomocą sieciowego pakietu biurowego Dokumenty Google (*Google Docs*), dzięki czemu mogły być rozesłane do respondentów w formie elektronicznej.

Kwestionariusz badania ankietowego skierowany do turystów został zamieszczony (pod postacią linka) w serwisie internetowym Facebook.pl oraz na forum internetowym o tematyce agroturystycznej (www.forum.agroturystyczny24.pl). Łącznie uzyskano 115 odpowiedzi, z czego 63 od osób korzystających z agroturystyki w województwie warmińsko-mazurskim i 52 od osób w województwie podlaskim. Przeciętny profil turysty uczestniczącego w badaniach to: kobieta w wieku 26-35 lat (województwo warmińsko-mazurskie) lub 18-25 lat (województwo podlaskie), mieszkająca w mieście do 50 tysięcy mieszkańców, posiadająca wykształcenie wyższe.

Kwestionariusz badania ankietowego skierowany do właścicieli gospodarstw został również umieszczony (pod postacią linka) na forach internetowych o tematyce agroturystycznej, a ponadto rozesłano go drogą mailową do 113 właścicieli gospodarstw agroturystycznych z województwa podlaskiego oraz do 94 właścicieli z województwa warmińsko-mazurskiego. Adresy poszczególnych gospodarstw pobrano z ich stron internetowych. Wykorzystując wymienione kanały dystrybucji ankiety, łącznie uzyskano 75 wypełnionych kwestionariuszy badania ankietowego, z czego 40 od właścicieli gospodarstw województwa podlaskiego i 35 od właścicieli gospodarstw województwa warmińsko-mazurskiego. Przeciętny profil właściciela gospodarstwa agroturystycznego to: kobieta, w wieku 46-55 lat, posiadająca wykształcenie średnie lub zawodowe.

Wyniki

Analiza danych uzyskanych od turystów

W odpowiedzi na pytanie dotyczące roli, jaką przypisują badani zwierzętom występującym w gospodarstwach agroturystycznych, większość, bo blisko 70%, uznała, że jest to rola ważna bądź bardzo ważna. Za nieważną opowiedziało się tylko 6% respondentów z województwa warmińsko-mazurskiego i 4% z województwa podlaskiego.

Kiedy zapytano respondentów o ich ulubione gatunki zwierząt, które powinny się znaleźć w gospodarstwach agroturystycznych, w obu województwach za najbardziej pożądane uznano: konie i owce – z grupy zwierząt gospodarskich, lamy, alpaki i strusie – z grupy tak zwanych „zwierząt egzotycznych” oraz jelenie/daniele – ze zwierząt dziko żyjących.

Na pytanie o względy, jakie przemawiałyby za tym, aby w przyszłości ponownie odwiedzić dane gospodarstwo, najwięcej respondentów i to zarówno w województwie warmińsko-mazurskim, jak i podlaskim wskazało na względy rekreacyjne (odpowiednio 51 i 32%), następnie wizualne (22 i 31%) i kulinarne (16 i 29%). Inne względy wskazało zaledwie 11% (województwo warmińsko-mazurskie) i 8% (województwo podlaskie).

W jednym z pytań chciano poznać zainteresowania respondentów zakupem produktów pochodzenia zwierzęcego. Badani oceniający gospodarstwa w województwie warmińsko-mazurskim stwierdzili, że najchętniej kupiliby produkty mleczarskie (65%), następnie ekologiczne kurze jaja (60%) oraz mięso/swojskie wędliny (55%). W przypadku województwa podlaskiego respondenci wykazali największą chęć zakupu mięsa/swojskich wędlin (54%), ekologicznych jaj (52%) oraz produktów mleczarskich (50%) – tabela 1.

