

*Jakub Kronenberg**

ZASOBY PRZYRODNICZE A ROZWÓJ LOKALNY – STUDIUM PRZYPADKU DWÓCH „BOCIANICH WIOSEK” W POLSCE¹

Streszczenie. Jedną z form wykorzystania zasobów przyrodniczych na rzecz zrównoważonego rozwoju jest ekoturystyka, odbywająca się z poszanowaniem środowiska, a jednocześnie służąca podnoszeniu świadomości ekologicznej uczestniczących w niej osób. Ekoturystyka stanowi źródło materialnych korzyści dla lokalnych społeczności. Jednak aby zasoby przyrodnicze stały się atrakcją ekoturystyczną, konieczne jest zadbanie o odpowiednią „oprawę”, uwzględniającą zarówno interesy ochrony środowiska, jak i zainteresowanych nimi turystów. Aby zilustrować te zagadnienia, na potrzeby niniejszego artykułu przeprowadzona została analiza potencjału ekoturystycznego dwóch „bocianich wiosek” prowadzonych przez organizacje zajmujące się ochroną przyrody (Kłopot i Żywkowo). Możliwe byłoby zwiększenie ich atrakcyjności dla turystów z poszanowaniem podstawowych celów ochrony przyrody, jakie przed nimi postawiono. Na potrzeby zidentyfikowania najważniejszych działań, które pozwoliłyby na takie wykorzystanie zasobów przyrodniczych, przeprowadzono badania ankietowe wśród turystów odwiedzających te miejsca. Odpowiedzi udzielone przez 700 osób umożliwiły dokonanie oceny dotychczasowego sposobu wykorzystania terenów „bocianich wiosek” przez turystów, a także wskazanie możliwych sposobów wykorzystania ich w większym stopniu na rzecz lokalnego rozwoju gospodarczego.

Słowa kluczowe: ekoturystyka, birdwatching, turystyka ornitologiczna, wycena środowiska, rozwój zrównoważony.

1. WPROWADZENIE

Formą wykorzystania zasobów przyrodniczych na rzecz zrównoważonego rozwoju jest niewątpliwie ekoturystyka, która odbywa się z poszanowaniem środowiska, a jednocześnie służy podnoszeniu świadomości ekologicznej uczestniczących w niej osób (por. Zaręba 2010). Odmianą ekoturystyki, rozpatrywa-

* Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Katedra Wymiany Międzynarodowej.

¹ Tekst powstał w ramach projektu „Wycena ekonomiczna Bocianich Wiosek – identyfikacja i ocena możliwości rozwoju lokalnego w oparciu o szeroko rozumiane zasoby naturalne”, finansowanego przez NCN (N N112 292339). Nagrody rozlosowane wśród uczestników badania ankietowego zostały sfinansowane przez firmę Kestrel – Jacek Betleja (www.kestrel.pl) oraz sklep internetowy (www.przyrodnicze.pl).

ną w niniejszym artykule, jest turystyka mająca na celu obserwowanie ptaków, zwana czasem turystyką ornitologiczną. Ten rodzaj turystyki jest coraz częściej postrzegany jako ważny element rynku turystyki i rekreacji (Carver 2009; Connell 2009; Watson 2010), jest też najszybciej rosnącym segmentem ekoturystyki (Cordell, Herbert 2002; Sekercioglu 2002).

Turystyka ornitologiczna stwarza liczne możliwości rozwoju lokalnego, na co często zwraca się uwagę zarówno w kontekście krajów rozwiniętych (Kim *et al.* 1998; Scott, Callahan 2000), jak i rozwijających się (Biggs *et al.* 2011; CBI 2011; DTI 2010). Szanse związane z turystyką ornitologiczną coraz częściej podkreślają również organizacje zajmujące się ochroną ptaków (Molloy *et al.* 2011; Rayment, Dickie 2001; RSPB 2010), dowodząc, że możliwość zarabiania na turystach przekłada się na rosnące poparcie dla ochrony lokalnych zasobów środowiska. Również w Polsce omawiane są różne warianty rozwoju ekoturystyki (Kronenberg, Nowakowska red. 2012), w tym bazujące na obserwacji ptaków (Czechowski *et al.* 2010; Gołoś 2012; Janeczko, Anderwald 2011; Marczewski, Maniakowski 2010; Muchowski 2013) oraz związane z tym możliwości rozwoju gospodarczego.

Z tej perspektywy wartość miejsc atrakcyjnych z przyrodniczego punktu widzenia postrzegana jest najczęściej przez pryzmat tego, ile osoby zainteresowane obserwowaniem przyrody wydają na zakwaterowanie oraz inne lokalne usługi i dobra (Gilbert, Halstead 1997; Hvenegaard *et al.* 1989; Kerlinger, Brett 1995). Kluczowe jest więc stworzenie oferty atrakcyjnej dla turystów, pozwalającej na wykorzystanie w jak największym stopniu ich gotowości do zapłaty za przebywanie w miejscach atrakcyjnych przyrodniczo. Podnosi to koszty alternatywne przedsięwzięć, które przyczyniałyby się do degradacji środowiska, co jest szczególnie istotne z punktu widzenia instytucji zajmujących się ochroną środowiska przyrodniczego – ochrona środowiska po prostu się opłaca.

Podejście to można skontrastować z ekonomiczną wyceną zasobów przyrodniczych jako dóbr nierynkowych (Hanley, Barbier 2009; Żylicz 2010), można je też traktować jako uzupełnienie takiej wyceny. Wycenie podlegają szersze korzyści społeczne związane z określonymi dobrami lub usługami ekosystemów. Można je badać bezpośrednio – pytając ludzi o gotowość do zapłaty za nie – lub pośrednio – wykorzystując w tym celu wybrane rynki zastępcze. Przykładem może być wycena dwóch „bocianich wiosek” w Polsce przeprowadzona z wykorzystaniem metody kosztu podróży (Czajkowski *et al.* 2014; Kronenberg, Giergiczny 2014). W tym przypadku wycenie podlegają korzyści rekreacyjne osiągnane przez turystów odwiedzających „bocianie wioski”. Tak obliczona korzyść społeczna związana z „bocianimi wioskami” odpowiada nadwyżce konsumenta. Odzwierciedla ona realne korzyści ekonomiczne odnoszone przez korzystających z atrakcji turystów, choć nie zawsze przekłada się na zyski osób zaangażowanych w tworzenie danej atrakcji. Tak szacowane korzyści społeczne związane z funkcjonowaniem „bocianie wioski” w Żywkowie wyniosły ok. 1 160 000 zł rocznie (Czajkowski *et al.* 2014), a w przypadku „bocianie wioski” w Kłopotcie ok. 3 370 000 zł

w ciągu 12 lat jej funkcjonowania (2002–2013) (Kronenberg, Giergiczny 2014). Jednostkowa nadwyżka konsumenta została oszacowana na podobnym poziomie w przypadku obu wiosek, zaś różnica w wysokości zagregowanych korzyści wynika z większej liczby odwiedzających Żywkowo.

