



Authors' contribution /
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

**CHARACTERISTICS OF TOURISM DEMAND
FULFILLED IN NATIONAL PARKS
ON THE EXAMPLE OF KAMPINOS NATIONAL PARK**

**CHARAKTERYSTYKA POPYTU TURYSTYCZNEGO
REALIZOWANEGO NA OBSZARACH PARKÓW NARODOWYCH
NA PRZYKŁADZIE KAMPINOSKIEGO PARKU NARODOWEGO**

Jan Zawadka

The Warsaw University of Life Sciences
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Zawadka J. (2016), *Characteristics of tourism demand fulfilled in national parks on the example of Kampinos National Park / Charakterystyka popytu turystycznego realizowanego na obszarach parków narodowych na przykładzie Kampinoskiego Parku Narodowego*. Economic and Regional Studies, Vol. 9, No. 1, pp. 45-54.

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: L83, Z32.

Submitted:
November 2015

Accepted:
January 2016

Number of characters:
24 121
Tables: 0
Figures: 5
References: 15

ORYGINALNY ARTYKUŁ
NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: L83, Z32.

Zgłoszony:
listopad 2015

Zaakceptowany:
styczeń 2016

Liczba znaków ze
spacjami: 24 829
Tabele: 0
Rysunki: 5
Literatura: 15

Summary

Subject and purpose of work: The subject matter of research is the tourism demand within the areas of national parks and the purpose of the work was to characterize the demand realized at the Kampinoski National Park (KNP).

Materials and methods: Research with the use of technique of surveying was conducted in the summer period of 2013 on a sample of 133 tourists resting in the vicinity of KNP. KNP was visited mainly by well-educated inhabitants of large cities (mainly Warsaw), middle aged. The most often used source of information by the researched group during the selection of specific facility was the internet, as well as word of mouth marketing.

Results: During the stay physical activity was conducted-most frequently hiking and bicycle riding. Cultural sphere of the visited region also enjoyed large interest.

Conclusions: Undertaking more in-depth research in the scope of demand realized within the areas of great natural values seems crucial. It would enable the creation of optimum offer as well as its effective promotion, which in turn should translate into development of tourism on the discussed areas. Identification of behaviours and forms of activity conducted by tourists will enable also conduct of actions of preventive character or protective one within the terrains of this type.

Keywords: environmentally valuable areas, agrotourism, Kampinos National Park, tourists' behaviours and expectations

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Przedmiotem badań był popyt turystyczny na obszarach parków narodowych, a za cel pracy przyjęto scharakteryzowanie popytu realizowanego w Kampinoskim Parku Narodowym (KPN).

Materiały i metody: Badania, z wykorzystaniem techniki ankiety, przeprowadzono w okresie letnim 2013 roku na próbie 133 turystów wypoczywających w okolicach KPN. KPN odwiedzali głównie dobrze wykształceni mieszkańcy dużych miast (głównie Warszawy) w średnim wieku. Najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji przez badanych podczas wyboru konkretnego obiektu był internet, a także marketing szeptany.

Wyniki: Podczas pobytu podejmowana była aktywność fizyczna – najczęściej wycieczki piesze oraz rowerowe. Dużym zainteresowaniem cieszyła się również sfera kulturowa odwiedzanego terenu.

Wnioski: Koniecznym wydaje się podjęcie pogłębionych dociekań w zakresie popytu realizowanego na obszarach przyrodniczo cennych. Umożliwi to stworzenie optymalnej oferty, a także efektywną jej promocję, co przełoży się powinno na zdynamizowanie rozwoju turystyki na omawianych obszarach. Rozpoznanie zachowań i form aktywności podejmowanych przez turystów umożliwi także podjęcie działań o charakterze profilaktycznym lub ochronnym na terenach tego typu.

Słowa kluczowe: obszary przyrodniczo cenne, agroturystyka, Kampinoski Park Narodowy, zachowania i oczekiwania turystów

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: dr Jan Zawadka, The Warsaw University of Life Sciences, Faculty of Economic Sciences, Department of Education Economics, Communication and Counselling, Nowoursynowska 166, 02-787 Warsaw, Poland; phone: +48 504-295-392; e-mail: jan_zawadka@sggw.pl

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2014: 70.81 (6.96); Polish Ministry of Science and Higher Education 2015: 8 points/ AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2014: 70,81 (6,96); Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2015: 8 punktów.
Copyright: © 2016 Pope John Paul II State School of Higher Education in Białą Podlaska. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

National Parks in Poland are, as an important element of Polish environmentally valuable areas, vastly popular among tourists that visit them in great numbers. 11.5 million tourists visited them in 2013 (*Ochrona środowiska...*, p. 287). Apart from their main protective function these areas are open for tourism which is one of the most important social goals because it is related to the fulfilment of human basic needs of contact with nature by gaining knowledge about nature and the world, experiencing emotions, and feeling of adventure (Olaczek 2008, p. 16).

The Kampinos National Park (KNP) located in Środkowopolska Lowland was created in 1959. It covers 385 thousand hectares. In 2000 the park was added to the UNESCO's list of biosphere reserves. The area of Kampinos National Park includes Kampinos Forest which is the largest and best preserved part of former Masovian forests. It is also interesting to know that the park is situated in the direct neighbourhood of Warsaw area and plays a role of Warsaw's "green lung". It is one of the few facilities of such a rank in the world that is so closely adjacent to the capital of a country¹. The first forest reserves in Kampinos Forest had already been created in 30s and their creation and later creation of the Park itself is connected to scientific activities of a married couple: Roman and Jadwiga Kobendza. The landscape of the park was formed at the end of the ice age. At that time dunes were formed, which are up to 30m in height (nowadays they are mostly covered by a forest). The diversity of plants caused by the morphology of the terrain determines the attractiveness of the landscape and richness of nature of the area. The park includes about 1245 species of plants, 69 of which are protected. 2030 of insect species form the most numerous group of animals in the park. Moreover, 13 species of amphibians, 6 species of reptiles, 200 species of birds and 48 species of mammals live in the park. Among the latter category, one should mention the moose, which is the emblematic animal of the park, as well as the beaver and the lynx (Radziejowski 2011, pp. 171-172).

The areas around Kampinos have historic significance. There are places of national memorials, for example graves of insurgents from 1863 (Kampinos, Zaborów Leśny), cemeteries and monuments of the fallen in September 1939 (among others, Brochów, Kiełpin, Stare Babice and Zaborów), the places of martyrdom of the World War II (e.g. Kampinos, Palmiry, Opaleń) graves and guerrilla cemeteries from 1944. (Laski, Wiersze). In the buffer zone of the park one can also admire many architectural monuments: churches (Zaborów, Leszno, Brochów), as well as mansions and palaces (Kampinos Zaborów and Tułowice) (www.kampinoski-pn.gov.pl). In Granica, near the park museum, there is an open-air museum of forest architecture. Other places, such as Narrow Gauge Railway Museum (Muzeum Kolei Wąskotorowej) and the Museum of the Sochaczew and Battlefield Bzura in Sochaczew (Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą w Sochaczewie) as well as the manor

¹ The Nairobi National Park in Kenya may be proud of a similar titre.

