

Agata Żmudzińska, Daniel Rogoźnicki

Studenckie Koło Naukowe Studentów Zakładu Rolnictwa

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

– opiekun naukowy dr inż. Alicja Baranowska

ZWIERZĘTA GOSPODARSKIE JAKO INTEGRALNY ELEMENT TURYSTYKI WIEJSKIEJ

Streszczenie

Celem pracy jest podkreślenie istotnej roli jaką pełnią zwierzęta gospodarskie w budowaniu kompletnego, atrakcyjnego i spełniającego oczekiwania wypoczynającego produktu turystyki wiejskiej. Chociaż obecność zwierząt w gospodarstwach wiejskich jest w powszechnej opinii sprawą oczywistą, to wyniki badań w literaturze przedmiotu jednoznacznie wskazują na wzrastające zainteresowanie różnymi formami wypoczynku, które bezpośrednio lub pośrednio związane są z ich udziałem. Obok tradycyjnych, popularnych aktywności takich jak: jazda konna czy przejazdy bryczką, pojawia się wiele innowacyjnych ofert, które pokazują ogromny potencjał zwierząt jako elementu turystyki wiejskiej, który nie został jeszcze w pełni wykorzystany. Ważne jest, aby stale aktualizować stan wiedzy na temat preferencji konsumentów. Informacje te, pozwalają na szybką i skuteczną odpowiedź strony podażowej w postaci atrakcyjnej oferty, dającej szansę na efektywne wyróżnienie się na konkurencyjnym rynku usług turystycznych.

Słowa kluczowe: turystyka wiejska, produkt turystyczny, zwierzęta gospodarskie

Wstęp

Chociaż obecnie obserwujemy wyraźny wzrost zainteresowania wypoczynkiem z dala od wielkomiejskiego zgiełku, wynikający przede wszystkim ze zmiany sposobu życia współczesnych społeczeństw, to nadmienić należy, że wypoczynek na wsi nie jest zjawiskiem nowym. Od czasów starożytnych władcy oraz zamożni obywatele wielu europejskich miast okres letni spędzali w swoich wiejskich posiadłościach. Już wtedy wypoczynekowi na wsi powszechnie przypisywano szereg korzystnych właściwości regeneracyjnych (Matczak, 2015). Potwierdzeniem tego są słowa polskiego wieszca epoki renesansu Jana Kochanowskiego, który w swojej „Pieśni Świętojańskiej o Sobótce” pisał: „Wsi spokojna, wsi wesola! Który głos twej chwale zdoła? Kto twe wczasy, kto pożytki może wspomnieć zaraz wszytki?”. W kolejnych wersach wylicza on zalety beztrudnego życia w wiejskim zaciszu, zgodne z rytmem natury. Chociaż z upływem czasu, przybywało zwolenników czasu wolnego spędzonego na wsi, to do końca pierwszej połowy XX w. turystyka wiejska była słabo spopularyzo-

wana. Wyraźny wzrost zainteresowania wszystkich warstw społecznych wyjazdami turystycznymi na wieś nastąpił dopiero po drugiej wojnie światowej. Cloke (1993) za główne przyczyny tego trendu uznaje m.in. powiększanie się obszaru miast (okres industrializacji), wydłużenie czasu wolnego, wzrost jakości wykształcenia i stopnia motoryzacji oraz akumulację zagrożeń dla zdrowia w aglomeracjach miejskich. W odpowiedzi na rosnącą podaż obszary wiejskie zaczęły ewoluować dostosowując ofertę do coraz bardziej zróżnicowanych oczekiwań. Transformacja ta spowodowała, iż w wielu lokalizacjach turystyka z drobnych działalności gospodarczych stała się dominującym sektorem w gospodarce wiejskiej. Obecnie w krajach europejskich (także w Polsce), tereny wiejskie przyjmują ok. ¼ krajowego ruchu turystycznego. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w roku 2019, stanowiły one atrakcyjne kierunki zarówno krótko- jak i długookresowych wyjazdów polskich turystów (odpowiednio 24,8 i 22,3%) (GUS, 2020). Warto podkreślić, iż znaczny odsetek gruntów rolnych i terenów leśnych w strukturze użytkowania ziemi (odpowiednio 61 i 35%) oraz zmiany infrastrukturalne jakie zaszły w ostatnich latach na obszarach wiejskich w Polsce, stwarzają dogodne warunki do zagospodarowania turystycznego wszelkich form wypoczynku na wsi. Celem pracy jest analiza podkreślająca rosnącą rolę zwierząt w budowaniu kompletnego, atrakcyjnego i spełniającego oczekiwania wypoczywających produktu turystyki wiejskiej oraz prezentacja możliwości wykorzystania wybranych gatunków zwierząt jako atrakcyjną wartość dodaną turystyki wiejskiej.