Jednak z punktu widzenia lokalnej społeczności, a także innych zaangażowanych interesariuszy, tego typu korzyści mają ulotny charakter, nie przekładają się bowiem na ich korzyści bezpośrednie². Dla porównania, w przypadku Kłopotu bezpośrednio zyski netto związane z turystycznym wykorzystaniem „bocianiej wioski” uzyskane przez jej mieszkańców wyniosły w tym samym okresie ok. 23 500 zł (Kronenberg, Giergiczny 2014). Korzyści rekreacyjne uzyskiwane przez turystów mogłyby w większym stopniu przełożyć się na korzyści odnoszone przez mieszkańców, gdyby wprowadzone zostały odwołujące się do tych korzyści opłaty związane z korzystaniem z atrakcji turystycznej. Takie opłaty stanowiłyby formę przechwytywania części nadwyżki konsumenta przez „producentów” – osoby i instytucje zaangażowane w tworzenie atrakcji turystycznej (Czajkowski *et al.* 2014). Doprowadziłyby to do zmniejszenia nadwyżki konsumenta na rzecz nadwyżki „producenta”. Inną formą zwiększania korzyści uzyskiwanych przez lokalnych mieszkańców jest stworzenie takiej oferty dla turystów, która uatrakcyjni ich pobyt i za którą będą gotowi zapłacić dodatkowe kwoty, tym razem bezpośrednio przekładające się na korzyści dla mieszkańców. Tego właśnie oczekiwano w trakcie tworzenia „bocianich wiosek” (Jerzak 2006).

Celem prezentowanego w niniejszym artykule badania było sprawdzenie, co należy w organizacji „bocianich wiosek” zmienić, by spełniły te nadzieje. Przeprowadzona została analiza potencjału ekoturystycznego dwóch „bocianich wiosek”, którymi opiekują się organizacje zajmujące się ochroną przyrody (Kłopot i Żywkowo). Ekoturystyka może stanowić źródło materialnych korzyści dla lokalnych społeczności, jednak aby tak się stało, konieczne jest zadbanie o odpowiednią „oprawę” zasobów przyrodniczych będących jej podstawą. „Oprawa” ta musi uwzględniać zarówno interesy ochrony środowiska, jak i zainteresowanych nim turystów.

2. MIEJSCE PROWADZENIA BADAŃ I METODY BADAWCZE

2.1. „Bocianie wioski” Żywkowo i Kłopot

„Bocianiami wioskami” nazywane są miejsca kolonijnego gniazdowania bocianów białych – niejednokrotnie mieszka w nich więcej bocianów niż ludzi. Stanowią atrakcję turystyczną, co działające w nich organizacje zajmujące się

² Oczywiście przekładają się na takie korzyści pośrednio – fakt, że miejsce to jest atrakcyjne przyrodniczo, a na dodatek przyciąga turystów, sprawia, iż łatwiej jest pozyskać zewnętrzne środki finansowe na jego rozwój.

ochroną przyrody wykorzystują do budowania poparcia dla ochrony bocianów. Trzynaście takich inicjatyw zrzeszonych jest w Europejskiej Sieci Wiosek Bocianich (por. Jerzak, Jakubiec 2014). W każdej tego typu „bocianie wiośce” można znaleźć podstawową infrastrukturę turystyczną, służącą obserwowaniu bocianów: wieże widokowe, trasy spacerowe, tablice informacyjne.

Na potrzeby niniejszego artykułu analizą objęte zostały dwie „bocianie wioski”: Żywkowo (gmina Górowo Iławeckie) leżące przy granicy z Rosją oraz Kłopot (gmina Cybinka) nad Odrą, przy granicy z Niemcami. W każdej z tych wiosek w różnych latach gniazdowało od kilkunastu do czterdziestu kilku par bocianów. Żywkowo rocznie odwiedza ok. 3000 turystów, natomiast Kłopot – ok. 1000. W obu przypadkach „bocianie wioski” stanowią największe atrakcje turystyczne gmin, na terenie których się znajdują. Co roku w maju lub czerwcu odbywają się w nich poświęcone bocianom festyny, stanowiące szczególną okazję do aktywizacji gospodarczej lokalnej społeczności (koła gospodyń wiejskich, producenci regionalnych produktów itp.).

Projekt „Bociania Wieś” w Żywkowie był realizowany przez Polskie Towarzystwo Ochrony Ptaków (PTOP) od 1997 r. Prowadzone tam działania od początku koncentrowały się na ochronie zasobów przyrodniczych, tak by tereny wokół Żywkowa pozostały atrakcyjne dla bocianów. Promowanie turystyki (w tym Żywkowa jako części Warmińsko-Mazurskiego Szlaku Bocianiego) stanowiło tylko dodatek do podstawowej działalności ochroniarskiej. Już w 1999 r. udostępniono turystom wieżę obserwacyjną oraz wyremontowaną i wyposażoną w sprzęt do prowadzenia edukacji przyrodniczej świetlicę (m.in. jako miejsce prowadzenia jednodniowych zajęć w ramach „zielonych szkół”). PTOP prowadzi również sklepik, w którym turyści mogą nabyć związane z Żywkowem pamiątki. Przez kilka lat w Żywkowie działało gospodarstwo agroturystyczne, ale zostało zamknięte.

W Kłopotcie promocji turystyki poświęcono relatywnie więcej uwagi. Poza bocianimi gniazdami głównym elementem „bocianie wioski” jest w tym przypadku Muzeum Bociana Białego (jedno z dwóch takich muzeów na świecie). W budynku muzeum oprócz wystawy znajduje się schronisko dla turystów. Muzeum otwarto w budynku starej szkoły, który Liga Ochrony Przyrody (z której inicjatywy podjęto te działania) dzierżawi od 2001 r. od gminy Cybinka. W kolejnym roku budynek został wyremontowany i wyposażony, a w 2005 r. wybudowano wieżę obserwacyjną. W kąci sali muzealnej znajduje się „bociani sklepik”, oferujący książki i pamiątki związane z bocianem. Od początku oczekiwano również, że ochrona przyrody przełoży się na materialne korzyści mieszkańców. W myśl zasady „pomagasz bocianom – przyjedzie więcej turystów” zachęcano mieszkańców do tworzenia gospodarstw agroturystycznych i przygotowywania innej oferty dla turystów (Jerzak 2006). Choć mieszkańcy podejmowali pewne próby prowadzenia takiej działalności, to tylko na niewielką skalę i prawie nic z tego nie przetrwało. Prezentowane w dalszej części artykułu wyniki badań wskazują na możliwe wyjaśnienia niepowodzenia dotychczasowych inicjatyw tego typu.