Wstęp

Parki narodowe w Polsce, stanowiąc bardzo ważny element obszarów przyrodniczo cennych, cieszą się dużą popularnością wśród turystów i są przez nich licznie odwiedzane. W 2013 roku odwiedziło je 11,5 mln osób (*Ochrona środowiska...*, s. 287). Obszary te bowiem, oprócz zasadniczej funkcji, jaką jest ochrona są również udostępniane dla celów turystycznych, co jest jednym z ich najważniejszych społecznych zadań, gdyż wiąże się z zaspokojeniem elementarnych potrzeb kontaktu człowieka z przyrodą, umożliwiając zdobywanie wiedzy przyrodniczej i krajoznawczej, poznawanie świata, przeżywanie emocji i doznawanie przygody (Olaczek 2008, s. 16).

Znajdujący się na obszarze Niziny Środkowopolskiej Kampinoski Park Narodowy (KPN) utworzony został w roku 1959. Jego powierzchnia wynosi 38,5 tys. ha. W roku 2000 park został wpisany na listę Światowych Rezerwatów Biosfery UNESCO. Kampinoski Park Narodowy obejmuje obszar Puszczy Kampinoskiej, która stanowi największy i najlepiej zachowany fragment dawnych puszczy mazowieckich. Ciekawostką jest też fakt, że park bezpośrednio sąsiaduje z Warszawą, stanowiąc jej „zielone płuco”. Jest to jeden z niewielu obiektów tej rangi na świecie, sąsiadujący tak ściśle ze stolicą państwa¹. Pierwsze rezerваты na terenie Puszczy Kampinoskiej powstały już w latach trzydziestych ub. wieku, a ich powstanie, jak i późniejsze powstanie samego parku, wiąże się z działalnością naukową małżeństwa Romana i Jadwigi Kobendzów. Krajobraz parku został ukształtowany pod koniec okresu lodowcowego. W tym czasie powstały wydmy, których wysokość sięga 30 m (obecnie porośnięte głównie lasem). Zróżnicowanie szaty roślinnej, spowodowane morfologią terenu, stanowi o atrakcyjności krajobrazowej i przyrodniczej tego obszaru. Flora parku obejmuje około 1245 gatunków roślin, z czego ochronie gatunkowej podlega 69 gatunków. Spośród zwierząt najliczniejsze w obrębie parku są owady liczące ponad 2030 gatunków. Ponadto spotkać tu można 13 gatunków płazów, 6 gatunków gadów, około 200 gatunków ptaków i 48 gatunków ssaków. Wśród tych ostatnich wymienić należy łosia, który jest zwierzęciem herbowym parku, bobra i rysia (Radziejowski 2011, s. 171-172).

Okolice Kampinosu mają duże znaczenie historyczne. Są tu miejsca pamięci narodowej, np. mogiły powstańcze z 1863 r. (Kampinos, Zaborów Leśny), cmentarze i pomniki poległych we wrześniu 1939 r. (m.in. Brochów, Kiełpin, Stare Babice czy Zaborów), miejsca martyrologii z czasów II wojny światowej (np. Kampinos, Palmiry, Opaleń), mogiły i cmentarze partyzanckie z 1944 r. (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) (www.kampinoski-pn.gov.pl). W Granica, przy muzeum parkowym, funkcjonuje skansen budownictwa puszczańskiego. W okolicy odwiedzić warto także Muzeum Kolei Wąskotorowej oraz Muzeum Ziemi Sochaczewskiej i Pola Bitwy nad Bzurą w Sochaczewie oraz dworek i dom urodzenia Fryderyka Chopina w Żelazowej Woli. Atrakcją turystyczną jest także,

¹ Mianem tego typu może poszczycić się Nairobi National Park w Kenii.

and the house of birth of Frederic Chopin in Zelazowa Wola, are also worth visiting. Narrow-gauge railway on a route of Sochaczew-Kampinos Forest is also a tourist attraction in summer.

The park has a highly developed network of trails for hiking and biking. They allow visitors to reach the most beautiful parts of Kampinos Forest. Visitors may use around 360 km of marked hiking trails and 200 km of bicycle routes. Some of the trails which are closest to Warsaw serve as a "strolling" routes e.g. the red way marking (szlak czerwony), leading from Wólki Węglowe to Izabelin. The network of biking routes is well developed². The main, Kampinos Bicycle Route (green way marking) spreads around the Kampinos Forest, mostly in the area of the park, in the rest of the buffer zone, forming a 145km loop. One mountain hut and 55 rain shelters are located in the park (*Ochrona środowiska...*, p. 287).

Apart from numerous positive aspects of the national parks being open for tourists and allowing them to spend free time in there, the vast popularity of such places often causes many different issues among visitors resulting from excessive attendance and induces a need of creation of additional facilities in order to regulate tourist traffic in the park and its buffer zone, and the need to reduce its negative impact on nature (Partyka 2010, p. 253).

Studies on the preferences and expectations of tourists visiting environmentally valuable areas will allow, among others, for a better adjustment of accommodation facilities service offer, which will boost the development of tourism traffic in these areas. As aforementioned, it may be accompanied by negative effects for the natural and cultural environment in a particular area. Recognition of behaviours and leisure activities of visitors will be crucial in this case. This knowledge allows for a well-fit preparation and adjustment of the infrastructure in the area and it enables the recognition of the most important problems and particularly vulnerable places or valuable elements of the ecosystem.

Material and methods

The aim of this study is the presentation of tourist behaviours, preferences and expectations of people visiting Kampinos National Park and the surrounding areas which are environmentally valuable areas. Field research using questionnaires was conducted in July and August of 2013 on a sample of 133 people visiting the area.

The results

The group of visitors was very diverse. Women constituted the larger group (53.4%). As far as the age is concerned, middle-aged people (between 31 and 65) predominated. This group constituted 79.6% of the whole group. 9.0% of respondents were young people (up to 30 years old), while elder

² An interesting elaboration on this subject is the work by M. Koziela (2011), *Turystyka rowerowa w polskich parkach narodowych*, Instytut Nauk o Ziemi, UMCS, Lublin 2011.

kursująca z Sochaczewa w sezonie letnim do Puszczy Kampinoskiej, kolejka wąskotorowa.

Park posiada bardzo rozwiniętą sieć szlaków dla turystyki pieszej i rowerowej. Pozwalają one na zwiedzanie najładniejszych fragmentów Puszczy Kampinoskiej. Do dyspozycji odwiedzających jest około 360 km znakowanych pieszych szlaków turystycznych oraz 200 km szlaków rowerowych. Część szlaków w rejonie położonym najbliżej Warszawy spełnia rolę tras przechadzkowych np. czerwony, prowadzący z Wólki Węglowej do Izabelina. Bardzo rozbudowana jest sieć szlaków rowerowych². Główny z nich, Kampinoski Szlak Rowerowy (zielony) biegnie dookoła Puszczy Kampinoskiej, przeważnie na obszarze parku, w pozostałej części w otulinie, tworząc pętlę o długości 145 km. Na terenie parku funkcjonuje schronisko oraz 55 schronów przeciwdeszczowych (*Ochrona środowiska...*, s. 287).