Kolejne pytanie dotyczyło oceny określonych atrakcji turystycznych występujących w gospodarstwach agroturystycznych. Respondenci mieli wskazać, czy są zainteresowani daną atrakcją, czy też nie (tabela 2). Najwięcej respondentów wykazało zainteresowanie jazdą konną/nauką jazdy konnej (województwo warmińsko-mazurskie – 81%, podlaskie – 73%) oraz wiejskim safari (województwo warmińsko-mazurskie – 81%, podlaskie – 88%). Nie małym zainteresowaniem cieszyło się też organizowanie imprez okolicznościowych, na przykład sylwestra i kuligu (tabela 2).

W ankiecie skierowanej do turystów odwiedzających gospodarstwa agroturystyczne było też pytanie o ocenę poziomu jakości oferowanych produktów i promocji gospodarstwa (tabela 3). Większość badanych w obu województwach oceniła ten poziom łącznie jako dobry/przeciętny. Natomiast promocję samego gospodarstwa i jego oferty produktowej oceniono w najwyższym stopniu jako przeciętną, a w odniesieniu do województwa warmińsko-mazurskiego nawet – jako złą.

Na koniec poproszono respondentów o udzielenie odpowiedzi na pytanie: *czy gdyby znane im gospodarstwo agroturystyczne poszerzyło swoją ofertę*

Tabela 1

Zainteresowanie respondentów zakupem danego produktu pochodzenia zwierzęcego

Rodzaj produktu	Liczba i odsetek osób wykazujących chęć zakupu produktów oferowanych przez gospodarstwa	
	województwo warmińsko-mazurskie (63=100%)	województwo podlaskie (52=100%)
Mleko i produkty mleczarskie (masło, maślanka, sery)	41 (65%)	26 (50%)
Ekologiczne jaja kurze	38 (60%)	27 (52%)
Jaja strusi	9 (14%)	9 (17%)
Mięso/swojskie wędliny	35 (55%)	28 (54%)
Galanteria skórzana (torebki, paski, nesesery, rękawiczki)	-	4 (8%)
Produkty z wełny owiec/lam/alpak (poduszki, kołdry, koce, czapki, szaliki, rękawiczki)	16 (25%)	13 (25%)
Ozdoby/pamiątki (na przykład pawie pióra, naszyjniki)	10 (16%)	9 (17%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Tabela 2

Ocena atrakcji turystycznych związanych z obecnością zwierząt w gospodarstwach

Atrakcja	Ocena	Liczba i odsetek osób oceniających daną atrakcję	
		województwo warmińsko-mazurskie (63 – 100%)	województwo podlaskie (52 – 100%)
Jazdy konna /nauka jazdy konnej	Jest interesująca	51 (81%)	38 (73%)
	Nie budzi zainteresowania	12 (19%)	14 (27%)
Utworzenie żłobka dla zwierząt (pisklęta, jagnięta, prosięta)	Jest interesujące	39 (62%)	35 (68%)
	Nie budzi zainteresowania	24 (38%)	17 (28%)
Organizowanie warsztatów (na przykład pasterskich, zdobienia jaj)	Jest interesujące	31 (49%)	29 (56%)
	Nie budzi zainteresowania	32 (51%)	23 (44%)
Organizowanie imprez okolicznościowych (na przykład sylwester + kulig)	Jest interesujące	47 (74%)	36 (70%)
	Nie budzi zainteresowania	16 (26%)	16 (30%)
Możliwość uczestniczenia w wiejskim safari	Jest interesujące	51 (81%)	46 (88%)
	Nie budzi zainteresowania	12 (19%)	6 (12%)
Zooterapia	Jest interesująca	33 (53%)	23 (44%)
	Nie budzi zainteresowania	30 (47%)	29 (56%)
Organizowanie spacerów edukacyjnych z przewodnikiem opowiadającym o gospodarstwie i znajdujących się w nim zwierzętach	Jest interesujące	37 (59%)	33 (64%)
	Nie budzi zainteresowania	26 (41%)	19 (36%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Tabela 3
Ocena niektórych aspektów działalności gospodarstw agroturystycznych