2.2. Metody

Wśród turystów odwiedzających Żywkowo i Kłopot przeprowadzono badania ankietowe, których celem było poznanie ich oczekiwań wobec spędzania czasu w tych miejscowościach. Badania prowadzone były w roku 2011, przez cały sezon turystyczny, tj. od marca do września. Zadane pytania pozwoliły na identyfikację konkretnych propozycji udoskonalenia oferty turystycznej, która mogłaby przełożyć się na lokalny rozwój gospodarczy. Wyniki ankiety odzwierciedlają poglądy osób odwiedzających „bocianie wioski” na temat możliwości dopasowania oferty do ich potrzeb. Umożliwiają wysnucie wniosków dotyczących tego, co zmienić, żeby analizowane „bocianie wioski” lepiej prosperowały pod względem ekonomicznym. Nie pozwalają natomiast na stwierdzenie, jaki poziom korzyści wprowadzone rozwiązania przyniosłyby podmiotom prowadzącym „bocianie wioski” i ich mieszkańcom. Można tylko domniemywać, iż pozwoliłyby na przejście przynajmniej części nadwyżki konsumenta (uzyskiwanej obecnie przez turystów) przez „producentów” (podmioty prowadzące „bocianie wioski” i ich mieszkańców).

W okresach największego ruchu turystycznego badania ankietowe prowadzone były przez ankieterów. W pozostałych okresach do wypełnienia ankiet zachęcali turystów pracownicy organizacji prowadzących „bocianie wioski”. Aby jak najwięcej osób wzięło udział w badaniu, turystom zaproponowano udział w loterii nagród. W Żywkowie uzyskano 581, a w Kłopotcie 119 kompletnych ankiet. Dla porównania, w 2011 r. Żywkowo odwiedziło 2850 turystów, a Kłopot – 800. Ponieważ odwiedzający „bocianie wioski” turyści nie rejestrują się ani nie gromadzą, stanowią populację o trudnych do określenia parametrach. Konsekwencją specyfiki badanej populacji był celowy dobór próby. Brak szczegółowych danych na temat cech populacji, w połączeniu z faktem, że nie wszyscy respondenci odpowiedzieli na wszystkie zawarte w ankiecie pytania, nie pozwala na stosowanie wnioskowania statystycznego. Zarysowały się jednak istotne tendencje, symptomy, które należy wziąć pod uwagę, zarządzając „bocianiami wioskami”.

Dodatkowych informacji na temat zachowań i potrzeb turystów dostarczyły: obserwacja uczestnicząca oraz pogłębione wywiady z pracownikami organizacji prowadzących „bocianie wioski”. Metody te zostały wykorzystane zarówno przed rozpoczęciem badania, w celu lepszego dostosowania kwestionariusza, jak i po jego zakończeniu – w celu poprawnej interpretacji wyników. Ponadto, w odniesieniu do wyżej wymienionych dwóch „bocianich wiosek” przeprowadzona została analiza literatury, której celem było wyszukanie dotychczasowych propozycji usprawnienia ich funkcjonowania pod kątem zwiększenia ich wkładu w lokalny rozwój gospodarczy.

3. JAK TURYSŃCI SPĘDZAJĄ CZAS W „BOCIANICH WIOSKACH”?

Zapytani o to, w jakim stopniu ich wizyta związana jest z bocianami, na dziesięciostopniowej skali turyści w Żywkowie wskazali 9, a w Kłopotcie 7,6. Różnica może wynikać z faktu, że Żywkowo zamieszkane jest przez mniejszą liczbę mieszkańców i leży bardziej na uboczu niż Kłopot (choć obie wioski leżą z dala od głównych szlaków komunikacyjnych). Prawdopodobieństwo dotarcia do Żywkowa z innych powodów jest więc jeszcze mniejsze niż do Kłopotu.

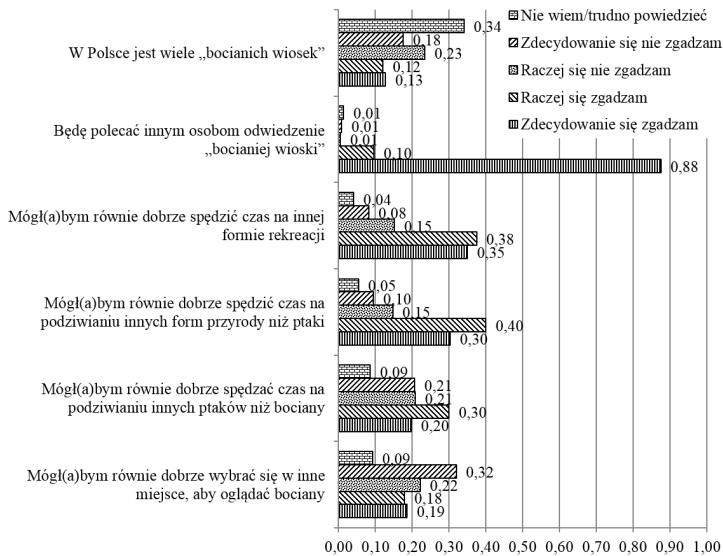
W przypadku Żywkowa 69% turystów przyjechało tam w 2011 r. po raz pierwszy, natomiast Kłopot po raz pierwszy w 2011 r. odwiedziło 60% turystów. Wysoki odsetek powracających turystów (31% w Żywkowie i 40% w Kłopotcie) potwierdza satysfakcję, jakiej dostarcza im wizyta.

W jeszcze większym stopniu poziom satysfakcji odzwierciedla odpowiedź na pytanie, czy odwiedzający „bocianią wioskę” poleciliby przyjazd do niej innym osobom (98% odpowiedzi twierdzących w Żywkowie i 96% w Kłopotcie), a także w pewnym stopniu inne odpowiedzi zilustrowane na rys. 1 i 2. Odpowiedzi na te pytania wskazują jednak również, że odwiedzający „bocianie wioski” nie są skoncentrowani na obserwacji ptaków, lecz równie dobrze mogliby przyglądać się innym elementom przyrody. Ta ważna informacja pokazuje, że nie mamy tu do czynienia z typową turystyką ornitologiczną, w której uczestniczą bardziej wytrawni obserwatorzy ptaków, ale raczej z bardziej ogólną ekoturystyką, skierowaną do szerszego grona odbiorców³.