Obok całego szeregu pozytywnych aspektów udostępnienia parków narodowych dla turystów i spędzania w nich czasu wolnego, efekt dużej popularności tych terenów wśród odwiedzających wywołuje jednak często wiele różnych problemów wynikających z nadmiernej frekwencji i konieczność tworzenia dodatkowej infrastruktury by opanować ruch turystyczny na terenie parku oraz jego otuliny, a także ograniczyć jego negatywny wpływ na przyrodę (Partyka 2010, s. 253).

Badania dotyczące preferencji i oczekiwań turystów wypoczywających na obszarach cennych przyrodniczo pozwolą m.in. na lepsze dopasowanie oferty usługowej obiektów noclegowych, co pozwoli zdynamizować rozwój ruchu turystycznego na tych obszarach. Jak jednak wspomniano wcześniej towarzyszyć mogą temu niekorzystne skutki względem środowiska przyrodniczego oraz kulturowego danego obszaru. Bardzo istotne w tym przypadku będzie rozpoznanie zachowań i form spędzania czasu wolnego odwiedzających. Wiedza ta bowiem pozwoli na optymalne przygotowanie i dostosowanie infrastruktury na danym terenie, a także umożliwi diagnozę najbardziej istotnych problemów i szczególnie zagrożonych miejsc czy elementów cennego ekosystemu.

Materiał i metody

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie zachowań, preferencji i oczekiwań turystycznych osób odwiedzających obszar przyrodniczo cenny, jakim jest Kampinoski Park Narodowy i jego okolica. Badania terenowe z wykorzystaniem techniki ankietowej przeprowadzone zostały w okresie lipca i sierpnia 2013 r. na próbie 133 osób wypoczywających na tym obszarze.

Wyniki badań

Osoby wypoczywające na obszarze Kampinosu stanowiły zróżnicowaną grupę. Wśród badanych przeważały kobiety (53,4%). Pod względem wieku dominowały osoby w wieku średnim – pomiędzy 31 a 65 rokiem życia. Stanowiły one 79,6% badanych. 9,0% respondentów stanowiły osoby młode (do 30 roku ży-

² Ciekawym opracowaniem na ten temat jest pozycja M. Koziela (2011), *Turystyka rowerowa w polskich parkach narodowych*, Instytut Nauk o Ziemi, UMCS, Lublin 2011.

people, above 65 years old, constituted 11.3%. The respondents were relatively well-educated. 65.4% of them completed university, 30.0% - high school and 4.5% had technical diploma. The professions that respondents performed were somewhat related to the profile of acquired education. 38.5% of them were white collar workers, 16.5% - entrepreneurs, 12.0% - managers, 9.0% declared liberal professions and 17.3% were pensioners. A small percentage of the respondents were blue-collar workers, students, housekeepers and farmers. So it can be presumed that preference for a stay and rest near the nature, in a quiet and peaceful place characterized by the presence of natural resources is characteristic for people whose work requires a significant mental effort.

Due to close neighbourhood of Warsaw the significant number of respondents visiting the Kampinos National Park live in Warsaw. The vast majority of respondents (87.9%) were urban dwellers - 87.9%; 52.9% of this group lived in large cities (over 200 000 residents). Whilst 12% of respondents lived in the countryside. Residents from Mazowieckie province dominated (61.8%) among all respondents. The second most numerous group were residents of Dolnośląskie province (9.8%). Among the respondents there were also people from the Pomorskie, Podkarpackie and Lubelskie provinces. The most frequently chosen means of transport used to reach the area was car (88.0%). 6.0% of respondents chose train, 3.8% bus. The remaining respondents used bicycle or motorcycle.

Environmentally attractive areas are very popular among respondents as a holiday destination. The frequency of visits is the evidence for it

cia), natomiast 11,3% osoby starsze – powyżej 65 lat. Respondenci legitymowali się relatywnie wysokim poziomem wykształcenia. 65,4% z nich było po studiach, 30,0% ukończyło szkołę średnią, a 4,5% zasadniczą. Deklarowany przez badanych rodzaj wykonywanej pracy był nieco skorelowany z ich wykształceniem. 38,3% badanych stanowili bowiem pracownicy umysłowi, 16,5% przedsiębiorcy, a 12,0% kadra kierownicza. 9,8% badanych deklarowało wykonywanie wolnego zawodu. 17,3% stanowili natomiast emeryci i renciści. Nieznaczny odsetek badanych stanowili pracownicy fizyczni, studenci, osoby prowadzące dom oraz rolnicy. Można więc domniemać, że pobyt i wypoczynek na łonie natury, w cichym i spokojnym miejscu charakteryzującym się występowaniem walorów przyrodniczych charakterystyczny jest dla osób, których praca wymaga znacznego zaangażowania umysłowego.

Z uwagi na bezpośrednie sąsiedztwo Kampinoskiego Parku Narodowego i największego polskiego miasta, Warszawy, znaczna część respondentów była właśnie mieszkańcami stolicy. Zdecydowaną większość badanych (87,9%) stanowili mieszkańcy miast – 87,9%. 52,9% tej grupy pochodziło z dużych miast (powyżej 200 tys.). 12% respondentów mieszkało natomiast na wsi. Wśród badanych dominowali mieszkańcy woj. mazowieckiego (61,8%). Drugą co do liczebności grupą byli mieszkańcy woj. dolnośląskiego (9,8%). Wśród respondentów były także osoby z woj. pomorskiego, Podkarpacia oraz Lubelszczyzny. Najczęściej wybieranym przez badanych środkiem transportu służącym przybyciu do miejsca wypoczynku był samochód osobowy (88,0%). 6,0% wybrało pociąg, a 3,8% autobus. Pozostali posłużyli się rowerem bądź motocyklem.

Obszary atrakcyjne przyrodniczo cieszyły się dużą popularnością badanych jako miejsce wypoczynku. Świadczyć może o tym częstotliwość ich odwiedzania.

