

Jolanta Cichowska

ROZWÓJ PRODUKTU AGROTURYSTYCZNEGO W OPARCIU O JAZDĘ KONNĄ

AGROTOURISM PRODUCT DEVELOPMENT BASED ON THE HORSEBACK RIDING

Streszczenie

Niewiele gospodarstw z kujawsko-pomorskiej wsi buduje produkt agroturystyczny w oparciu o jazdę konną. Badania wykazały, że spośród 78 respondentów tylko 26,9% organizuje w zagrodzie tę formę wypoczynku. Dwa gospodarstwa dysponowały stosunkowo dużą liczbą koni (20 i więcej). Ich stadniny odznaczały się wysokim poziomem świadczonych usług. Gospodarstwa proponują rozmaite formy wypoczynku „w siodle”. Od indywidualnej nauki jazdy konnej z instruktorem, obozów, kuligów, po przejażdżki bryczką. Duża grupa właścicieli (52,4%) uruchamiała agroturystykę z myślą, że główną atrakcją zagrody będzie rekreacja konna. Pozostali gospodarze (47,6%) organizowali na terenie posesji ten rodzaj aktywności ruchowej dopiero po 3-5 latach. Było to podyktowane identyfikacją rynku i dostrzeżeniem zapotrzebowania na ten rodzaj usługi. Zainteresowanie jazdą konną zdaniem ankietowanych (71,4%) wyrażają najczęściej miłośnicy koni, rodziny oraz młodzież w grupach zorganizowanych. Z roku na rok liczba turystów wzrasta, dlatego też właściciele gospodarstw agroturystycznych (23,8%) planują przeprowadzić szereg inwestycji, by podnieść standard usługi i zachęcić gości do dalszego doskonalenia umiejętności jeździeckich.

Słowa kluczowe: agroturystyka, produkt agroturystyczny, główne atrakcje, jazda konna

Summary

Few households with Kuyavian-Pomeranian villages build an agrotourist product on a horseback riding. Research has shown that out of 78 respondents only 26.9% of the farm organizes this form of recreation. Two farms had the largest number of horses (over 20). Their farms had the highest level of service. Farms

also provide different forms of recreation "in the saddle." From individuals learning, to ride with an instructor, camps, sleigh rides, carriage rides. A large group of owners (52.4%) activated the agrotourism with a view that the main attraction will be recreational horse riding. Other hosts (47.6%) organized on their property this kind of physical activity after 3-5 years. It was dictated by identifying and recognizing the market demand for this type of service. According to the respondents (71.4%), interest in horse riding is mostly expressed by horse lovers, families and young people in organised groups. Year by year the number of tourists increases, so the owners of agritourism farms (23.8%) plan to conduct a series of investments to raise the standard of services and encourage visitors to continue to improve riding skills.

Key words: *agrotourism, agrotourist product, the main attractions, horseback riding*

WSTĘP

Produkt agroturystyczny to pakiet materialnych i niematerialnych składników, które można zaoferować potencjalnym nabywcom do konsumpcji czy użytkowania (m.in. dobra materialne, rozmaite usługi, miejsca). Odgrywa on bardzo ważną rolę, gdyż w dużej mierze decyduje o zaistnieniu gospodarstwa na konkurencyjnym rynku. Jednym z jego elementów jest rekreacja konna. Stała się ona nie tylko możliwością czynnego wypoczynku w zagrodzie wiejskiej, ale bardzo często główną atrakcją gospodarstwa. Z uwagi na to, że w Polsce zainteresowanie turystyką konną ciągle wzrasta, gospodarstwa agroturystyczne stały się doskonałym miejscem do jej uprawiania. Poza jednodniową jazdą konną usługobiorcy mogą skorzystać dodatkowo na miejscu z noclegu i wyżywienia, a przez to wydłużyć czas obcowania ze zwierzętami. Oferty obejmują lekcje z instruktorem dla początkujących, jazdy terenowe, rajdy oraz obozy w siodle i hipoterapię. Jak podkreśla Młynarczyk [2002] kontakt z końmi rozładowuje emocje i stresy, których nam nie szczędzi codzienność. Istotnymi efektami rekreacji konnej są zmiany zdrowotne i fizyczne. Jazda konna aplikowana w obciążeniach narastających stopniowo, szczególnie korzystnie wpływa na rozwój dzieci i młodzieży, poprawiając ich postawę i tężyznę fizyczną. U osób starszych wyśmieniecie podtrzymuje sprawność i wydolność ogólną organizmu, podnosi komfort psychiczny, daje dużą pewność siebie. Konie używane w hipoterapii mogą odegrać bardzo ważną rolę terapeutyczną. Rekreacja konna umożliwia integrację środowisk i pokoleń.