Material i metody

Praca ma charakter przeglądowny i została przygotowana przy zastosowaniu analizy typu *desk research* polegającą na przeglądzie dokumentów programowych, strategii, aktów prawnych, raportów ewaluacyjnych, danych statystycznych i literatury przedmiotu. Ważne źródło informacji stanowiły także obserwacje i refleksje własne autorki artykułu, która jest właścicielką Mini ZOO oraz aktywnie świadczy usługi w zakresie turystyki wiejskiej.

Turystyka wiejska, agroturystyka i produkt turystyczny

Chociaż na przestrzeni wielu lat definicja turystyki pojawiała się w różnej formie wielokrotnie, to przyjąć możemy, iż jest to ogół zjawisk czasowej i dobrowolnej podróży, które związane są ze zmianami w środowisku i w rytmie życia. Termin ten odnosi się do osobistych kontaktów z naturalnymi, kulturowymi i społecznymi walorami odwiedzanego obszaru. Z pojęciem turystyka nierozdzielnie łączą się słowa takie jak: poznanie, przeżycie, wypoczynek i rozrywka. Specyfika turystyki polega na wprowadzaniu zmian do codziennej rutyny. Może

to być zmiana środowiska przyrodniczego, kulturowego bądź społecznego (lub wszystkich równocześnie), a także zmiana codziennego rytmu życia. Ważną wartością turystyki jest wchodzenie w styczność z przyrodą, kulturą lub ludźmi (Gołembski, 2002).

Niezwykle ważną, z punktu widzenia potrzeb współczesnego człowieka, jest potrzeba kontaktu z przyrodą, która na przestrzeni ostatnich dekad coraz bardziej artykułowana jest przez stronę popytową rynku turystycznego. Stąd, prężnie rozwijającą się formą spędzania czasu wolnego stał się odpoczynek na łonie natury, nierozzerwalnie związanej między innymi z obszarami leśnymi (sylwanoturystyka) oraz wiejskimi.

Z powodu swej złożoności, brak jest powszechnie jednoznacznie przyjętej definicji turystyki wiejskiej. W literaturze przedmiotu funkcjonuje jednocześnie wiele jej sformułowań, wskazujących zwykle na ogół czynności turystycznych odbywających się na terenach wiejskich lecz niekoniecznie w gospodarstwach typowo rolniczych. Jak podkreśla Lane (1994), turystyka wiejska w swej najczystszej formie, poza lokalizacją w terenie wiejskim powinna być również czynnie wiejska, tj. budowana na otwartej przestrzeni, w naturalnym środowisku pozwalającym na kontakt z naturą, a także na dziedzictwie i tradycji społecznej wsi opartym na tradycyjnych praktykach. Autor ten, wskazując na tradycyjny charakter turystyki wiejskiej, akcentuje jej silny związek z lokalnymi mieszkańcami. Podobne ujęcie tej definicji proponują Dębiewska i Tkaczuk (1997), którzy stwierdzili iż, „za turystykę wiejską można uznać tę, która odbywa się na obszarach wiejskich, jest dostosowana do istniejących tam warunków i racjonalnie wykorzystuje naturalne walory miejscowe”. Jak akcentuje Matczak (2015) w przeciwieństwie do masowej turystyki konwencjonalnej, turystyka wiejska posiada szereg typowych dla siebie cech, do których zaliczmy m.in.: zorientowanie na doświadczenie, lokalizację w słabo zaludnionych obszarach (głównie w środowisku naturalnym), sezonowość pobytu, silny związek z lokalnymi wydarzeniami, zachowaniem kultury, dziedzictwa i tradycji wsi. Wśród najważniejszych jej form wymienić należy agroturystykę, turystykę kulturową, przyrodniczą, przygodową oraz ekoturystykę stanowiące coraz silniejszą konkurencję dla atrakcji i warunków turystycznych środowiska miejskiego.