Cecha działalności	Ocena	Liczba i odsetek osób oceniających	
		województwo warmińsko-mazurskie (52 – 100%)	województwo podlaskie (46 – 100%)
Ogólny poziom jakości oferowanych produktów	Bardzo zły	1 (2%)	1 (2%)
	Zły	6 (12%)	6 (13%)
	Przeciętny	14 (27%)	14 (30%)
	Dobry	21 (40%)	22 (48%)
	Bardzo dobry	10 (19%)	3 (7%)
Promocja gospodarstwa agroturystycznego i jego oferty produktowej	Bardzo zła	4 (8%)	2 (4%)
	Zła	14 (27%)	7 (17%)
	Przeciętna	14 (27%)	15 (31%)
	Dobra	11 (21%)	9 (20%)
	Bardzo dobra	9 (17%)	13 (28%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Tabela 4
Wpływ poszerzenia oferty produktowej (obejmującej zwierzęta) w danym gospodarstwie na decyzję o ponownym jego odwiedzeniu przez respondentów

Czy gdyby gospodarstwo poszerzyło swoją ofertę w zakresie wykorzystania obecności w nim zwierząt, zdecydowałby Pan/i odwiedzić je po raz kolejny?	Odpowiedź	Liczba i odsetek osób wyrażających chęć ponownego odwiedzenia gospodarstwa przy założeniu rozszerzenia w nim oferty produktowej uwzględniającej obecność zwierząt	
		województwo warmińsko-mazurskie (63 – 100%)	województwo podlaskie (52 – 100%)
	Tak		36 (57%)
Nie		13 (21%)	10 (19%)
Nie wiem		14 (22%)	16 (31%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

w zakresie wykorzystania w nim obecności zwierząt, zdecydowałoby się je odwiedzić ponownie? 57% oceniających z województwa warmińsko-mazurskiego i 50% z województwa podlaskiego wykazało chęć ponownego odwiedzenia takiego gospodarstwa (tabela 4).

Analiza danych uzyskanych od właścicieli gospodarstw agroturystycznych

Na wstępie zapytano właścicieli gospodarstw o posiadane zwierzęta gospodarskie i atrakcje turystyczne z nimi związane. Były to pytania półotwarte, zatem dane nie sumowały się do 100%. Niemal wszystkie gospodarstwa, tak w województwie warmińsko-mazurskim (99%), jak i podlaskim (95%) utrzymywały tę kategorię zwierząt. W województwie warmińsko-mazurskim najbardziej popu-

larnymi gatunkami zwierząt gospodarskich był drób (62% gospodarstw), a następnie konie i bydło (po 56%), najmniej zaś gospodarstw utrzymywało owce i kozy (21%). Podobnie w województwie podlaskim najczęściej występującym gatunkiem był drób (68% gospodarstw), następnie bydło (61%), a dalej konie i trzoda (po 50%). Owce i kozy znajdowały się tylko w 18% gospodarstw.

Większość gospodarstw z obu badanych województw jako główne atrakcje oferowała obserwowanie zwierząt (91% gospodarstw w województwie warmińsko-mazurskim i 95% w podlaskim), a następnie ich karmienie i pielęgnowanie (odpowiednio 79 i 74%). Na kolejnym miejscu było spożywanie oraz zakup produktów zwierzęcych (województwo podlaskie) oraz jazda konna/nauka jazdy (województwo warmińsko-mazurskie). Najmniejszy odsetek gospodarstw oferował hipoterapię i strzyżenie owiec (tabela 5).

Kolejne pytania dotyczyły chowu zwierząt dzikich i atrakcji z nimi związanych. Stwierdzono, że większość badanych gospodarstw nie posiada tych zwierząt. W województwie warmińsko-mazurskim gospodarstw utrzymujących zwierzęta dzikie było jedynie 2 na 35, czyli 6% ogółu, a w województwie podlaskim tylko 5 na 40 badanych (13% ogółu).

W gospodarstwach województwa warmińsko-mazurskiego występowały głównie (w kolejności): jelenie, daniela, sarny i dziki, a w gospodarstwach województwa podlaskiego: dziki, sarny i jelenie. W żadnym z gospodarstw nie było świniodzików, żubrów ani łosi. W obu województwach główną atrakcją, wynikającą z obecności tych zwierząt w gospodarstwach agroturystycznych była przede wszystkim możliwość ich obserwowania przez turystów (tabela 6).