Celem badania jest ustalenie, w jakim stopniu gospodarstwa agroturystyczne budują i rozwijają swój produkt w oparciu o organizację w gospodarstwie jazdy konnej. Celem dodatkowym było wskazanie różnic w jakości tej oferty oraz rozpoznanie czy wzrasta zdaniem usługodawców zainteresowanie na tego rodzaju usługi.

METODYKA BADAŃ

Badania przeprowadzono na wybranych obszarach województwa kujawsko-pomorskiego. Objęły one tereny o niższych walorach przyrodniczych, na których działają gospodarstwa agroturystyczne. Dane uzyskano metodą badań terenowych. Posłużono się wywiadem standaryzowanym. Podstawowym narzędziem badawczym był kwestionariusz wywiadu, który składał się z VI działów tematycznych (I-opis gospodarstwa, II-charakterystyka bazy noclegowej i rekreacyjnej, III-charakterystyka działalności agroturystycznej, IV-oferta gospodarstwa, V-ocena ekonomiczna prowadzonej działalności, VI-czynniki sprzyjające i ograniczające rozwój agroturystyki). Na potrzeby niniejszej pracy wykorzystano informacje z działu III, IV i VI. Dotyczyły one możliwości czynnego wypoczynku w gospodarstwie i poza nim (wśród podanych kilkunastu możliwości znalazły się: jazda na kucyku, jazda konna, przejażdżki bryczką), głównych atrakcji proponowanych gościom (tu spośród wyróżnionych znalazła się jazda konna z instruktorem) oraz cech wyróżniających kwatery od innych (respondent mógł wybrać jedną z podanych 8 cech lub zaproponować swoją). Bezpośrednie wywiady przeprowadzono z właścicielami 78 gospodarstw, położonych w 14 powiatach województwa (aleksandrowskim, chełmińskim, golubsko-dobrzyńskim, grudziądzkim, inowrocławskim, lipnowskim, nakielskim, radziejowskim, rypińskim, sępoleńskim, toruńskim, wąbrzeskim, włocławskim i znińskim). Spośród nich wyłoniono i poddano analizie te, które w ofercie posiadały jazdę konną.

Techniką badawczą, stanowiącą uzupełnienie metody terenowej była obserwacja. Na jej potrzeby przygotowano notatnik, prowadzony równolegle z badaniem ankietowym. Został on skonstruowany z myślą o przyszłej analizie i poprawnej interpretacji zebranego materiału oraz dla wiernego odtworzenia atmosfery towarzyszącej badaniu. Sporządzono też dokumentację fotograficzną każdego gospodarstwa.

Niniejsze opracowanie stanowi wycinek szeroko realizowanej pracy, mającej na celu uchwycenie czynników sprzyjających rozwojowi agroturystyki w województwie kujawsko-pomorskim.

OPIS BADAŃ

Prowadząc rozmowę z respondentami, kierowano się z góry ustaloną liczbą pytań, jednakowych dla wszystkich. Były to w przeważającej części pytania zamknięte (dla nich przygotowano różne warianty odpowiedzi) oraz pytania otwarte (pozwalające uchwycić specyfikę wypowiedzi respondenta i uniknąć sugerowania mu jakiegokolwiek odpowiedzi). Średni czas trwania wywiadu w jednym gospodarstwie wynosił 3 godziny. Odbywał się on po wcześniejszym, telefonicznym uzyskaniu zgody właściciela gospodarstwa agroturystycznego, kiedy to został on poinformowany o celu badań, długości czasu ich przeprowa-

dzania oraz sposobie wykorzystania zebranych informacji. Dokonano też zapewnienia o zachowaniu anonimowości i wykorzystaniu uzyskanych wyników do celów wyłącznie poznawczych.