Zwyczajowo termin turystyka wiejska utożsamiany jest z prężnie obecnie rozwijającą się agroturystyką, i w rzeczy samej są one powiązane ze sobą formami turystyki, to podkreślić należy, iż pojęcia te nie są synonimami. Choć obie te formy aktywności łączy lokalizacja tj. obszar wiejski, to agroturystyka nierozzerwalnie związana jest z miejscem zakwaterowania, którym jest gospodarstwo rolne, świadczące swoje usługi. Często poza jego unikatowym charakterem oraz możliwością obserwacji samego procesu wytwórczego, główną atrakcją w gospodarstwie agroturystycznym jest szansa konsumpcji bądź bezpośredniego zakupu produktów roślinnych i zwierzęcych tam powstających

(Majewski 2000). Podobne stanowisko wobec zagadnienia agroturystyki prezentuje Drzewiecki (1995), który uważa, iż jest to „forma wypoczynku odbywająca się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym, usługowym)”.

Zdaniem Brelik (2012) jednym z podstawowych elementów zapewniających konkurencyjność obszarów wiejskich jest tworzenie dla potencjalnych turystów wartości, które będą cenione wyżej niż wartości tworzone na miejskich obszarach konkurencyjnych. Osiągnięcie owej przewagi możliwe jest przede wszystkim poprzez wykorzystanie zasobów, które przyczyniają się do kreowania niepowtarzalnego i wyjątkowego produktu turystycznego.

Jak wskazują Kaczmarek i in. (2010) „produkt turystyczny, to wszystko, co kupują, robią oraz przeżywają turyści, od chwili opuszczenia domu, aż do powrotu z podróży”. W turystyce wiejskiej i agroturystyce składniki produktu w znacznym stopniu powiązane są z gospodarstwem rolnym i obejmują między innymi procesy produkcyjne, zwierzęta gospodarskie oraz rytm życia na wsi, folklor, tradycje, regionalną kuchnię, a także gospodarzy i mieszkańców wsi. Żemła (2000) produkt agroturystyczny określa jako pakiet usługowy złożony zarówno ze składników materialnych jak i niematerialnych, które turysta postrzega jako przeżycie dostępne za określoną cenę. Wśród składowych pakietu autor ten wylicza: atrakcje i środowisko miejsca docelowego; bazę noclegową, zaplecze gastronomiczne, transport, urządzenia dla aktywnego wypoczynku, sieci sprzedażowe detaliczne i inne towarzyszące usługi. W ostatnim czasie coraz częściej gospodarstwa agroturystyczne i obiekty turystyki wiejskiej angażują w swojej działalności zwierzęta (zarówno gospodarskie, jak i egzotyczne), stanowiące ważny element różnicujący i poszerzający ich ofertę produktową. Ponadto, wśród tego typu działań dużą popularnością cieszą się również produkty i usługi terapeutyczne (hipoterapia; apiterapia) wykorzystujące specyficzne, prozdrowotne właściwości roślin i zwierząt.