Tabela 5

Rodzaj atrakcji oferowanych turystom w gospodarstwach agroturystycznych za sprawą obecności zwierząt gospodarskich

Rodzaj atrakcji	Odsetek gospodarstw	
	województwo warmińsko-mazurskie	województwo podlaskie
Obserwowanie zwierząt	91	95
Karmienie i pielęgnacja	79	74
Spożywanie produktów zwierzęcych	50	68
Zakup produktów zwierzęcych	44	58
Jazda konna/nauka jazdy	56	29
Jazda zaprzęgowa	47	32
Nauka dojenja	29	29
Strzyżenie owiec	6	5
Hipoterapia	6	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Tabela 6

Rodzaj atrakcji oferowanych turystom w gospodarstwach agroturystycznych za sprawą obecności zwierząt dzikich

Rodzaj atrakcji	Odsetek gospodarstw	
	województwo warmińsko-mazurskie	województwo podlaskie
Obserwowanie zwierząt	100	100
Bliski kontakt ze zwierzęciem	50	40
Karmienie zwierząt	0	20
Zakup produktów	0	20
Spożywanie mięsa	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Ostatnią grupą zwierząt, o którą pytano właściciele gospodarstw, były zwierzęta z kategorii zwierząt rzadko występujących w kraju, tak zwane zwierzęta egzotyczne. Ich obecność stwierdzono w 43% gospodarstw województwa warmińsko-mazurskiego (15 gospodarstw) i w 42% gospodarstw województwa podlaskiego (17 gospodarstw). W województwie warmińsko-mazurskim najbardziej popularnymi zwierzętami egzotycznymi były osły (40% gospodarstw), pawie i lamy (po 27%) oraz świnki miniaturowe (20%). W żadnym z gospodarstw nie występowały alpaki, tak ulubione zwierzęta turystów. W województwie podlaskim z kolei, najczęściej hodowanymi zwierzętami egzotycznymi były świnki miniaturowe i pawie występujące w równym stopniu (w 29% gospodarstw), następnie osły (24%) oraz lamy (18%). W 12% gospodarstw występowały strusie.

W gospodarstwach województwa warmińsko-mazurskiego najczęściej oferowaną atrakcją było obserwowanie zwierząt (100% gospodarstw), następnie bezpośredni kontakt ze zwierzęciem (73%) i karmienie/wykonywanie prac pielęgnacyjnych wokół zwierzęcia (60%). Podobnie w gospodarstwach województwa podlaskiego najczęściej udostępnianą ofertą było obserwowanie zwierząt egzotycznych (88% gospodarstw), następnie bezpośredni kontakt z nimi (82%) i możliwość karmienia/wykonywania prac pielęgnacyjnych wokół nich (53%).

Chcąc poznać opinię właścicieli gospodarstw na temat znaczenia, jakie przypisują utrzymywanym w swoim gospodarstwie zwierzętom, skierowano do nich pytanie o treści: *które z posiadanych zwierząt uważa Pan/i za dominujące, kreujące wizerunek gospodarstwa?* Zarówno w gospodarstwach województwa warmińsko-mazurskiego, jak i podlaskiego, zwierzęciem, które postrzegano jako szczególnie kreujące wizerunek gospodarstwa, okazał się koń (49% gospodarstw w województwie warmińsko-mazurskim i 40% w województwie podlaskim). Na drugim miejscu było bydło (20% gospodarstw), a w dalszej kolejności: kozy i owce, drób i niektóre zwierzęta egzotyczne (tabela 7).