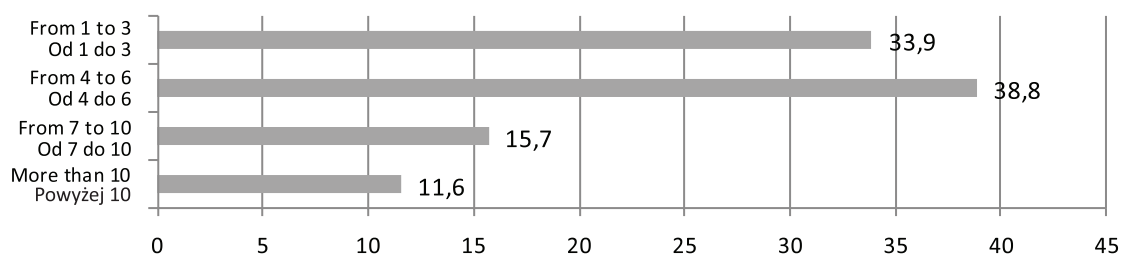


Figure 1. Frequency (per year) of respondents rest on environmentally valuable areas (%)

Rysunek 1. Częstotliwość (w ciągu roku) wypoczynku badanych na obszarach przyrodniczo cennych (%)

Source: own elaboration.

Źródło: badania własne.

Several respondents declared that they visit such places even several dozen of times during the year. They were mostly weekend trips in case of people living in Warsaw and those who no longer work professionally. The length of stay was also diverse. Most often respondents went on weekend trips (36.8%). Almost 31% of respondents said that they spent from 3 to 6 days staying in environmentally attractive areas, 22.6% of respondents decide to stay a week in such places. 9.8% of respondents stayed in such areas even longer, sometimes a month. Again, visitors that stay longer are mostly elder people. In most cases the length of the single stay is inversely proportional to the frequency of visits.

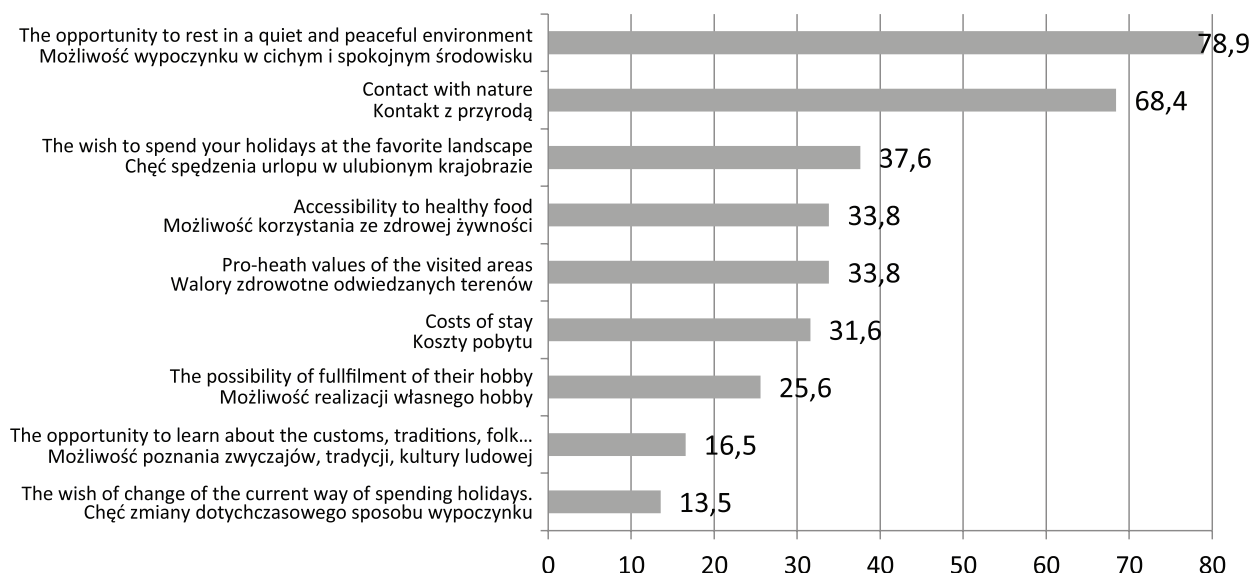
Kilkoro respondentów deklarowało, iż tego typu miejsca odwiedza nawet kilkadziesiąt razy w ciągu roku. W większości były to wyjazdy weekendowe osób mieszkających w Warszawie i nie pracujących już zawodowo. Zróżnicowana była także długość pobytu. Badani przyjeżdżali najczęściej na weekend (36,8%). Prawie 31% respondentów stwierdziło, że wypoczywając w miejscach atrakcyjnych przyrodniczo spędza tam zazwyczaj 3 do 6 dni. Na pobyt tygodniowy decydowało się 22,6%. 9,8% badanych wypoczywało na takich obszarach nawet dłużej, niekiedy miesiąc. Osoby przyjeżdżające na dłużej, w większości ponownie osoby starsze. Długość ich jednorazowego pobytu była w większości przypadków odwrotnie proporcjonalna do częstotliwość wypoczynku.

The respondents who decided for a holiday in environmentally valuable areas rarely came alone (only 4.5%). Most frequently, the accompanying person was a spouse or a partner (54.9%). ¼ of respondents preferred holidays with family or friends (21.8%). Almost 20% of respondents were grandfathers/grandmothers with their grandchildren.

Reasons for choice of the environmentally valuable areas as a holiday destination were related to their specific characteristics. The most important feature for respondents was the opportunity to rest in a quiet and peaceful environment and contact with nature (Figure 2). It should be noted that, the respondents' attitudes were slightly different depending on gender. Men paid more attention to the cost of the visit and appreciated the opportunity to spend holidays in a favourite landscape. Women, on the other hand, valued the possibility of contact with nature much more. Elder people showed an interest towards health-promoting features of visited areas and the possibility to find healthy food at stores. They more often declared a wish of change of the current way of spending holidays. It can be a result of their better experience in this field.

Respondenci decydując się na wypoczynek na obszarach cennych przyrodniczo rzadko przyjeżdżali na nie sami (jedynie 4,5%). Najczęściej osobą towarzyszącą był współmałżonek lub partner (54,9%). ¼ badanych preferowała natomiast wypoczynek w gronie rodziny lub przyjaciół (21,8%). Prawie 20% badanych stanowili dziadkowie/babcie z wnukami.

Powody wyboru obszarów cennych przyrodniczo na miejsce wypoczynku miały związek ze specyficznymi ich cechami. Największe znaczenie dla badanych miała możliwość wypoczynku w cichym i spokojnym środowisku oraz kontakt z przyrodą (wykres 2). Należy tu jednak zaznaczyć, że ze względu na płeć badani reprezentowali nieco odmienne postawy. Mężczyźni większą uwagę przywiązywali do kosztów pobytu, a także doceniali możliwość spędzenia urlopu w ulubionym krajobrazie. Dla kobiet natomiast zdecydowanie bardziej istotną była możliwość kontaktu z przyrodą. Osoby starsze wiekiem z kolei przejawiały większe zainteresowanie walorami zdrowotnymi odwiedzanych terenów oraz możliwością korzystania ze zdrowej żywności. Seniorzy nieco częściej deklarowali także chęć zmiany dotychczasowego sposobu wypoczynku. Może wynikać to poniekąd z większego ich doświadczenia w tym zakresie.



*respondents could choose more than one answer

*badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Figure 2. Reasons why respondents chose environmentally valuable areas as their holiday destinations (%)

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

Source: own elaboration.