Zwierzęta jako element produktu turystycznego

Chociaż zwierzęta od zawsze są nieodłącznym elementem krajobrazu wsi, to jak wskazują wyniki badań wielu autorów (Sokół, 2015; Łagowska i Kot, 2013) ich obecność w prezentowanej ofercie nadal istotnie może wpływać na unikatowy charakter produktu turystycznego, stanowiącego odpowiedź na aktualne potrzeby odbiorców turystyki wiejskiej. Obecnie, poza wyjątkowym miejscem noclegowym oraz wyżywieniem opartym na lokalnej kuchni niezwykle atrakcyjnym doświadczeniem turystycznym staje się wypoczynek w naturalnym, spokojnym otoczeniu gospodarstwa, które pozwala doświadczyć bliskiego kontaktu ze zwierzętami między innymi poprzez uczestnictwo w pracach porządko-

wych lub czynnościach przy ich obsłudze (Sokół, 2010). Rezultaty szeregu analiz jednoznacznie wskazują, że istnieje bardzo duże zapotrzebowanie turystów na tego rodzaju aktywność. W badaniach Pisarek i Lechowskiej (2011), które obejmowały gospodarstwa południowo-wschodniej Polski, co drugi ankietowany wybierając gospodarstwo jako miejsce wypoczynku, przyznał, że zwraca uwagę na znajdujące się w nim zwierzęta. Z kolei analiza badań ankietowych Sokoła (2015) wykazała, iż poszerzenie oferty gospodarstwa agroturystycznego w zakresie wykorzystania w nim obecności zwierząt, jest czynnikiem istotnie skłaniającym do ponownej wizyty.

Co ciekawe, obok oczywistych gatunków zwierząt gospodarskich takich jak koń, bydło czy drób, efektywnym wzbogaceniem oferty turystycznej mogą stać się zwierzęta egzotyczne tj. takie, które nie występują naturalnie w danym regionie (lamy, alpaki, ryby) bądź zwierzęta dziko żyjące (jelenie, danielle). Taka różnorodność stwarza wiele możliwości wykreowania atrakcyjnego, zróżnicowanego produktu turystycznego, który pozwoli w pełni wykorzystać drzemiący w terenach wiejskich potencjał. Poza typowym kontaktem „agroturysty” ze zwierzętami np.: w postaci jazdy konnej, przejazdów bryczką czy uczestnictwa w kuligu, coraz częściej pojawiają się innowacyjne, często nieoczywiste, dotychczas mało znane na rynku usług turystyki wiejskiej formy spędzania wolnego czasu.

Jak pokazują wyniki badań ankietowych przeprowadzonych przez Sokoła (2015) w ocenie ponad połowy ankietowanych, którzy odwiedzają tereny wiejskie możliwość uczestnictwa w wiejskim safari czy warsztatach np. pasterskich lub uczestnictwo w spacerach edukacyjnych z przewodnikiem stanowi interesującą alternatywę względem dobrze znanych aktywności. Pomimo tego, że wiele regionów Polski posiada ogromny potencjał przyrodniczy (lasy, puszcze, doliny rzek), zapewniający warunki sprzyjające obecności zwierząt, to tylko znikoma liczba gospodarstw proponuje w swoich ofertach kontakt ze zwierzętami żyjącymi na wolności (Łagowska i Kot, 2013). Sammel (2010) w swojej pracy podkreśla, że wyjątkowe walory naturalne oraz fakt występowania na terenie województwa zachodniopomorskiego wielu gatunków ptaków, w połączeniu z wykorzystaniem bazy noclegowej gospodarstw, stwarza doskonałe warunki do turystyki alternatywnej jaką jest tzw. „birdwatching” (obserwacja ptaków), bardzo popularny w wielu krajach Europy i w Stanach Zjednoczonych. Co ciekawe turystyka przyrodnicza jest główną atrakcją dla 32% turystów zagranicznych wyjeżdżających do Australii i 80% odwiedzających Kenię czy Zimbabwe (Gray, 2004). Te przykłady obrazują ekonomiczny potencjał takiej formy wypoczynku oraz pokazują jej możliwości, w kontekście zwiększania atrakcyjności oferty, która ma decydujący wpływ na wybór miejsca pobytu przez turystów. Pamiętajmy jednak należy, że prowadzenie tego typu działalności wymaga szczególnej wie-

dzy i umiejętności właścicieli gospodarstw turystycznych, a często także zdobycia dodatkowych uprawnień przewodnika.