Tabela 7
Zwierzęta uważane za dominujące, kreujące wizerunek gospodarstwa

Gatunek	Odsetek gospodarstw	
	województwo warmińsko-mazurskie	województwo podlaskie
Konie	49	40
Bydło	20	20
Kozy i owce	18	13
Drób	11	5
Lamy	9	10
Osły	11	5
Inne (świnki miniaturowe, pawie, strusie)	6	13

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W ankiecie skierowanej do właścicieli gospodarstw było też pytanie dotyczące promocji ich gospodarstwa. Chciano wiedzieć, czy posiadane zwierzęta wykorzystywane są do promocji oferty turystycznej, a jeśli tak, to w jaki sposób. Okazało się, że aż w 92% gospodarstw agroturystycznych województwa warmińsko-mazurskiego i w 88% województwa podlaskiego obecne tam zwierzęta są wykorzystywane w promocji tych gospodarstw. Zdecydowana większość gospodarstw (ponad 90%) promowała się przez Internet, zamieszczając tam skrótowy opis oferty z uwzględnieniem galerii zdjęć. Część właścicieli swoje działania promocyjne poszerzyła przez założenie własnego fanpage'u w serwisie Facebook.pl. Niektórzy z nich zdecydowali się na promocję swojej oferty za pomocą ulotek i wizytówek (20% i więcej) i tylko nieliczni za pomocą tablic przydrożnych i lokalnych mediów.

Ostatnie pytanie zadane właścicielom dotyczyło tego, czy zamierzają w przyszłości wprowadzić nowe atrakcje turystyczne związane z obecnością zwierząt w ich gospodarstwach. Okazało się, że większość z nich (63% z województwa warmińsko-mazurskiego i 52% z województwa podlaskiego) nie ma takich planów. Ci zaś, którzy je mają, zamierzają poświęcić więcej uwagi atrakcjom związanym z organizacją kuligów, przejażdżką bryczką i jazdą konną, a tylko nieliczni chcą zaoferować przyszłym gościom bardziej oryginalne atrakcje, jak na przykład przejażdżki na lamach czy osłach, wycieczki z przewodnikiem, sesje fotograficzne oraz rajdy konne.

Dyskusja wyników

Ważną cechą rozpoznawalności turystyki wiejskiej, poza szczególnym krajobrazem czy wiejską zabudową, jest obecność zwierząt⁶, a kontakt z nimi dla wielu turystów jest nieodzowny. Potwierdzeniem tego są badania Pisarek i Lechowskiej⁷, obejmujące gospodarstwa południowo-wschodniej Polski, w których odnotowano, iż wśród tamtejszych turystów istnieje duże zapotrzebowanie na kontakt ze zwierzętami. Również badania własne potwierdziły tę tezę, dowodząc, że dla większości turystów przebywających w gospodarstwach agroturystycznych województwa warmińsko-mazurskiego, jak i podlaskiego obecność zwierząt podczas ich wypoczynku jest ważna, a nawet bardzo ważna. Najliczniej występującymi zwierzętami w badanych gospodarstwach agroturystycznych północno-wschodniej Polski były zwierzęta gospodarskie, takie jak konie, bydło, trzoda chlewna i drób. Obecność tych zwierząt stwierdzano też w badaniach Łagowskiej i Kot⁸, gdzie analizowano gospodarstwa agroturystyczne występujące w województwach podlaskim i lubelskim. Zarówno badania własne, jak i wymienionych autorek wykazały, że zwierzęta egzotyczne, na przykład strusie, występują w gospodarstwach agroturystycznych na ogół rzadko.

Badania własne przyniosły również odpowiedź na pytanie dotyczące najbardziej pożądaných gatunków zwierząt w agroturystyce. Wynika z nich, że najbardziej pożądanymi zwierzętami są: ze zwierząt gospodarskich – konie i owce, z grupy zwierząt egzotycznych – lamy, alpaki i strusie, a ze zwierząt dzikich – jelenie/daniele.

Konie zdają się zajmować szczególne miejsce w agroturystyce. Właściciele gospodarstw doceniają rolę tych zwierząt. W gospodarstwach obu analizowanych województw, ich właściciele uznali konie za zwierzęta dominujące i kreujące w największym stopniu wizerunek gospodarstwa agroturystycznego. Konie zostały uznane za pożądane zwierzęta w gospodarstwach również w badaniach Pisarek i Lechowskiej⁹.