Źródło: badania własne.

Depending on the level of education of the respondents, some distinctions are also visible when considering the reasons for the choice of environmentally valuable areas as their holiday destinations. Respondents with higher education paid more attention to a pro-health profile of these areas and a possibility of contact with nature. Much more often they showed an interest towards healthy food offered at the place of accommodation. The higher the level of education was the less significant costs of stay were. Probably it is due to slightly less favourable financial situation of less educated people.

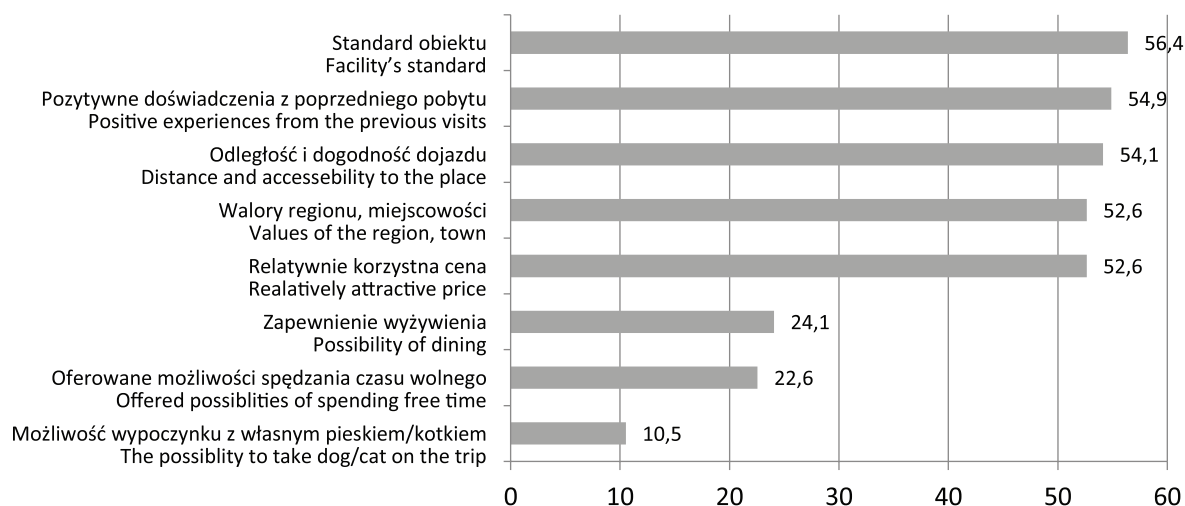
Pewne różnice dostrzec można również rozpatrując powody wyboru obszarów przyrodniczo cennych na miejsce wypoczynku w zależności od poziomu wykształcenia badanych. Respondenci legitymujący się wykształceniem wyższym większą wagę przywiązywali do możliwości kontaktu z przyrodą oraz prozdrowotnego charakteru tych obszarów. Znacznie częściej także przejawiali oni wolę korzystania ze zdrowej żywności oferowanej w miejscu noclegu. Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia wyraźnie malało znaczenie kosztów pobytu. Powodem jest najprawdopodobniej nieco mniej korzystna sytuacja materialna osób gorzej wykształconych.

It should be also noted that these places are parts of broadly defined rural areas. Tourist facilities located on these areas very often offer similar conditions of visit. Such conditions are admired by those people who search for places that are away from the loud and crowded urban areas. While choosing the place of visit, these tourists were driven by motives similar to those visiting environmentally valuable areas. It was demonstrated, among others, by: Niedziółka and Bogusz (2011), Sikorska-Wolak and Zawadka (2012), Balińska i Sikorska-Wolak (2009) czy Zawadka (2013).

The reasons of choice of particular accommodation facility were slightly less diverse. The convenience of access and local tourist attractions were of great significance. A significant share of positive experiences concerning previous visits means that the respondents were willing to return to the verified facilities. Most important, however, was the ratio of facility standard and quality of services compared to prices. Detailed information on this subject is presented in Graph 3.

Należy tu również zauważyć, że omawiane obszary to część szeroko rozumianych obszarów wiejskich. Obiekty turystyczne funkcjonujące na ich terenie oferują więc często bardzo zbliżone warunki wypoczynku. Potrafią docenić to osoby, które poszukują miejsc oddalonych od głośnych i zatłoczonych aglomeracji miejskich. Turyści ci, wybierając miejsce wyjazdu, kierują się bardzo podobnymi motywami jak osoby wypoczywające na obszarach przyrodniczo cennych. W swoich badaniach wykazali to m.in.: Niedziółka i Bogusz (2011), Sikorska-Wolak i Zawadka (2012), Balińska i Sikorska-Wolak (2009) czy Zawadka (2013).

Nieco mniej zróżnicowane były powody wyboru przez badanych konkretnego obiektu noclegowego. Duże znaczenie miały tu dogodność dojazdu oraz miejscowe walory turystyczne. Znaczny udział wskazań dotyczących pozytywnych doświadczeń z poprzedniego pobytu oznacza, że respondenci chętnie wracają do sprawdzonych obiektów. Najbardziej istotną jednak była relacja standardu obiektu i jakości usług w nim świadczonych do ceny. Szczegółowe informacje na ten temat zaprezentowano na wykresie 3.



*respondents could choose more than one answer

* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Figure 3. Respondents' reasons of choice of a particular farmhouse (%)

Rysunek 3. Powody wyboru przez badanych konkretnego gospodarstwa agroturystycznego (%)

Source: own elaboration.

Źródło: badania własne.

At this point it is worth mentioning that elder people paid huge attention to the possibility of dining at the place of stay and (similarly well-educated people) to the standard of facility. What is more, elder people more often chose places where they could take their pets. Some preferences based on gender were also visible. For instance, men paid slightly more attention to the facility standard, local values and (similar to young people) attractive price.

In case of every business suitable advertisement and customer targeting are very important issues. Nowadays, the Internet is the most frequently and commonly used source of information. This medium was also mentioned by respondents as a source of information about the place of stay (60.9%). It should not be surprising because the Internet is most often used to find information about buying organised trips

Warto nadmienić w tym miejscu, że osoby starsze bardzo dużą wagę przywiązywały do możliwości wyżywienia oraz (podobnie jak osoby lepiej wykształcone) do standardu obiektu. Seniorzy ponadto częściej wybierali obiekty, do których zabrać mogli własnego zwierzęcia. Widoczne były także pewne preferencje ze względu na płeć. Mężczyźni dla przykładu nieco częściej kładli nacisk na standard obiektu, okoliczne walory oraz (podobnie jak osoby młode) korzystną cenę.