WYNIKI BADAŃ I ICH OMÓWIENIE

Przeprowadzone badania wykazały, że spośród 78 gospodarstw agroturystycznych w 26,9% (tj. 21) organizowano na terenie zagrody jazdę konną. Wszystkie zapewniały kadrę instruktorską. Dwa gospodarstwa prowadziły stosunkowo duże stadniny (miały po 20 i więcej koni), a dziesięć organizowało turystykę konną dysponując mniejszą ich liczbą (6-13 koni). W pozostałych dziewięciu gospodarze posiadali od 4 do 5 sztuk. Najwięcej gospodarstw oferujących ten rodzaj aktywności było położonych w powiecie toruńskim (4) oraz aleksandrowskim, lipnowskim i żnińskim (po 3). W chełmińskim, golubsko-dobrzyńskim, grudziądzkim, inowrocławskim, radziejowskim i wąbrzeskim tę formę wypoczynku proponowało po 1 gospodarstwo, a we włocławskim 2. Natomiast na terenie rypińskiego i sępoleńskiego nie odnotowano takiej usługi dla turystów.

Gospodarze organizują w swoich stadninach różne formy wypoczynku „w siodle”. Są one uzależnione od stopnia zaawansowania uczestnika. Dla początkujących przygotowuje się naukę pełnej obsługi konia (czyszczenie, siodłanie, kielznanie konia oraz porządkowanie stajni i konserwację sprzętu jeździeckiego), jak również naukę jazdy na lonży. Jazda odbywa się na palcu treningowym (Rys. 1) lub hali (Rys. 2). Nowicjusze uczą się m.in. utrzymania równowagi w siodle, trzymania wodzy i dosiadu oraz pierwszej jazdy klusem. Gospodarze prowadzą dla nich zajęcia z zasad bezpieczeństwa w zakresie jazdy i obsługi koni. Dla bardziej zaawansowanych uczestników proponuje się jazdę na maneżu (ujeżdżalni) bądź w terenie.



Rysunek 1. Plac treningowy
Figure 1. Training area



Rysunek 2. Hala treningowa
Figure 2. Training hall

Propozycje spędzania czasu wolnego uwarunkowane są infrastrukturą niezbędną dla osób jeżdżących konno. Tylko w dwóch gospodarstwach odnotowano kryte ujeżdżalnie. Posiadały one też najbardziej bogatą dla turystów ofertę. Obok indywidualnych nauk jazdy, specjalizowały się w organizacji obozów jeździeckich, turnusów rehabilitacyjnych, rajdów konnych, kuligów, kursów instruktorskich i przeprowadzały egzaminy na odznaki jeździeckie. Zwracały szczególną uwagę na dostosowanie zwierząt proporcjonalnie do wieku, wagi i wzrostu jeźdźcy. W gospodarstwach posiadających w ofercie do 13 koni organizuje się głównie naukę jazdy, obozy i kuligi. Obozy są 7 i 14 dniowe zarówno dla dzieci (od 8 lat), jak i dorosłych. Gospodarze prowadzą też półkolonie letnie dla dzieci i młodzieży. Proponują zajęcia hippiczne (oprowadzenie na koniach lub kucach, woltyżerka-pokaz ćwiczeń akrobatycznych lub gimnastycznych na koniu- rys. 3 i 4) oraz rajdy konne (2-4 dniowe), połączone z pieczeniem dzika lub barana. W 12 gospodarstwach istnieje możliwość przyjazdu z własnym koniem i skorzystania z przygotowanych w stajni boksów (rys. 5 i 6). Prowadzą one też wypożyczalnie sprzętu jeździeckiego, jak również jego sprzedaż (rys. 7 i 8).