Z badań własnych wynika, że oczekiwania turystów tylko częściowo korespondują z ofertą gospodarstw. O ile na konie jest ogólnie zapotrzebowanie i są one utrzymywane w większości gospodarstw, zarówno województwa warmińsko-mazurskiego, jak i podlaskiego, o tyle zwierzęta egzotyczne, takie jak lamy, alpaki i strusie występują rzadko, a jest na nie duży „popyt” wśród turystów. Dość duży także odsetek respondentów wskazał niektóre dzikie zwierzęta (jelenie, daniele, dziki) jako gatunki interesujące. Niestety, liczba tych zwierząt w analizowanych gospodarstwach obu województw była znikoma. Można pokusić się o stwierdzenie, iż właściciele gospodarstw nie wykorzystują potencjału przyrod-

⁶ J. Majewski, op. cit., s. 7.

⁷ M. Pisarek, J. Lechowska, *Rola rolnictwa w budowaniu produktu agroturystycznego w południowo-wschodniej Polsce*, „Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin.” 2011, Seria: Oeconomica 288 (64), s. 147.

⁸ B. Łagowska, I. Kot, *Znaczenie zwierząt w kreowaniu produktu turystyki wiejskiej w Polsce Wschodniej*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2013 nr 3, s. 30.

⁹ M. Pisarek, J. Lechowska, op. cit., s. 145.

niczego, sprzyjającego utrzymywaniu zwierząt dzikich w warunkach półnaturalnych. Szczególnie predestynowanym do utrzymywania dzikich zwierząt województwem jest województwo podlaskie, w którym zachowały się elementy dzikiej przyrody (puszcze, lasy, jeziora wraz z dolinami rzek, unikatowe bagna). Utrzymywanie dzikich zwierząt w gospodarstwach obu województw mogłoby się znacznie przyczynić do zwiększenia atrakcyjności oferty turystycznej. Tak więc z badań wyraźnie wynika, iż istnieje rozłam między oczekiwaniami turystów względem preferowanych zwierząt a aktualną ofertą gospodarstw.

Atrakcje, które mogą być wykreowane na potrzeby agroturystyki i turystyki wiejskiej, mogą mieć bardzo szeroki zakres. Według Walker¹⁰ sposobów na wykorzystanie potencjału wsi jest bardzo dużo. Niektóre z nich, skupiające się na zwierzętach, to: jazda konna, kuligi, „birdwatching”, łowienie ryb, programy edukacyjne skupiające się na zwierzętach (na przykład udział w strzyżeniu owiec, możliwość wydojenia krowy), imprezy okolicznościowe (na przykład śluby). Istnienie ich odnotowano w części badanych gospodarstw. Zarówno w przypadku województwa warmińsko – mazurskiego, jak i podlaskiego oferowanymi atrakcjami było głównie obserwowanie zwierząt oraz bezpośredni kontakt z nimi (głaskanie, branie na ręce). Inne możliwości to karmienie i pielęgnacja zwierząt, zakup i/lub spożywanie produktów, jazda konna oraz nauka doju. Atrakcje bardziej unikatowe, takie jak wiejskie safari, minizoo, obcowanie z dzikimi zwierzętami, występowały bardzo rzadko lub wcale.

Analiza odpowiedzi respondentów z obu województw ukazuje niedostateczne wykorzystanie potencjału posiadanych zwierząt. Zakres oferowanych atrakcji z udziałem zwierząt był dość wąski. Mimo, iż konie często pojawiały się w ofercie gospodarstw i uznane były za zwierzęta bardzo pożądane przez turystów, sposoby ich wykorzystania ograniczały się najczęściej do: obserwowania, bezpośredniego kontaktu i jazdy wierzchem bądź w zaprzęgu. Hipoterapia na przykład, możliwa była tylko w znikomym odsetku gospodarstw. Tymczasem, według Sosnowskiego¹¹, istnieje szeroki wachlarz atrakcji obejmujących konie. Mogą to być: rajdy konne, biegi myśliwskie, wołyżerka, nauka powożenia. W okresie zimowym można zorganizować kuligi z pochodniami oraz skiering (jazda na nartach za koniem).