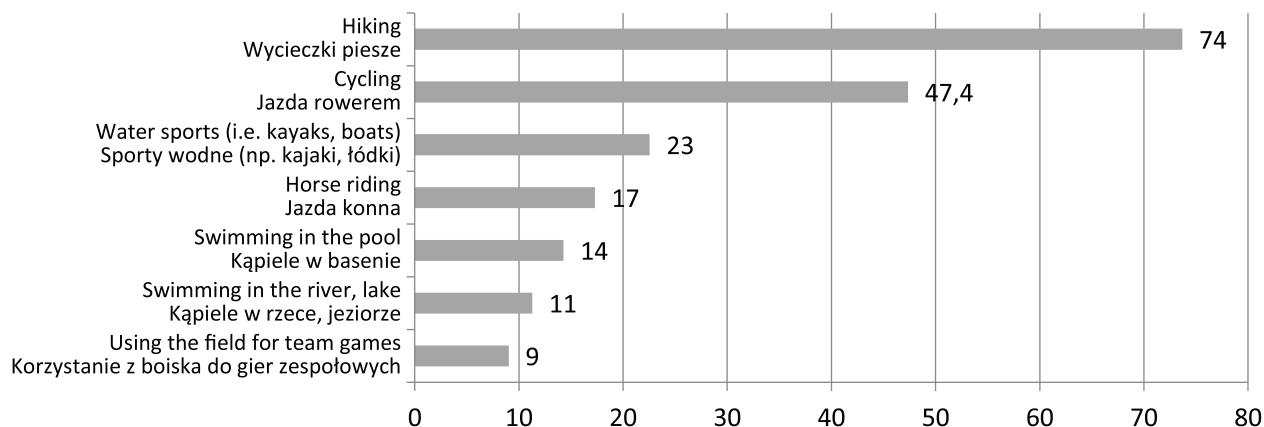
Bardzo ważną kwestią w przypadku każdej działalności jest odpowiednia jej promocja i dotarcie z informacją do potencjalnego klienta. W obecnych czasach najczęściej i najchętniej wykorzystywanym źródłem informacji jest internet. Również respondenci, jako źródło, z którego pozyskali informacje dotyczące miejsca wypoczynku wskazali to medium (60,9%). Nie powinno powodować to zdziwienia, ponieważ internet jest najczęściej wyko-

as well as independent travel planning. On the basis of the example of aforementioned rural tourism, the results concerning the topic match with the results of studies conducted by, among others: Krzyżanowska and Wojtkowski (2012), Stepaniuk (2010), Kolczatek and Jankowski (2006), Niedziółka (2008) and Prochorowicz (2006) and other studies by the author (Zawadka 2010). People that depended on family and friends recommendations constituted a relatively large group of respondents (39.1%) They were mostly elder people who depended on these opinions for whom the usage of the Internet for this purpose sometimes poses a challenge. It should be emphasized that the tourist fairs or leaflets, brochures and catalogues which are therefore quite cost-intensive forms of advertising were used marginally.

A trip outside the city, near the nature favours active forms of leisure. Hiking and bike rides (graph 4) were popular among respondents. Environmentally attractive area is an excellent place for these types of physical activities. It seems that proper preparation of the area for hiking and biking paths and their adequate marking are crucial. Here, it should be stressed that KNP has special conditions for hiking and biking. Because a lot of such paths had been marked of this area. They allow visitors to experience natural attractions of the park and also offer the opportunity to visit many places of great historical value. Relatively small number of choices concerning swimming or team games may be caused by the lack of such proper facility in the area of KNP.

rzystywany w celu pozyskania informacji o możliwości nabycia wyjazdu zorganizowanego, jak również podczas samodzielnego planowania podróży. Przytaczając przykład wspomnianej turystyki wiejskiej, wyniki niniejszych badań w tym zakresie pokrywają się z wnioskami płynącymi z badań m.in. Krzyżanowskiej i Wojtkowskiego (2012), Stepaniuka (2010), Kolczatka i Jankowskiego (2006), Niedziółki (2008) czy Prochorowicz (2006) oraz innych badań autora (Zawadka 2010). Wśród badanych stosunkowo dużą grupę stanowiły również osoby bazujące na opiniach i rekomendacjach rodziny i znajomych (39,1%). Na opiniach tych bazowały szczególnie osoby starsze, dla których skorzystanie z komputera celem wykorzystania internetu jest czasem problemem. Należy tu podkreślić, że targi turystyczne czy ulotki, foldery i katalogi, a więc dość kosztochłonne formy reklamy, wykorzystywane były w marginalnym stopniu.

Wyjazd poza miasto oraz pobyt na łonie przyrody sprzyjają podejmowaniu aktywnych form rekreacji i wypoczynku. Wśród badanych największą popularnością cieszyły się wycieczki piesze i przejażdżki rowerem (wykres 4). Atrakcyjna przyrodniczo okolica to świetne miejsce do tego typu aktywności ruchowej. Niezbędne jednak wydaje się odpowiednie zagospodarowanie terenu w szlaki piesze i rowerowe, a także odpowiednie ich oznakowanie. Należy w tym miejscu zauważyć, że KPN ma szczególne warunki do uprawiania turystyki pieszej oraz rowerowej. Na jego terenie wytyczono bowiem wiele szlaków tego typu. Pozwalają one bliżej poznać atrakcje przyrodnicze parku, ale dają także możliwość odwiedzenia wielu miejsc o dużej wartości historycznej. Stosunkowo rzadkie wskazania dotyczące kąpieli czy gier zespołowych mogą być spowodowane właśnie brakiem odpowiedniej infrastruktury tego typu w okolicy KPN.



*respondents could choose more than one answer

* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Figure 4. Outdoor activities chosen by the respondents while visiting environmentally valuable areas (%)

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

Source: own elaboration.

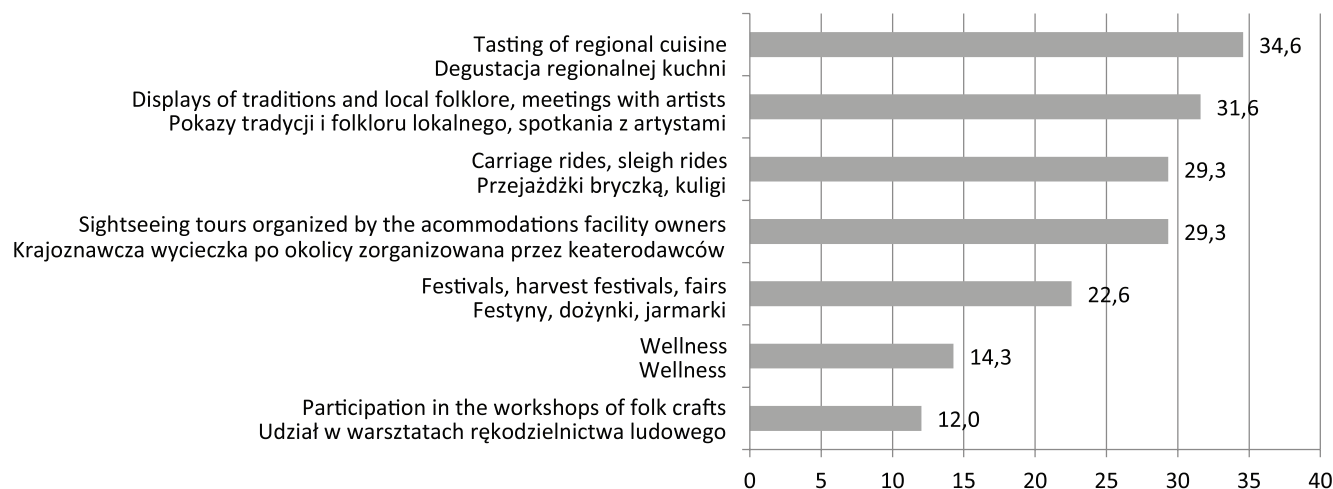
Źródło: badania własne.