W obu wioskach turyści spędzają czas w podobny sposób (rys. 3 i 4). Jednak w Żywkowie mniej osób odwiedza stałą ekspozycję w sali wystawowej, która nie jest tak eksponowana, jak Muzeum Bociana Białego w Kłopotcie. Inne formy spędzania czasu w Kłopotcie to m.in. odwiedzanie lokalnej atrakcji – fragmentu wysadzonego mostu na Odrze oraz spędzanie czasu ze znajomymi. W Żywkowie inne aktywności wymieniane przez ankietowanych obejmują przede wszystkim pomoc w działaniach ochroniarskich (wolontariat) i fotografowanie.

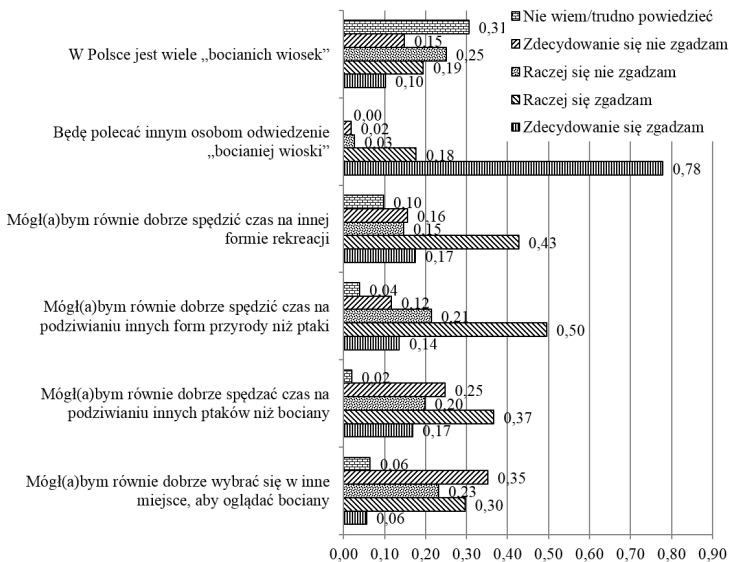
Z punktu widzenia możliwości rozwoju lokalnego zaskakuje niewielki odsetek osób deklarujących dokonywanie zakupów w „bocianim sklepiku”, identyczny w przypadku obu wiosek. Może to wynikać z relatywnie ubogiej oferty tych sklepików, zwłaszcza w porównaniu z ofertą analogicznych przedsięwzięć towarzyszących miejscom atrakcyjnym przyrodniczo w innych krajach (por. fot. 1).

³ Istotnie, w Żywkowie na pytanie o częstotliwość podejmowanych podróży w celu obserwacji ptaków, 32% respondentów wskazało odpowiedź „wcale/bardzo rzadko”, 59% – „czasami”, a tylko 9% – „regularnie”. Z kolei zapytani o to, ile gatunków ptaków są w stanie rozróżnić, turyści odwiedzający Żywkowo w większości wskazali, że mniej niż 20 (59%) lub między 20 a 50 (34%). Natomiast w Kłopotcie 28% badanych wskazało, że wcale nie podróżuje w celu obserwowania ptaków lub robi to bardzo rzadko, 60% – „czasami”, a tylko 12% – „regularnie”. Zapytani o to, ile gatunków ptaków są w stanie rozróżnić, odwiedzający Kłopot w większości wskazali, że mniej niż 20 (60%) lub między 20 i 50 (32%).



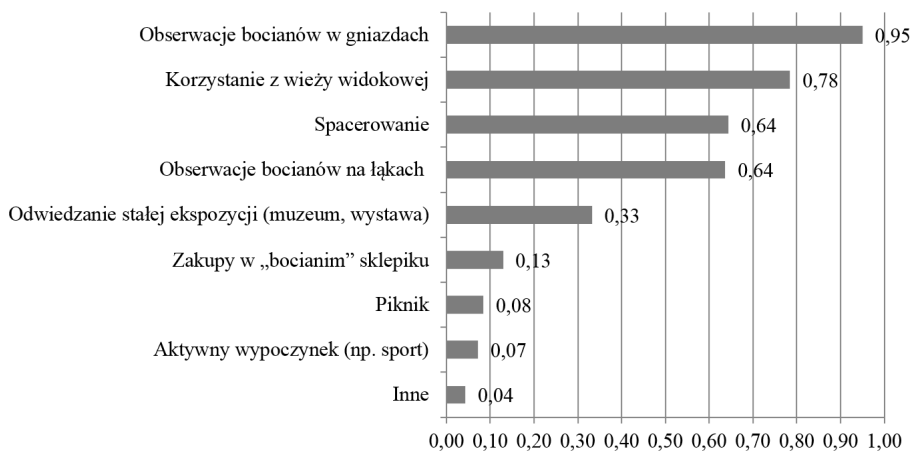
Rys. 1. Odpowiedzi na pytania dotyczące znaczenia odwiedzanej „bocianiej wioski” dla turystów uzyskane w Żywkowie (N = 581)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.



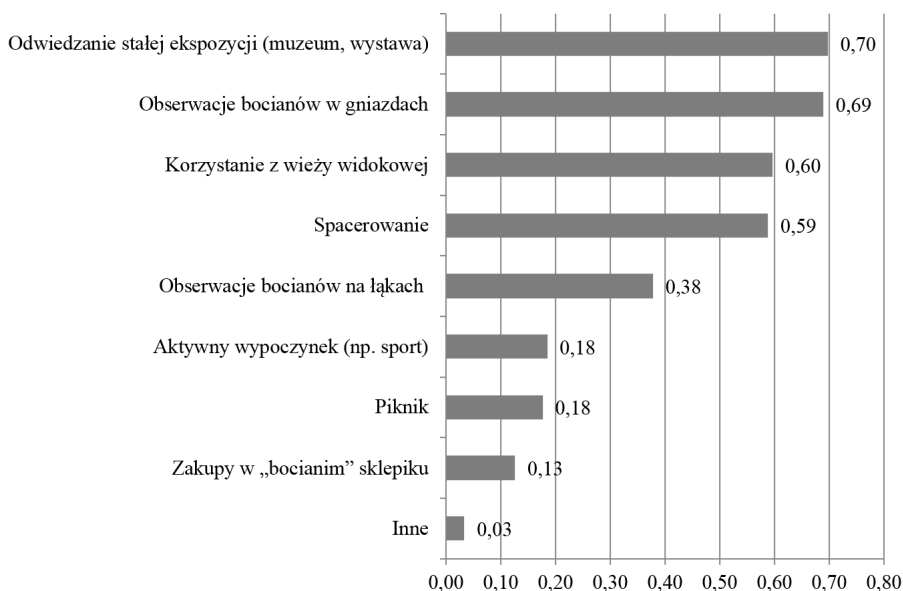
Rys. 2. Odpowiedzi na pytania dotyczące znaczenia odwiedzanej „bocianiej wioski” dla turystów uzyskane w Kłopotcie (N = 119)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.