Rysunek 3. Jazda na kucach
akrobatycznych na koniu
Figure 3. Riding a pony



Rysunek 4. Pokaz ćwiczeń
Figure 4. Demonstration of acrobatic
exercises on horseback



Rysunek 5. Stajnia dla koni
Figure 5. Stable for horses



Rysunek 6. Stajnia dla koni
Figure 6. Stable for horses



Rysunek 7. Sprzęt jeździecki na sprzedaż
Figure 7. Riding equipment for sale



Rysunek 8. Sprzęt jeździecki do wypożyczenia
Figure 8. Riding equipment for rental

Posiadacze najmniejszej liczby koni nastawieni są głównie na prowadzenie indywidualnych lekcji jazdy konnej, krótkie wyjazdy z jeźdźcami w teren oraz organizowanie przejażdżek bryczką. Dla wyróżnionych 21 gospodarstw jazda konna jest główną atrakcją zagrody i jednocześnie cechą wyróżniającą je na konkurencyjnym rynku. Usługodawcy postrzegają ją za gwarant istotny przy sprzedaży usługi. Sześciu organizatorów wypoczynku „w siodle” prowadzi działalność hotelową dla koni, zapewniając im wybieg i opiekę weterynaryjną. Zdaniem respondentów to następna cecha dobrego wizerunku ich ofert.

Organizacja i prowadzenie jazd rekreacyjnych wymaga stworzenia odpowiedniej infrastruktury. Jest to inwestycja bardzo kosztowna i decyduje o jakości oferty. Stajnia, padok, okólnik, plac do jazdy, kryta ujeżdżalnia są niezbędne z punktu widzenia jeźdźcy i koni. Niemniej nie wszystkich badanych było stać na drogie przedsięwzięcia. Różnice w ofercie prezentują rysunki 9,10,11,12, jak i przedstawione wcześniej rysunki 1,2,5,6.



Rysunek 9. Plac treningowy
Figure 9. Training area



Rysunek 10. Wybieg dla koni
(mało zacieniony)
Figure 10. Paddock (less shaded)



Rysunek 11. Padok w pobliżu trakcji
kolejowej
Figure 11. Paddock near the railway
traction



Rysunek 12. Chodzenie koni „w karuzeli”
Figure 12. Walking horses "in carousel"

Duży odsetek gospodarstw (52,4%) już w chwili uruchamiania działalności agroturystycznej czynił prace przygotowawcze z myślą o rekreacji konnej. Z przeprowadzonych badań wynika, że ta grupa właścicieli wśród najczęściej wymienianych prac przystosowawczych wskazywała głównie zakup dodatkowych koni. Na starcie posiadała też odpowiednie zaplecze do uprawiania turystyki konnej (stajnie, padoki, konie, kuce). Ci gospodarze to najczęściej miłośnicy koni, którzy spełniają poprzez tę usługę swoje pasje i zainteresowania. W pozostałej grupie usługodawców (47,6%) zaobserwowano zupełnie odmienną sytuację. Oni dopiero w przeciągu 3-5 lat po uruchomieniu agroturystyki, poszerzyli usługę o jazdę konną. Takie inicjatywy były podyktowane identyfikacją

potrzeb turystów oraz chęcią wykreowania i zbudowania nowego wizerunku gospodarstwa. Zagospodarowywali w tym celu nadwyżki pogłowia zwierząt lub dokonywali ich zakupu.

Respondenci zdając sobie sprawę z tego, że aby utrzymać się na konkurencyjnym rynku muszą ciągle uatrakcyjnić i podnosić jakość usług. Wprowadzają różne innowacyjne w tym względzie pomysły. Przykładem może być umiejscowienie pokoju gościnnego w bezpośrednim sąsiedztwie stajni, która oddzielona jest od niego przeszklonym oknem (rys. 13). Dzięki temu miłośnicy koni mogą obcować ze zwierzętami, zwłaszcza w porze nocnej. Niewątpliwie dużą atrakcją w jednym z gospodarstw jest możliwość obserwowania jazdy konnej z jadalni, połączonej szybą z krytą ujeżdżalnią (rys. 14). Podobny przykład zaobserwowano też w innej zagrodzie (rys. 15). Tu dodatkowo miejsce spożywania posiłków miało wystrój typowo nawiązujący do jeździectwa. Usługodawcy starają się też wyeksponować swoją ofertę, poprzez stawianie na swojej posesji lub przy drodze znaków informacyjnych, reklamujących omawianą usługę (rys. 16 i 17). Ponadto dbają, aby w bezpośrednim otoczeniu placów treningowych przygotowane były miejsca do odpoczynku (rys. 18).