Innym sposobem zwiększenia atrakcyjności ofert turystyki wiejskiej związanych ze zwierzętami jest wykorzystanie ich właściwości terapeutycznych lub właściwości leczniczych produktów, które są od nich pozyskiwane. Dla powszechnie znanej hipoterapii, oferowanej przez wykwalifikowane w tym kierunku ośrodki jeździeckie, gospodarstwa turystyczne coraz częściej proponują alternatywę w postaci terapeutyczno-rekreacyjnej jazdy konnej w formie spaceru w pobliskiej okolicy, jednodniowe wycieczki lub kilkudniowe rajdy. Gedl-Pieprzyca i Kaganek (2005) stwierdzili, że terapia wykorzystująca zalety rekreacyjno-turystycznej jazdy konnej dla osób niepełnosprawnych oferowana przez gospodarstwa agroturystyczne może efektywnie uzupełniać usługi hipoterapeutyczne i przy stosunkowo niewielkich nakładach finansowych przyciągnąć turystów niepełnosprawnych.

Niezwykle ciekawą propozycją, która gromadzi coraz większe grono zainteresowanych jest apiterapia, czyli zbiór metod zaliczanych do medycyny naturalnej, wykorzystujących wiele produktów pszczelich (miód, propolis, pyłek pszczeli) oraz apiterapeutyków. Sama obecność pszczół poprzez biopole i mikrowibracje wytwarzane przez owady oraz zapach miodu, propolisu, szum i inne elementy również działa uzdrawiająco na organizm człowieka. Efekt ten wykorzystuje się już na całym świecie poprzez budowę domków do apiterapii, w których można poddać się procesowi leczenia lub profilaktycznie zadbać o swoje zdrowie. Uloterapia (apiinhalacja), polega na odpoczywaniu na łożku w domku w bliskim otoczeniu pszczół, które nie mają bezpośredniego kontaktu z człowiekiem. Za pomocą tej metody można leczyć np. bezsenność, choroby stawów, zwyrodnieniowe, astmy, choroby układu oddechowego oraz krążeniowego. Z leczniczego działania towarzystwa pszczół można korzystać od maja do września (Çelik, Asgun, 2014). Warty podkreślenia jest fakt, że według wielu klasyfikacji pszczoła miodna uznawana jest za zwierzę gospodarskie.

W ramach działań terapeutycznych coraz częściej wykorzystywane są również alpaki, które pomimo tego, że nie są już rzadkością w polskich warunkach klimatycznych, to nadal budzą żywe zainteresowanie zarówno dzieci jak i dorosłych. Ich spokojne usposobienie predysponuje do alpakoterapii oraz stanowi ciekawe urozmaicenie dla gospodarstw agroturystycznych. Ciekawostką jest fakt, że posiadanie alpaki po uprzednim zgłoszeniu do Powiatowego Lekarza Weterynarii uznawane jest w świetle prawa jako „chów lub hodowla zwierząt dzikich utrzymywanych przez człowieka jako zwierzęta gospodarskie”. Jest to bez wątpienia kolejna ciekawa, nie wymagająca dużych nakładów i specjalnych warunków alternatywa poszerzania oferty turystyki wiejskiej.

Na przestrzeni ostatnich lat również motywy wydarzeń historycznych stają się ważnym elementem rozwoju produktów turystyki kulturowej, która coraz

częściej realizowana jest również na obszarach wiejskich. Chociaż rekonstrukcja historyczna stanowi cel sam w sobie, niejednokrotnie jest również pretekstem efektywnego propagowania turystyki wiejskiej. Prężnie działające grupy rekonstrukcyjne, aby w pełni oddać ducha minionych epok chętnie angażują do swoich działań różne gatunki zwierząt. Autentyczności odtwarzanych walk i bitew nadają przede wszystkim konie. Warto jednak podkreślić, że inne zwierzęta, takie jak kozy, owce, świnie czy psy również stanowią cenny dodatek wzbogacający wydarzenia, których celem jest prezentacja sposobu życia średniowiecznych osadników.