Rys. 3. Formy spędzania czasu przez turystów w Żytkowie (odsetek osób deklarujących konkretną formę spędzania czasu) (ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną formę spędzania czasu) (N = 581)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.



Rys. 4. Formy spędzania czasu przez turystów w Kłopotcie (odsetek osób deklarujących konkretną formę spędzania czasu) (ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną formę spędzania czasu) (N = 119)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.



Fot. 1. „Bociani sklepik” w Kłopotcie i fragment ekspozycji przykładowego „ptasiego sklepiku” w pobliżu rezerwatu przyrody na wyspie Texel w Holandii

4. DOTYCHCZASOWE PROPOZYCJE WYKORZYSTANIA „BOCIANICH WIOSEK” NA RZECZ ROZWOJU LOKALNEGO

Dotychczasowe propozycje dotyczące wykorzystania „bocianich wiosek” na rzecz rozwoju lokalnego formułowano przede wszystkim w kontekście rozwijania oferty turystycznej w Kłopotcie. W tej miejscowości nastawienie na wkład turystyki opartej na bocianiej kolonii było większe. W Żywkowie więcej uwagi poświęcano innym czynnikom rozwoju, pozostającym w zgodzie z ochroną bocianów – przede wszystkim rolnictwu ekologicznemu.

Jerzak i Czechowski (2009) zaproponowali następujące działania do uwzględnienia w strategii rozwoju turystyki gminy, które mogłyby być realizowane np. przez organizacje pozarządowe we współpracy z lokalnymi władzami:

- wydanie materiałów informacyjnych o bocianie białym i atrakcjach przyrodniczych,
- wydanie map turystycznych z naniesionymi obiektami,
- stworzenie ścieżek rowerowych,
- wspieranie rozwoju komercyjnej bazy turystycznej (szczególnie agroturystyki, sprzedaży pamiątek, lokalnych produktów żywnościowych).

Dziankowska *et al.* (2011) zalecili szereg działań wspólnie tworzących strategię zrównoważonego rozwoju dla „bocianiej wioski” Kłopot. Autorzy uwzględnili następujące elementy, z których większość odwołuje się do wykorzystania turystycznego potencjału tego miejsca:

- rozwiązania dotyczące muzeum:
 - zwiększenie przychodów z działalności własnej,
 - stworzenie wielofunkcyjnego obiektu, który zapewni szereg usług dla odwiedzających przez cały rok,
 - rozszerzenie i uatrakcyjnienie oferty „bocianiego sklepiku”,

- wprowadzenie sprzedaży za pomocą strony internetowej,
- wynajem rowerów i lornetek,
- informacje oraz obsługa dostępne w językach: polskim, niemieckim i angielskim,
- skierowanie oferty zajęć edukacyjnych, które muzeum obecnie proponuje dla dzieci i młodzieży, również do szkół niemieckich,
- organizacja warsztatów i wielodniowych zjazdów miłośników oglądania ptaków,
- zwiększenie zasięgu festiwalu bociana, tak żeby uczestniczyli w nim również Niemcy i mieszkańcy sąsiednich gmin i powiatów,
- konkursy: malarski i fotograficzny, mające przyciągnąć artystów, fotografów i miłośników przyrody na dłuższy pobyt w Kłopotcie,
- porozumienia partnerskie z lokalnymi i międzynarodowymi jednostkami, organizacjami, firmami,
- udostępnianie materiałów promocyjnych na temat Kłopotu w publicznych atrakcjach turystycznych,
- systematyczne zbieranie informacji zwrotnej od turystów, dotyczącej ich satysfakcji z odwiedzin i tego, co chcieliby zmienić w „bocianie wiośce”;
- rozwiązania dotyczące społeczności lokalnej:
 - warsztaty i działania edukacyjne dla mieszkańców wioski na temat funkcjonowania muzeum i obsługi ruchu turystycznego,
 - wizyty studyjne w innych „bocianich wioskach” i podobnych atrakcjach turystycznych wykorzystujących lokalne zasoby przyrodnicze,
 - partycypacyjny sposób prowadzenia wioski i budowa wspólnej tożsamości,
 - system pakietów wycieczkowych, zawierających np. transport do wioski, wstęp do muzeum, przejażdżkę po okolicy oraz nocleg i posiłki u miejscowych gospodarzy,
 - hotel dla par planujących powiększenie rodziny, nawiązujący do symboliki bociana,
 - punkty gastronomiczne i inne atrakcje;
- rozwiązania dotyczące współpracy regionalnej:
 - szlaki rowerowe,
 - powiązanie Kłopotu z innymi regionalnymi atrakcjami ornitologicznymi.

Dziankowska *et al.* (2011) zwracali też uwagę na słabe strony rozwijania turystyki w „bocianie wsi” Kłopot, a także związane z tym zagrożenia, takie jak sezonowość, trendy na rynku turystycznym, niesprzyjająca sytuacja społeczna (postawy roszczeniowe, struktura wiekowa itp.). Ponadto podkreślili, że turystyka w „bocianie wiośce” ma charakter relatywnie niszowy i nie może być traktowana jako podstawowe źródło dochodu.

5. WERYFIKACJA DOTYCHCZASOWYCH PROPOZYCJI PRZEZ BADANIE OCZEKIWAŃ TURYSTÓW

Turyści biorący udział w badaniu mieli wskazać, co chcieliby zrobić w „bocianiej wiosce”, a co w danym momencie nie było tam możliwe. Odpowiedzi na to pytanie otwarte wskazują potencjalne możliwości dalszego zwiększania atrakcyjności turystycznej „bocianich wiosek”, tak aby w większym stopniu mogły się one przyczynić do zrównoważonego rozwoju na poziomie lokalnym. Wśród odwiedzających Żywkowo swoje propozycje zgłosiło 221 osób (38% osób, które wzięły udział w badaniu), natomiast w Kłopotcie pojawiło się 31 takich pomysłów (pochodzących od 26% badanych).