Rysunek 13. Pokój w bezpośrednim sąsiedztwie stajni dla koni

Figure 13. Peace in the immediate vicinity of, the stables for the horses



Rysunek 14. Jadalnia połączona z ujeżdżalnią

Figure 14. Dining room combined with the riding school

Oferta cenowa wszystkich badanych gospodarstw jest bardzo zbliżona do siebie. Za jazdę konną na maneżu i w terenie turysta musi zapłacić od 20 do 25 zł. Nauka na lonży kosztuje średnio 25 zł za 30 minut lub 40 zł za godzinę z instruktorem. Oprowadzanie na kucach to wydatek rzędu 10 zł, a przejażdżek bryczką 50 za godzinę. Cena obozów jeździeckich (tygodniowych), obejmujących 2,5 godziny jazdy dziennie i wypełnionych opieką nad zwierzętami, zaję-

ciami stajennymi oraz teorią jazdy wynosi średnio 700 zł. Gospodarze wprowadzają w tym względzie różne systemy ulg, w zależności od liczby gości, ich wieku i czasu pobytu.



Rysunek 15. Jadalnia połączona z ujeżdżalnią
Figure 15. Dining room combined with the riding school



Rysunek 16. Znak informacyjny na posesji gospodarza
Figure 16. Informational sign on the property of the host

Pozytywną rzeczą, którą ujawniły badania jest to, że 23,8% gospodarzy planuje nowe działania inwestycyjne, by podnieść standard usługi. Jeden z właścicieli pragnie wzbogacić swój produkt poprzez wybudowanie hali sportowej. Dwóm innym przyświeca cel postawienia hali do zawodów jeździeckich oraz krytej ujeżdżalni. Byli też tacy, którzy deklarowali zakup koni do przewozu bryczką i kuców dla dzieci.



Rysunek 17. Reklama przy drodze
Figure 17. Advertising on the road



Rysunek 18. Miejsce do odpoczynku
Figure 18. A place to rest

Zauważono, że gospodarstwa dążą do osiągnięcia odpowiedniej jakości poprzez tworzenie dodatkowych pakietów, które korespondują z jazdą konną. Są to oferty edukacyjno-rekreacyjne skierowane do szkół (jak również osób prywatnych). Gospodarze gwarantują pobyty jednodniowe w ramach zielonych szkół i dostarczają uczestnikom maksimum informacji o koniach, kucach walijskich, szetlandzkich, jak również o innych zwierzętach hodowlanych (m.in. kozach miniaturowych, osiołkach, pawiach). Bardzo często ich gospodarstwa są też miejscem organizacji praktyk. I choć jak podkreślają respondenci jazda konna w gospodarstwie wiejskim jest główną atrakcją, to jednak sytuacja na rynku wymusza zmianę podejścia do agroturystyki. By utrzymać się na konkurencyjnym rynku stale poszerzają i doskonalą wachlarz usług. Jazda konna zaspakaja głównie potrzeby jednego segmentu nabywców i nie może być gwarancją utrzymania działalności. Dlatego też organizowanie na posesji np. mini muzeów „zwierząt”, skansenów maszyn konnych i urządzeń rolniczych nie jest rzadkością. Omawiana grupa właścicieli kieruje swoje posiadane zasoby do różnych grup odbiorców (rodzin, dzieci, młodzieży, osób niepełnosprawnych, seniorów, grup zorganizowanych). Najczęściej z ich oferty korzystają hobbisci (miłośnicy koni), rodziny i młodzież w grupach zorganizowanych. Tak wskazało 71,4% respondentów. Wśród wypoczywających dominują mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, mazowieckiego i łódzkiego. Z relacji gospodarzy wynika, że z roku na rok liczba turystów wzrasta.