Kolejnym, ciekawym przykładem innowacyjnych działań w których zwierzęta gospodarskie stanowią doskonałe narzędzie rozpowszechniania turystyki wiejskiej jest organizacja plenerów malarskich. Jak podkreśla Sammel (2010) zwierzęta kreują niepowtarzalny aspekt estetyczny, który dla wielu osób staje się on źródłem inspiracji twórczej. Jako przykład Autorka tu wymienia gospodarstwo „Karczma jak malowanie” (województwo zachodniopomorskie). Atrakcyjnym pod tym względem jest również teren gminy Janów Podlaski (województwo lubelskie), gdzie pasjonaci malarstwa obok pejzaży, mają szansę uwiecznić na płótnie piękne i utytułowane konie arabskie.

Turyści, którzy wybierają z szerokiej oferty właśnie odpoczynek na wsi, obok ciszy i spokoju, chcą również „posmakować wiejskiego życia”. Stąd, często argumentem decydującym o miejscu pobytu są atrakcje o charakterze kulinarnym, które dają możliwość degustacji potraw ze świeżych niekonfekcjonowanych surowców, przygotowywanych w tradycyjny sposób. Potwierdzeniem tej tezy, są wyniki analiz Pisarek i Lechowskiej (2011), które wykazały, że w zdecydowanej większości (77% respondentów) konsumpcja produktów pochodzących z odwiedzanego gospodarstwa, decydowała o jego wyborze. Wśród najbardziej docenianych znalazły się między innymi: mleko i wyroby mleczarskie (48%) oraz masarskie (37%).

Obecność zwierząt, a tym samym możliwość pozyskiwania surowców zwierzęcych, daje szansę wytwarzania unikatowych produktów żywnościowych oraz tradycyjnych i regionalnych potraw, które stanowiąc wielką wartość kulturową danego regionu pozwalają wyróżnić i zdywersyfikować ofertę na rynku turystycznym. Coraz częściej, nie tylko gospodarstwa agroturystyczne, ale i małe przetwórcze spożywcze (mleczarnie, serowarnie, masarnie) czy restauracje z regionalną kuchnią, stają się ważnym elementem szlaków tematycznych, bezpośrednio wpływających na rozwój turystyki kulinarnej. Jest to nowy, silny trend obserwowany na wiejskim rynku turystycznym w Polsce (Orłowski i Woźniczko, 2015). Przykładem godnym naśladowania jest tzw. droga mleczna „Melkhuske” w regionie Ostfriesland (północno-zachodnie Niemcy), gdzie wzdłuż tras rowerowych powstała sieć barów wiejskich oferujących napoje bazujące na mleku i jego

przetworach (Jaszczak 2009). Wszystkie te rozwiązania efektywnie przyczyniają się do tworzenia innowacyjnego, ciekawego produktu turystycznego.

Podsumowanie

Przedstawiony przegląd literatury pozwala sformułować poniższe wnioski:

1. Turystyka wiejska staje się coraz bardziej pożądaną formą wypoczynku współczesnych społeczeństw.
2. Zwierzęta stanowią ważny element produktu turystyki wiejskiej, podnosząc jego innowacyjność i atrakcyjność bez względu na region geograficzny.
3. Zwierzęta gospodarskie to często istotny argument przy podejmowaniu decyzji o wyborze miejsca spędzania czasu wolnego na obszarach wiejskich.
4. Turyści spędzający czas wolny na wsi, cenią możliwość bezpośredniej interakcji ze zwierzętami i doświadczenia spotkania z nimi, w niemal wszystkich jego formach.
5. Obecność zwierząt pozwala skutecznie dywersyfikować ofertę turystyczną uzupełniając ją o walor estetyczny, konsumpcyjny (turystyka kulinarna) lub terapeutyczny, umożliwiając pożądane integrowanie produktów turystycznych.