W Żywkowie aż 118 (53%) wskazań dotyczyło oferty gastronomicznej, przede wszystkim chęci odwiedzenia na miejscu kawiarni lub spożycia posiłku. Pojawiały się również głosy dotyczące przydatności sklepu spożywczego, a także wyznaczonego miejsca na grillowanie lub ognisko.

Druga grupa wskazań (24 głosy, 11%) dotyczyła oferty noclegowej. Obecnie w Żywkowie nie ma możliwości oficjalnego przenocowania, a sugestie turystów dotyczyły zarówno tworzenia obiektów noclegowych (hotelu), jak i kempingu, na którym można byłoby rozbić namiot lub zatrzymać przyczepę kempingową. Sugerowano też stworzenie oferty „bocianich pokoi” na noc poślubną.

Trzecia, znacznie bardziej różnorodna grupa wskazań dotyczyła poprawy infrastruktury turystycznej, w tym większej otwartości na potrzeby turystów (87 wskazań, 39%). Dotyczyły one zarówno ulepszenia istniejącej oferty turystycznej, jak i stworzenia dodatkowych atrakcji. Pojawiły się następujące propozycje:

- zwiększenie liczby wież widokowych (obecnie jest jedna) i poprawę jakości wieży, a także wyposażenie jej w lornetki (12 wskazań),
- zwiększenie atrakcyjności ekspozycji w sali edukacyjnej i poprawa oznakowania turystycznego we wsi, w tym przewodnik po wsi i szczegółowo opisana trasa z punktami widokowymi/edukacyjnymi oraz możliwość aktywnego zwiedzania z przewodnikiem lub udziału w warsztatach edukacyjnych, np. oferujących możliwość poznania lokalnej kultury (17 wskazań),
- poprawa oferty informacyjnej i promującej wioskę na zewnątrz, w tym na temat organizowanych w Żywkowie imprez (5 wskazań),
- poprawa estetyki wioski, większy porządek, dbałość o obejścia oraz lepsze oznaczenie dojazdu (11 wskazań),
- udostępnienie większej liczby toalet (4 wskazania),
- lepsze wyposażenie sklepiku w pamiątki, w tym figurki bocianów, nagrania ich głosów itp. (5 wskazań),
- poprawa stanu infrastruktury drogowej (10 wskazań),
- stworzenie dodatkowych atrakcji, z których część wydaje się niemożliwa ze względu na ograniczenia fizyczne (np. kąpiel i łowienie ryb w jeziorze

– 5 wskazań), ale inne nie powinny być trudne do realizacji (wypożyczalnia rowerów – 5 wskazań; przejażdżki konne – 3 wskazania; zajęcia warsztatowe dla dzieci – 2 wskazania).

Powiązane z powyższymi (choć stanowiące odrębną kategorię) były sugestie dotyczące możliwości bliższych kontaktów z bocianami, umożliwienia obserwowania gniazd bocianów z bliska lub pogłaskania oswojonego bociana i zrobienia sobie z takim bocianem zdjęcia (11 wskazań, 5%). Pojawiły się też nieliczne sugestie dotyczące prowadzenia dalszych działań ochroniarskich, a także możliwości włączenia się w te działania przez turystów, tak by pozwolić im w większym stopniu doświadczyć istoty funkcjonowania „bocianie wioski” (7 wskazań, 3%).

W Kłopotcie turyści wskazywali na podobne potrzeby, choć oczywiście z uwzględnieniem faktu, że istnieje tam baza noclegowa oraz sklep, w którym można zakupić żywność. I tu jednak pojawiły się cztery wskazania (z 31) dotyczące lokali gastronomicznych, w tym nawiązujące do lokalnych tradycji kulinarnych, jak również dwa wskazania dotyczące bardziej zróżnicowanej oferty noclegowej. Pojawiły się głosy postulujące poprawę istniejącej infrastruktury turystycznej (wieża widokowa, wystawy w muzeum, zwiększenie oferty „bocianiego sklepiku”, poprawa estetyki otoczenia muzeum oraz remont dachów pod gniazdami, urozmaicenie oferty turystycznej m.in. o wycieczki z przyrodnikiem, poprawa jakości infrastruktury drogowej i udostępnienie bankomatu) (12 wskazań). W porównaniu z Żywkowem szczególnie liczna była tu grupa wskazań dotycząca możliwości bliższych kontaktów z bocianami, pogłaskania lub nakarmienia oswojonego bociana lub obserwowania gniazd bocianów z bliska (8 wskazań, czyli ponad 1/4 wskazań).

6. WNIOSKI: POTENCJAŁ WYKORZYSTANIA „BOCIANICH WIOSEK” NA POTRZEBY LOKALNEGO ROZWOJU GOSPODARCZEGO

Możliwość osiągnięcia bezpośrednich korzyści ekonomicznych jest dla mieszkańców cennych przyrodniczo terenów bardziej przekonująca niż mniej uchwytnie korzyści społeczne związane z rekreacyjnym wykorzystaniem tych terenów, które można oszacować dzięki metodom wyceny dóbr nierynkowych (Brzozowska *et al.* 2008; Poskrobko red. 2005). W przypadku „bocianich wiosek” takie wymierne korzyści są też znacznie bardziej przemawiające niż ogólne korzyści społeczne związane z symboliką bocianów i ich znaczeniem w polskiej kulturze (Kronenberg *et al.* 2013). Jednak, aby te bezpośrednie korzyści osiągać, trzeba dostosować ofertę do oczekiwań potencjalnych odbiorców. Dopiero takie działania mogą zapewnić przełożenie szerszych korzyści publicznych związanych z bocianami i „bocianimi wioskami” na wymierne korzyści osiągnięte przez ludzi zamieszkujących „bocianie wioski”.