Otrzymane wyniki wskazują, że niewielka grupa gospodarstw spośród 78 przebadanych proponuje jazdę konną. Z tej liczby ankietowanych 25,5% wskazało jazdę na kucyku jako jedną z możliwości czynnego wypoczynku w zagrodzie. Przejazdźki bryczką deklarowało 38,8% badanych. Organizowali je samodzielnie (25,6% posiadała na wyposażeniu bryczki), albo w kooperacji ze stadninami koni lub innymi gospodarstwami agroturystycznymi. Wszyscy respondenci (zarówno osoby, które posiadały w ofercie jazdę konną, jak i nie) potrafili wskazać gościom, gdzie mogą skorzystać w sąsiedztwie gospodarstwa z tego typu rekreacji czynnej. Więcej niż połowa ankietowanych (43, tj. 55,1%) podała, iż istnieje taka możliwość w odległości powyżej 2,0 km od ich domostw. W przypadku 15,3% (12) gospodarstw ośrodki jeździeckie położone były w odległości od 0,5 km do 2,0 km. Natomiast 15 (19,2%) właścicieli wskazało na odległość do 0,5 km. Odpowiedzi te świadczyły o dobrym rozpoznaniu rynku tych usług w najbliższym otoczeniu.

Reasumując należy podkreślić, że jazda konna odgrywa istotną rolę w budowaniu produktu agroturystycznego. Jak podkreśla Chmiel [2009] w miarę zwiększania się ilości czasu wolnego i wzrostu stopy życiowej społeczeństwa, wzrasta świadomość, jak istotne jest racjonalne zagospodarowanie tego czasu i jak ważną funkcję prozdrowotną pełni odpowiednio dobrana rekreacja ruchowa. Koń zaspokaja potrzebę kontaktu współczesnego człowieka z naturalnym środowiskiem, ograniczonego zwłaszcza u mieszkańców miast i stanowi dosko-

nałe antidotum na różnorodne stresy i choroby cywilizacyjne. Kwalifikowana turystyka konna zapewnia atrakcyjny, zorganizowany wypoczynek w formie oferty gospodarstw agroturystycznych, udziału w rajdach i obozach jeździeckich o różnych stopniach trudności. W Polsce rozbudowany jest system konnych odznak turystycznych, których zdobywanie może być atrakcją i motywacją dla młodych wędrowców [Grobelny i in., 2011]. Taka możliwość istniała w ofercie badanych gospodarstw. Trzeba podkreślić za Chmiel [2009], że upowszechnienie wierzchowego użytkowania koni w turystyce i rekreacji zwiększa możliwość zagospodarowania i zbytu nadwyżek ich pogłowia. To niewątpliwie dobry pomysł, zwłaszcza, że jak podkreśla Lihs-Rakowska [2000] obecnie koń przeżywa swój renesans i jest okazją do chwilowego choćby powrotu do natury. Niemniej jak podkreślają Knecht i Sitarz [2008] agroturystyka, jak każda działalność potrzebuje konkretnego planu, analizy możliwości i zagrożeń napotykanym zarówno podczas zakładania, jak i w trakcie funkcjonowania gospodarstwa. Kwestie te należy szczegółowo przeanalizować zwłaszcza w kontekście wzbogacania produktu agroturystycznego o jazdę konną. I choć ta cieszy się popytem wśród badanych gospodarstw, to jednak niewielu właścicieli podejmuje się tej działalności. Z jednej strony może to wynikać z dużych kosztów potrzebnych na uruchomienie usługi, a z drugiej słabym zainteresowaniem turystów na tego typu wypoczynek. Potwierdzają to badania Kowalkowskiego [2010]. Wynika z nich, że turystyka konna jest jedną z najrzadziej wybieranych form spędzania czasu wolnego. Powyższy trend może zmienić obecnie kreowana świadomość korzystnego wpływu tej aktywności na zdrowie człowieka. Wiele osób pragnie doświadczyć zupełnie nowych umiejętności, dlatego istotna jest precyzyjna identyfikacja potrzeb turysty, w celu przygotowania pełniejszych pakietów usług [Cichowska 2008]. Współczesne społeczeństwo otwarcie wyrażające swoje potrzeby, szukające alternatywnych sposobów spędzania czasu wolnego, miejsc wolnych od skażeń i miejskiego zgiełku, nastawione na jakość w sposób zdecydowany będzie kształtowało przyszłe trendy w agroturystyce [Cichowska 2012]. Temat ten, znajdujący się dziś w jego początkowej fazie, będzie się rozwijał dynamicznie. Potwierdzeniem tej tezy niech będą choćby inne kraje europejskie, gdzie żywiołowo rozwija się infrastruktura hippologiczna i liczba oddających się sportowemu i rekreacyjnemu użytkowaniu koni [Młynarczyk 2002].