Elder people, apart from hiking (which is the least demanding activity) willingly chose Nordic walking. Well-educated people more often chose water sports and horse riding (it may be related to their better financial situation - especially horse riding is a relatively expensive hobby).

Osoby starsze, poza wycieczkami pieszymi (jako najmniej wymagającymi), chętnie uprawiały także nordic walking. Osoby lepiej wykształcone wskazywały znacznie częściej sporty wodne oraz jazdę konną (może mieć to związek z nieco ich lepszą sytuacją materialną - szczególnie jeździectwo to dość drogie hobby).

Apart from natural values, people visiting Kampinos showed a great interest in broadly defined cultural life of visited places including culinary traditions.

Osoby przebywające na terenie Kampinosu, poza walorami naturalnymi, przejawiały duże zainteresowanie szeroko pojętą sferą kulturową odwiedzanych terenów, w tym tradycjami kulinarnymi.



*respondents could choose more than one answer

* badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Figure 5. Attractions in environmentally valuable areas which respondents would like to additionally experience (%)

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

Source: own elaboration.

Źródło: badania własne.

The elderly as well as young people (up to 30 years old) showed a great interest towards demonstrations of traditions and local folklore, meetings with artists and tasting the local cuisine. The second group would also willingly use SPA facilities. This is undoubtedly the result of fatigue caused by too tiring (especially mentally) professional work. The group of middle-aged people and those who were well-educated were slightly more often than other groups interested in touring trips around the area, as well as horse-drawn carriage rides and sleigh rides. The last group would willingly participate in traditional workshops, folklore, and festivals, harvest festivals and fairs.

Despite the fact that almost 90% of respondents were satisfied with the stay and rest in the Kampinos National Park, there were some opinions about the possibility to take certain measures which would improve the quality of services of accommodation which were used by the respondents. One of the most frequently indicated issue that the respondents believed required changes in order to improve the quality of the offer provided by these facilities was poor sports and recreation equipment. Assuming that cycling is popular among tourists during the stay in this type of area, it was indicated that it would be appropriate to make bikes available for visitors. As often as that (approx. 30% of respondents), respondents had issues about the aesthetics of sanitation equipment. Moreover, ¼ of respondents appraised bedroom equipment and beds themselves as not necessarily positive. There were also opinions that the number of guests staying at the same accommodation facility should be reduced. These types of demands, unfortunately, frequently contradict the ideas of hosts about their business activity.

Dużym zainteresowaniem ze strony osób starszych, a także młodych (do 30 roku życia) cieszyły się pokazy tradycji i folkloru lokalnego, spotkania z artystami oraz degustacja regionalnej kuchni. Ta druga grupa chętnie skorzystałaby również z wellness i SPA. Jest to niewątpliwie efekt przemęczenia zbyt obciążającą (szczególnie psychicznie) pracą zawodową. Grupa osób w średnim wieku oraz tych, którzy legitymowali się wyższym poziomem wykształcenia, zainteresowana była nieco częściej niż pozostali krajoznawczymi wycieczkami po okolicy, a także przejażdżkami bryczką i kuligiem. Ci ostatni ponadto chętnie wzięliby udział w warsztatach rękodzieła ludowego, a także festynach, dożynkach czy jarmarkach.

Pomimo faktu, iż prawie 90% badanych było usatysfakcjonowanych pobytami i wypoczynkami na terenie Kampinoskiego Parku Narodowego pojawiały się głosy dotyczące możliwości podjęcia pewnych działań, które umożliwiłyby podniesienie jakości usług świadczonych w obiektach noclegowych, z których korzystali respondenci. Jednym z najczęściej wskazywanych zagadnień, które w opinii badanych wymagało zmian w celu poprawienia jakości oferty świadczonej przez te obiekty było ubogie wyposażenie w sprzęt rekreacyjno-sportowy. Przy założeniu, że wycieczki rowerowe są bardzo często podejmowane przez turystów podczas wypoczynku na tego typu obszarze, wskazanym byłoby udostępnienie przyjezdnym jednośladów. Równie często (po ok. 30% wskazań) respondenci mieli zastrzeżenia do estetyki urządzeń sanitarnych. Przez ¼ badanych niezbyt pozytywnie ocenione było ponadto wyposażenie pokoju sypialnego oraz komfort samego łóżka. Pojawiały się także opinie, że zmniejszeniu uleg powinna liczba gości wypoczywających jednocześnie w danym obiekcie. Tego typu postulaty są niestety najczęściej sprzeczne z wyobrażeniem kwaterodawców na temat prowadzonej przez nich działalności.

Summary and conclusions

Due to increasing popularity of alternative and balanced forms of tourism, environmentally valuable places are gaining huge interest. Tourists who are sometimes tired and bored with visits in popular tourist resorts, treat them as a kind of "emergency exit" from the town and they seek peace, tranquillity and contact with nature. These aspects are the most frequently chosen by the respondents as the reason of their choice of holiday destination. While selecting a particular accommodation facility, people were primarily driven by its standard, accessibility and nearby tourists values.

The Kampinos National Park was visited especially by well-educated, middle-aged dwellers of large cities (mainly from Warsaw). The most frequently used source of information about particular facility was the Internet. Whisper marketing was also often used. In this form the sources of information about the accommodation are family and friends. The efficacy of other, more expensive methods of advertisement should be also considered. Tourist fairs, brochures and flyers or advertising in the press, radio and television were occasionally used by the respondents. It does not change the fact that these channels are very important in promoting various forms of recreation and promoting particular tourist regions. The effectiveness of their use by individual service providers, however, remains controversial.

The visit in an environmentally attractive area is most often accompanied by physical activity. Among the respondents, the most popular activities during their visit were hiking and biking. It was a good opportunity to experience cultural sites and scenic landscapes of the park better. The cultural life of visited areas was also popular.