Innym przykładem niewykorzystanego potencjału jest wiejskie safari. Safari polega na obserwowaniu z samochodu bądź innego pojazdu zwierząt (gospodarskich, egzotycznych, dzikich) żyjących w warunkach zbliżonych do naturalnych. Chęć wzięcia udziału w tego typu zajęciu wykazała blisko połowa badanych turystów. Jednak spośród 75 analizowanych gospodarstw tylko jedno zapewniało taką możliwość (województwo warmińsko-mazurskie).

Sposobem na zwiększenie atrakcyjności ofert gospodarstw agroturystycznych jest również wprowadzenie zajęć z terapii zwierzęcej¹². Według Prze-

¹⁰ M.A. Walker, *Agritourism: Ideas and Resources*, www.pubs.ext.vt.edu [10-05-2015], s. 2.

¹¹ B. Łągowska, I. Kot, s. 31.

¹² J.L. Sokół, *Dogoterapia w Polsce. Badania pilotażowe*, w: M. Jalinik, R. Ziółkowski (red.) *Rynek usług turystycznych*, Białystok 2012, s. 440-461; J.L. Sokół, *Wykorzystanie zwierząt w terapiach*, w: J.L. Sokół, *Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych i ich otoczeniu*, Białystok 2010, s. 10-17.

zbożskiej¹³ zorganizowanie terapii z udziałem konia może stanowić ważny element poszerzenia oferty turystycznej gospodarstw agroturystycznych. W przypadku badanych gospodarstw agroturystycznych bardzo niewiele z nich oferowało zarówno hipoterapię (6% gospodarstw z województwa warmińsko-mazurskim oraz 5% z województwa podlaskiego), jak i dogoterapię (całkowity brak w gospodarstwach obu województw).

Badania wykazały, że właściciele gospodarstw agroturystycznych zdają sobie sprawę z niewykorzystanych możliwości swoich ofert turystycznych. W województwie podlaskim 19 na 40 gospodarstw zamierzało wprowadzić nowe atrakcje, takie jak przejażdżki bryczką, kuligi i jazdę konną. Natomiast w województwie warmińsko-mazurskim chęć zorganizowania nowych atrakcji wykazało 13 na 35 gospodarstw. Wśród atrakcji, planowano również organizowanie kuligów i przejażdżek bryczką ale też hipoterapię, a pojedyncze osoby wskazały nawet między innymi na wiejskie safari, żłobek dla zwierząt, sprzedaż mleka koziego.

Można założyć, że poszerzenie przez właścicieli gospodarstw zakresu swoich produktów agroturystycznych zaowocowałoby zwiększeniem popytu na ich usługi, co przełożyłoby się na efekt finansowy. Przypuszczenie to wynika z faktu, iż 57% turystów korzystających z usług agroturystycznych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego chętnie powróciłoby do danego gospodarstwa, gdyby to poszerzyło ofertę turystyczną w zakresie wykorzystania zwierząt. Wśród turystów odwiedzających województwo podlaskie odsetek takich osób wyniósł 50%.

Podsumowanie

Turystyka wiejska jest formą turystyki nierozzerwalnie łączącą się z bliskim kontaktem turystów z przyrodą, a więc i ze zwierzętami. Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych, jako jeden z wielu elementów produktu agroturystycznego, stanowią jego rdzeń. Ważne są zarówno dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych, jak i turystów. Część odwiedzających uzależnia swój pobyt w gospodarstwie od tego, czy obecne są w nim zwierzęta. One same, jak i atrakcje z nimi związane są często motywem przyjazdu turysty do określonego gospodarstwa.