Badania ankietowe przeprowadzone wśród turystów odwiedzających Żywkowo i Kłopot pozwoliły na zweryfikowanie wcześniejszych pomysłów na wykorzystanie „bocianich wiosek” na rzecz lokalnego rozwoju gospodarczego (np. rozwój oferty gastronomicznej i noclegowej, rozwój infrastruktury turystycznej, lepsza informacja). Okazało się, że aby w większym stopniu wykorzystać potencjał „bocianich wiosek” do stymulowania rozwoju gospodarczego, dotychczasowe działania powinny zostać uzupełnione o inne, bezpośrednio odpowiadające na potrzeby turystów. „Bocianie wioski” odwiedzane są przez turystów relatywnie mniej wprawnych w zakresie obserwacji ptaków. Przygotowując ofertę turystyczną, zarządzające „bocianimi wioskami” organizacje powinny uwzględnić potrzeby przeciętnego odbiorcy – zwykłego turysty, tylko trochę zainteresowanego przyrodą. Odnosi się to zwłaszcza do tak elementarnych potrzeb, jak wypicie kawy, spożycie posiłku lub przenocowanie w odwiedzanym miejscu. Potrzeby te mogą być odmienne od potrzeb wytrawnych obserwatorów ptaków, których być może w większym stopniu spodziewali się wśród turystów przedstawiciele organizacji tworzących i prowadzących „bocianie wioski”. Bociany przyciągają turystów, ale aby ich utrzymać, a w szczególności, aby „na nich zarobić”, niezbędne są dodatkowe atrakcje. Możliwości edukacji ekologicznej mogłyby się również zwiększyć dzięki zapewnieniu prostych rozrywek, takich jak bezpośredni kontakt z ptakami, wraz z możliwością obejrzenia ich z bliska lub pogłaskania.

Część zaproponowanych wcześniej pomysłów dotyczących uatrakcyjnienia oferty turystycznej „bocianich wiosek” znalazło odzwierciedlenie w potrzebach zgłoszonych przez turystów. Dotyczyło to m.in. angażowania lokalnych mieszkańców w charakterze przewodników i asystentów obsługujących ruch turystyczny, a także powiązania oferty turystycznej z symboliką bociana (zwłaszcza w kontekście „przynoszenia dzieci przez bociany”). Z pewnością ważną rolę do odegrania miałyby szkolenia skierowane do mieszkańców z zakresu uwzględniania potrzeb turystów i obsługi ruchu turystycznego oraz szersza promocja „bocianich wiosek” na zewnątrz, zwłaszcza w pobliskich atrakcjach turystycznych – aktywne zabieganie o uwagę turystów.

Ciekawym rozwiązaniem, szczególnie istotnym z punktu widzenia edukacyjnego wymiaru ekoturystyki, jest umożliwienie turystom zaangażowania się w prowadzone w „bocianich wioskach” działania na rzecz ochrony przyrody. Inicjatywy te mają szczególne znaczenie z punktu widzenia potencjalnego wpływu ekoturystyki na postawy uczestniczących w niej osób, a w konsekwencji – oddziaływania na środowisko związane z tą formą turystyki (Kronenberg 2014). Jest to tym ważniejsze, że „bocianie wioski” – choć odwołują się do cennych zasobów przyrodniczych – to przybliżają gatunek wcale nie tak rzadki i wrażliwy na obecność człowieka. Wprost przeciwnie, chodzi o gatunek pospolity, ale występujący w tych wioskach w szczególnych okolicznościach. Popularność „bocianich wiosek” może więc zmniejszać presję na inne miejsca,

bardziej cenne i wrażliwe z przyrodniczego punktu widzenia. Ponadto, wskazane przez turystów rozwiązania wydają się zgodne z nadrzędną ideą ochrony przyrody.

Interesujących wniosków mogłoby dostarczyć porównanie analizowanych tu „bocianich wiosek”, które są prowadzone przez organizacje zajmujące się ochroną przyrody, z kolejną polską „bocianią wioską”, tym razem zorientowaną bardziej biznesowo. Takim przykładem jest Pentowo (gm. Tykocin) nad Narwią, które rocznie odwiedza ok. 10 tys. turystów. W tym przypadku kolonia bocianów znajduje się na terenie należącym do dworku oferującego noclegi z wyżywieniem oraz dodatkowe atrakcje i imprezy. Mieści się tam również sala wystawiennicza/galeria. Dużą liczbę turystów przyciąga też położenie – pomiędzy dwoma Parkami Narodowymi: Biebrzańskim i Narwiańskim, jak również liczne inne atrakcje w okolicy, z którymi można połączyć wizytę w Pentowie. Warto jednak pamiętać, że w początkowym okresie działalności „bocianiejskiej wioski” Pentowo otrzymało znaczące wsparcie ze strony PTO w ramach promowania turystyki ekologicznej na Podlasiu – m.in. Podlaskiego Szlaku Bocianiego. Pentowo jest zrzeszone w Europejskiej Sieci Wiosek Bocianich, z czym również wiąże się dodatkowe wsparcie dla rozwoju turystyki w tym miejscu.

Dalsze pogłębione badania analizowanych „bocianich wiosek” powinny dotyczyć przyczyn niepowodzenia dotychczasowych inicjatyw agroturystycznych. Na podstawie opisanych okoliczności, związanych z niedostosowaniem oferty do potrzeb turystów, można dodatkowo wysnuć wniosek o niedostatecznej współpracy na rzecz rozwoju turystyki między mieszkańcami i organizacjami inicjującymi tworzenie „bocianich wiosek”. Oczywiście działania te powinny się uzupełniać, a ich pomysłodawcy – wzajemnie wspomagać. Tymczasem można odnieść wrażenie, że zaangażowanie mieszkańców było dotychczas niewielkie, zaś oczekiwania wysokie. Problemem jest więc prawdopodobnie brak wspólnej wizji takich uzupełniających się działań, dopełnionej zobowiązaniami poszczególnych stron do ich konkretnej realizacji.

Warto też przeprowadzić szerszą analizę potencjału rozwoju turystyki ornitologicznej w Polsce, z uwzględnieniem jej wpływu na lokalny rozwój gospodarczy. Badania prowadzone w Żywkowie i Kłopotcie pokazują, że potencjał tej turystyki jest większy niż się zwykle zakłada, ponieważ uczestniczą w niej nie tylko wprawni obserwatorzy ptaków, ale i mniej doświadczeni obserwatorzy. Jednak aby lokalne społeczności i organizacje zaangażowane w tworzenie tego typu atrakcji mogły przechwycić większą część nadwyżki ekonomicznej, osiągananej dotychczas przede wszystkim przez turystów, w każdym przypadku konieczne jest prowadzenie podobnych do opisanych w niniejszym artykule badań potrzeb turystów. Niezbędne jest także uwzględnianie zgłaszanych przez turystów postulatów.