WNIOSKI

1. Poszerzanie produktu agroturystycznego o jazdę konną na kujawsko-pomorskiej wsi nie cieszy się dużą popularnością. Zaledwie 26,9% gospodarstw agroturystycznych posiada ją w swojej ofercie. Właściciele pozostałych gospodarstw (73,1%), choć nie prowadzą tego typu aktywności ruchowej w zagrodzie, doskonale orientują się, gdzie w najbliższym otoczeniu turysta może skorzystać z wypoczynku „w siodle”.

2. Zaledwie 2 gospodarstwa z 21 wyłonionych w badaniu posiadały duże stadniny koni. W nich odnotowano najwyższą jakość prowadzonej usługi. Zaplecze materialne, kadra instruktorska oraz możliwości nauki i doskonalenia umiejętności jeździeckich są w tych gospodarstwach imponujące.

3. Przypuszcza się, że zapotrzebowanie na turystykę konną będzie w przyszłości wzrastać. Potencjalni nabywcy usług agroturystycznych coraz częściej szukają niekonwencjonalnych sposobów spędzania czasu wolnego na łonie natury. Jazda konna pozwala im się zrelaksować i jednocześnie aktywnie wypocząć.

4. Wszyscy respondenci posiadający w ofercie jazdę konną stwierdzili, że popyt na tę usługę w ich gospodarstwach z roku na rok wzrasta. Grupa 23,8% badanych planuje działania inwestycyjne, by poprawić standard.

BIBLIOGRAFIA

- Chmiel K. *Koń w turystyce i rekreacji*. Państwowa Szkoła Wyższa, Biała Podlaska 2009, 261ss.
- Cichowska J. *Struktura nabywców usług agroturystycznych w województwie kujawsko-pomorskim* [w:] *Popyt turystyczny, Konsumpcja-Segmentacja-Rynki*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 699. Ekonomiczne Problemy Usług Nr 84. Szczecin 2012, s.194.
- Cichowska J. *Czynniki rozwoju agroturystyki na obszarach o niższych walorach przyrodniczych województwa kujawsko-pomorskiego*. Rozprawa doktorska. Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń 2008, s.284.
- Grobelny J., Wiesner W., Zarzycki P. *Górska turystyka kwalifikowana dzieci i młodzieży* [w:] *Rozprawy Naukowe 34. Akademia Wychowania Fizycznego*, Wrocław 2011, s.168.
- Knecht D., Sitarz K. *Projekt analizy marketingowej gospodarstwa agroturystycznego* [w:] *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczego, Biologia i Hodowla Zwierząt LVII*, Nr 567, Wrocław 2008, s.148.
- Kowalkowski A. *Badania dotyczące potrzeb oczekiwań konsumenckich-II etap*. Raport współfinansowany ze środków UE w ramach Osi 4 LEADER PROW na lata 2007-2013, Drohiczyn 2010, s. 52-55.
- Lihs-Rakowska H. *Konie w agroturystyce*. WODR. Oddział Kościerzyn 2000, s.3.
- Młynarczyk K. *Agroturystyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2002, s.171.

Dr Jolanta Cichowska
Katedra Kształtowania i Ochrony Środowiska
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy
ul. Sucha 9
85-796 Bydgoszcz
tel. (52) 340-84-40
e-mail: jolanta_cichowska@interia.pl