Piśmiennictwo

1. Brelik, A. (2012). *Produkt turystyczny na obszarach wiejskich: dylematy i implikacje praktyczne*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług, 86, s. 223–231.
2. Çelik, K., Asgun, F. (2014). *Apiterapia – zdrowie i leczenie które zawdzięczamy pszczołom*, Wyd. Lacjum. Stowarzyszenie Inicjatyw Regionalnych.
3. Cloke, P. (1993). *The Countryside as Commodity: New Rural Spaces for Leisure*, [w:] *Leisure and the Environment*, S. Glyptis (red.). Belhaven Press, London, s. 53–67.
4. Dębniwska, M., Tkaczuk, M. (1997). *Agroturystyka, koszty, ceny, efekty*, Wydawnictwo POLTEXT, Warszawa.
5. Drzewiecki, M. (1995). *Agroturystyka. Założenia – uwarunkowania – działania*, Instytut Wydawniczy „Świadectwo”, Bydgoszcz.
6. Główny Urząd Statystyczny (2020). *Turystyka w 2019 roku. Analizy statystyczne*, Urząd Statystyczny, Rzeszów.
7. Gołembski, G. (2002). *Kompendium wiedzy o turystyce, praca zbiorowa*, Warszawa – Poznań: Wydawnictwo Naukowe PWN.
8. Jaszczak, A. (2009). „*Melkhuske*” – droga mleczna? *O produkcie regionalnym w regionie Ostfriesland*, (w) *Marka wiejskiego produktu turystycznego*. P. Palich (red.), Wydaw. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia, 336–340.

9. Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2010). *Produkt Turystyczny*, PWE, Warszawa, s. 85–119.
10. Gedl-Pieprzyca, I., Kaganek, K. (2005). *Możliwości rozwoju terapii z wykorzystaniem jazdy konnej w gospodarstwach wiejskich*, (w) Bergier J., Sawicki B., (red.), *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, Wydawnictwo PWSZ im. Papieża Jana Pawła II, Biała Podlaska.
11. Lane, B. (1994). *What is Rural Tourism? Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), s. 7–21.
12. Łagowska, B., Kot, I. (2013). *Znaczenie zwierząt w kreowaniu produktu turystyki wiejskiej w Polsce Wschodniej*, *Ekonomia i Zarządzanie*, nr 3, s. 25–34.
13. Majewski, J. (2000). *Agroturystyka to też biznes. Fundacja Wspomagania Wsi*, Warszawa.
14. Matczak, A. (2015). *Ewolucja turystyki na obszarach wiejskich*. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 162, s. 63–82.
15. Orłowski, D., Woźniczko, M. (2015). *Turystyka kulinarna na wiejskim rynku turystycznym*, Kamińska W. (red.), *Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich*, „*Studia KPZK PAN*”, t. CLXIII, Warszawa, s. 121–142.
16. Pisarek, M., Lechowska, J. (2011). *Rola rolnictwa w budowaniu produktu agroturystycznego w południowo-wschodniej Polsce*, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Seria: Oeconomica* 288(64), s. 143–152.
17. Sammel, A. (2010). *Zwierzęta jako składnik produktu turystycznego w województwie zachodniopomorskim*, *Acta Scientiarum Polonorum Zootechnica*, 9(4), s. 215–224.
18. Sokół, J.L. (2010). *Zwierzęta w gospodarstwach agroturystycznych i ich otoczeniu*, Wydawnictwo: Politechnika Białostocka, Białystok, s. 152.
19. Sokół, J.L. (2015). *Rola zwierząt w tworzeniu produktu turystyki wiejskiej na przykładzie gospodarstw agroturystycznych północno-wschodniej Polski*, *Ekonomia i Środowisko. Studia i Materiały*, 3 (54), s. 124–136.
20. Żemła, M. (2000). *Produkt turystyczny – ujęcie podmiotowe*, „*Problemy Turystyki*” 2000, nr 1–2, s. 14–26.

Liczba znaków ze spacjami: 23 601