Z analizy przeprowadzonych badań wynika, że potencjał posiadanych zwierząt nie zawsze jest wykorzystywany przez właścicieli gospodarstw. W większości badanych gospodarstw obecne były zwierzęta, jednak głównie były to zwierzęta popularne, często spotykane (konie, bydło, drób), a atrakcje z nimi związane były dość ograniczone i pospolite. Wydaje się, że część właścicieli gospodarstw agroturystycznych bagatelizuje bądź nie uzmysławia sobie, jak duże zainteresowanie może wzbudzić ciekawy produkt turystyczny obejmujący zwierzęta.

¹³ L. Przezbórska, *Produkty terapeutyczne i lecznicze w agroturystyce i turystyce wiejskiej*, w: R. Mielcarka (red.), „Studia Periegetica: Zeszyty Naukowe Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu” 2010 nr 5: *Turystyka w kraju i za granicą-wybrane problemy*, Poznań 2010, s. 237.

Właściciele gospodarstw agroturystycznych mogą wzbogacić ofertę turystyczną wprowadzając nowe, rzadko dotąd występujące w tych gospodarstwach gatunki zwierząt, na przykład zwierzęta dzikie i/lub egzotyczne. Jednocześnie powinni oni zadbać o dostarczenie turystom różnorodnych atrakcji wynikających z obecności tych zwierząt. Przykładem takich atrakcji może być organizowanie wiejskiego safari, różnych form mini-zoo, imprez okolicznościowych, rajdów konnych, wołyżerki. Innym sposobem zwiększenia atrakcyjności może być wprowadzenie zooterapii, na przykład hipoterapii czy dogoterapii.

Literatura

- Jalinik M., *Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, Białystok 2002
- Jalinik M., *Uwarunkowania i czynniki rozwoju usług turystycznych na obszarach wiejskich*, Białystok 2009
- Karbowiak K., *Turystyka wiejska i agroturystyka – stan obecny i perspektywy rozwoju*, w: I. Oziemek (red.), *Funkcjonowanie i rozwój współczesnej turystyki – wybrane zagadnienia*, Warszawa 2011
- Łagowska B., Kot I., *Znaczenie zwierząt w kreowaniu produktu turystyki wiejskiej w Polsce Wschodniej*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2013 nr 3
- Marciniuk-Kluska A., *Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej na Podlasiu*, w: M. Jalinik (red.), *Determinanty rozwoju turystyki na obszarach wiejskich*, Białystok 2005
- Niewiadomski K., *Warunki rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze województwa podlaskiego*, „Ekonomia i Środowisko” 2012 nr 3(43)
- Nieżgoda A., *Rola różnych koncepcji i form rozwoju turystyki w dążeniu do celów rozwoju zrównoważonego*, „Turyzm” 2008 nr 18(2)
- Pisarek M., Lechowska J., *Rola rolnictwa w budowaniu produktu agroturystycznego w południowo-wschodniej Polsce*, „Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin.” 2011, Seria: Oeconomica 288 (64)
- Poczta J., *Walory krajoznawczo-przyrodnicze a rekreacja ruchowa w gospodarstwach agroturystycznych*, Poznań 2012
- Przezbórska L., *Produkty terapeutyczne i lecznicze w agroturystyce i turystyce wiejskiej*, w: R. Mielcarka (red.), „Studia Periegetica: Zeszyty Naukowe Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu” 2010 nr 5: *Turystyka w kraju i za granicą-wybrane problemy*, Poznań 2010
- Smoleński M., *Wizerunek a lojalność turysty względem obszaru recepcji turystycznej*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2010 nr 1
- Sokół J.L., Boruch J., *Ekologizacja gospodarstw agroturystycznych w powiecie białostockim*, „Ekonomia i Zarządzanie” 2011 nr 1
- Sokół J.L., *Dogoterapia w Polsce. Badania pilotażowe*, w: M. Jalinik, R. Ziółkowski (red.) *Rynek usług turystycznych*, Białystok 2012
- Sokół J.L., *Wykorzystanie zwierząt w terapiach*, w: J.L. Sokół, *Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych i ich otoczeniu*, Białystok 2010
- Sokół J.L., *Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych i ich otoczeniu*, Białystok 2010
- Walker M.A., *Agritourism: Ideas and Resources*, www.pubs.ext.vt.edu