The presented content is only the effect of pilot studies and a contribution to broader consideration of the demand of tourism implemented in the environmentally valuable areas. In-depth investigations in this area result from two basic premises. The first is the need to accurately identify the preferences and expectations of visitors in this type of area. This will enable the creation of well-balanced offers, for example by tourist accommodation services operating in environmentally valuable areas, as well as its effective promotion. This, in turn, should positively affect the dynamics of tourism development on this areas. However, due to the fact that they are often protected areas and particularly vulnerable to human interference, the precise identification of behaviour and forms of activity of tourists visiting such places is extremely important. Increase in tourist traffic often provokes a number of negative environmental effects towards nature and culture of reception areas (so-called dysfunctions of tourism). The recognition of such behaviours would ease the identification of most crucial issues or most vulnerable elements in the ecosystem affected by destructive activities of irresponsibly behaving tourists and ease

Podsumowanie i wnioski

Z uwagi na fakt coraz większej popularności alternatywnych i zrównoważonych form turystyki, obszary przyrodniczo cenne cieszą się dużym zainteresowaniem. Turyści, niekiedy zmęczeni i znudzeni pobytem w licznie odwiedzanych kurortach turystycznych, traktują je jak swego rodzaju odskocznię od miasta i poszukują tam 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.

Kampinoski Park Narodowy odwiedzany był głównie przez dobrze wykształconych mieszkańców dużych miast (głównie Warszawy) w średnim wieku. Najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji przez badanych podczas wyboru konkretnego obiektu był internet. Często wykorzystywany był ponadto tzw. marketing szeptany, czyli „poczta pantoflowa”, gdzie źródłem informacji na temat obiektów noclegowych byli krewni lub znajomi. Warto przy tej okazji zastanowić się nad efektywnością innych, zdecydowanie droższych, instrumentów marketingu. Targi turystyczne, foldery i ulotki reklamowe czy reklama w prasie, radio i telewizji były sporadycznie wykorzystywane przez badanych. Nie zmienia to jednak faktu, że kanały te są bardzo istotne w propagowaniu różnych form wypoczynku i promowaniu poszczególnych regionów turystycznych. Efektywność ich stosowania przez pojedynczych usługodawców pozostaje jednak dyskusyjna.

Pobyty w atrakcyjnej przyrodniczo okolicy towarzyszy najczęściej aktywność fizyczna. Wśród badanych najczęściej wybierane były podczas wypoczynku wycieczki piesze oraz rowerowe. Była to dobra okazja do lepszego poznania interesujących kulturowo miejsc i malowniczych krajobrazów parku. Dużym zainteresowaniem cieszyła się również sfera kulturowa odwiedzanego terenu.

Zaprezentowane treści to jedynie efekt badań pilotażowych oraz przyczynek do szerszych rozważań na temat popytu turystycznego realizowanego na obszarach przyrodniczo cennych. Podjęcie pogłębionych dociekań w tym zakresie wynika z dwóch zasadniczych przesłanek. Pierwszą jest konieczność dokładnego rozpoznania preferencji i oczekiwań osób wypoczywających na tego typu terenach. Umożliwi to lub ułatwi stworzenie optymalnej oferty np. przez turystyczne obiekty noclegowe funkcjonujące na obszarach cennych przyrodniczo, a także efektywną jej promocję. To z kolei przełożyć się powinno na zdynamizowanie rozwoju turystyki na omawianych obszarach. Z uwagi jednak na fakt, iż często są to obszary chronione i szczególnie wrażliwe na ingerencję człowieka, niezwykle ważnym jest precyzyjne rozpoznanie zachowań i form aktywności turystów tam wypoczywających. Wzrost wielkości ruchu turystycznego często przekłada się bowiem na szereg niekorzystnych zjawisk i skutków względem środowiska kulturowego i przyrodniczego.

the prophylactic, protective, activities, and also give a lot of guidance concerning land management in the appropriate tourist infrastructure.

go obszarów recepcyjnych (tzw. dysfunkcje turystyki). Zdiagnozowanie tych zachowań mogłoby ułatwić identyfikację najistotniejszych problemów czy najbardziej narażonych elementów ekosystemu na destrukcyjną działalność nieodpowiedzialnie zachowujących się turystów i ułatwić działania o charakterze profilaktycznym lub ochronnym, a także dać wiele wskazówek dotyczących zagospodarowania terenu w odpowiednią infrastrukturę turystyczną.

References/Literatura:

1. Balińska A., Sikorska-Wolak I. (2009), *Turystyka wiejska szansą rozwoju wschodnich terenów przygranicznych na przykładzie wybranych gmin*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
2. Kolczatek R., Jankowski K. (2006), *Internet – nowoczesne źródło informacji i reklamy w agroturystyce*. W: M. Plichta, J. Sosnowski (red.) *Marketing w agroturystyce*. Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 219-220.
3. Kozieł M. (2011), *Turystyka rowerowa w polskich parkach narodowych*. Instytut Nauk o Ziemi, UMCS, Lublin.
4. Krzyżanowska K., Wojtkowski R. (2012), *Rola internetu w promocji usług agroturystycznych*. *Studia Ekonomiczne i Regionalne*, t. 5, nr 1, s. 48-57.
5. Niedziółka A. (2008), *Wykorzystanie sieci Internet w promocji produktu agroturystycznego na przykładzie województwa małopolskiego*. W: N. Semeniuk, R. Mosdorf, *Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania zarządzania procesami gospodarczymi*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok, s. 73-82.
6. Niedziółka A., Bogusz M. (2011), *Uwarunkowania rozwoju turystyki społecznej na przykładzie gminy Istebna*, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica*, no 288 (64), s. 133-141.
7. *Ochrona środowiska 2014* (2014), GUS, Warszawa.
8. Olaczek R. (2008), *Między swobodą a zakazem – o turystycznym korzystaniu z obszarów chronionych*, W: A. Gotowt-Jeziorska, J. Śledzińska (red.), *Turystyka zrównoważona i ekoturystyka*. PTTK, Warszawa.
9. Partyka J. (2010), *Udostępnianie turystyczne parków narodowych w Polsce a krajobraz*. *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego PTG, Krajobraz a turystyka*, nr 14, s. 252-263.
10. Prochorowicz M. (2006), *Zastosowanie reklamy elektronicznej w promocji gospodarstw agroturystycznych*. W: M. Plichta, J. Sosnowski (red.), *Marketing w agroturystyce*. Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 221-227.
11. Radziejowski J. (2011), *Obszary chronionej przyrody Historia, stan obecny, wyzwania przyszłości*. Wszechnica Polska Szkoła Wyższa TWP w Warszawie, Warszawa.
12. Sikorska-Wolak I., Zawadka J. (2012), *Oczekiwania konsumentów na rynku usług agroturystycznych*. *Studia Ekonomiczne i Regionalne*, t. 5, nr 1, s. 34-47.
13. Stepaniuk K. (2010), *Wybrane koncepcje związane z projektowaniem, wdrożeniem i rozwojem działalności e-agroturystycznej na przykładzie województwa podlaskiego*. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, nr 9(4), s. 509-517.
14. Zawadka J. (2010), *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
15. Zawadka J. (2013), *Zachowania turystów wypoczywających na wsi i czynniki je warunkujące*, W: K. Krzyżanowska (red.), *Budowanie konkurencyjności obszarów wiejskich*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 171-183.