BIBLIOGRAFIA

- Biggs D., Turpie J., Fabricius C., Spenceley A. (2011), *The value of avitourism for conservation and job creation: An analysis from South Africa*, „Conservation and Society”, Vol. 9, s. 80–90.
- Brzozowska M., Kozłowska E., Molewski K. (2008), *Natura 2000: szansa czy bariera dla rozwoju lokalnego i regionalnego*, Polskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, Białystok.
- Carver E. (2009), *Birding in the United States: A Demographic and Economic Analysis*, Report 2006-4, U.S. Fish & Wildlife Service, Arlington VA.
- CBI (2011), *Bird Watching Tourism: The United Kingdom*, Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands, Hague.
- Connell J. (2009), *Birdwatching, twitching and tourism: Towards an Australian perspective*, „Australian Geographer”, Vol. 40, s. 203–217.
- Cordell H. K., Herbert N. G. (2002), *The popularity of birding is still growing*, „Birding”, Vol. 34, s. 54–61.
- Czajkowski M., Giergiczny M., Kronenberg J., Tryjanowski P. (2014), *The economic recreational value of a white stork nesting colony: A case of “stork village” in Poland*, „Tourism Management”, Vol. 40, s. 352–360.
- Czechowski P., Bocheński M., Jerzak L. (red.) (2010), *Turystyka ornitologiczna w województwie lubuskim*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Sulechów.
- DTI (2010), *Avitourism in South Africa*, Department of Trade and Industry, Pretoria.
- Dziankowska J., Qalebashvili M., Putkowska R., Strzałkowski A., Ueyonahara J. (2011), *Strategia zrównoważonego rozwoju dla „wioski bocianiey” Kłopot*, Fundacja Sendzimira, Łódź.
- Gilbert L. A., Halstead J. M. (1997), *Economic considerations in the endangered species debate: The case of the piping plover*, „Human Dimensions of Wildlife”, Vol. 2, s. 1–15.
- Gołoś G. (2012), *Turystyka ornitologiczna, czyli birdwatching w Polsce*, „Rynek Turystyczny”, nr 317, s. 40–41.
- Hanley N., Barbier E. (2009), *Pricing nature: cost-benefit analysis and environmental policy*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Hvenegaard G. T., Butler J. R., Krystofiak D. K. (1989), *Economic values of bird watching at Point Pelee National Park, Canada*, „Wildlife Society Bulletin”, Vol. 17, s. 526–531.
- Janeczko E., Anderwald D. (2011), *Birdwatching jako nowa forma turystyki na obszarach leśnych i przyrodniczo cennych w Polsce*, „Studia i Materiały CEPL w Rogowie”, t. 13, s. 307–314.
- Jerzak L. (2006), *Turystyka przyrodnicza szansą dla terenów dotychczas nieatrakcyjnych – przykład Muzeum Bociana Białego w Kłopotcie*, [w:] J. Krupa, J. Biliński (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 23–30.
- Jerzak L., Czechowski P. (2009), *Rozwój turystyki przyrodniczej na przykładzie bocianiey wioski Kłopot*, [w:] A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 241–245.
- Jerzak L., Jakubiec Z. (2014), *XI spotkanie przedstawicieli Europejskiej Sieci Wiosek Bocianiey*, „Chrońmy Przyrodę Ojczystą”, t. 70, s. 382–384.
- Kerlinger P., Brett J. (1995), *Hawk Mountain Sanctuary: A case study of birder visitation and birding economics*, [w:] Knight R. L., Gutzwiller K. J. (eds.), *Wildlife and Recreationists: Coexistence through Management and Research*, Island Press, Washington D.C., s. 271–280.
- Kim C., Scott D., Thigpen J. F., Kim S. S. (1998), *Economic impact of a birding festival*, „Festival Management and Event Tourism”, Vol. 5, s. 51–58.
- Kronenberg J. (2014), *Environmental impacts of the use of ecosystem services: Case study of birdwatching*, „Environmental Management”, Vol. 54, s. 617–630.
- Kronenberg J., Giergiczny M. (2014), *Costs and benefits of creating and maintaining a stork village: Case study of Kłopot (Cybinka Commune)*, „Ekonomia i Środowisko”, nr 51, s. 231–239.

- Kronenberg J., Bocheński M., Dolata P. T., Jerzak L., Profus P., Tobółka M., Tryjanowski P., Wuczyński A., Żołnierowicz K. M. (2013), *Znaczenie bociana białego Ciconia ciconia dla społeczeństwa: analiza z perspektywy koncepcji usług ekosystemów*, „Chrońmy Przyrodę Ojczystą”, t. 69, s. 3–27.
- Kronenberg M., Nowakowska M. (red.) (2012), *Polska naturalnie. Raport o stanie ekoturystyki w Polsce*, Instytut Spraw Obywatelskich, Łódź.
- Marczewski A., Maniakowski M. (2010), *Ptasie ostoje*, Carta Blanca, Warszawa.
- Molloy D., Thomas S., Morling P. (2011), *RSPB Reserves and Local Economies*, RSPB, Sandy, Bedfordshire.
- Muchowski W. (2013), *Birdwatching z poszanowaniem przyrody*, „Ptaki – Kwartalnik OTOP”, nr 2, s. 30–31.
- Poskrobko B. (red.) (2005), *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku, Białystok.
- Rayment M., Dickie I. (2001), *Conservation works... for local economies in the UK*, RSPB, Sandy, Bedfordshire.
- RSPB (2010), *The Local Value of Seabirds: Estimating Spending by Visitors to RSPB Coastal Reserves and Associated Local Economic Impact Attributable to Seabirds*, RSPB, Sandy, Bedfordshire.
- Scott D., Callahan A. (2000), *Establishing a Birding-related Business: A Resource Guide*, Texas Agricultural Extension Service, College Station TX.
- Sekercioglu C. H. (2002), *Impacts of birdwatching on human and avian communities*, „Environmental Conservation”, vol. 29, s. 282–289.
- Watson G. P. L. (2010), *Multiple Acts of Birding: The Education, Ethics and Ontology of Bird Watching in Ontario* (praca doktorska), York University, Toronto.
- Zaręba D. (2010), *Ekoturystyka*, wyd. 3, PWN, Warszawa.
- Żylicz T. (2010), *Wycena usług ekosystemów. Przegląd wyników badań światowych*, „Ekonomia i Środowisko”, nr 37, s. 31–45.

Jakub Kronenberg

NATURAL RESOURCES AND LOCAL DEVELOPMENT – CASE STUDY OF TWO “STORK VILLAGES” IN POLAND

Abstract. Ecotourism illustrates how natural resources could be used as a basis for sustainable development, respecting the environment, and at the same time raising environmental awareness among the participating people. Also, ecotourism is expected to provide material benefits for local communities. However, for natural resources to become a highlight of ecotourism, it is necessary to ensure an appropriate “setting”, which takes into account both the interests of environmental protection and the needs of tourists. To illustrate these issues, this paper features a detailed analysis of ecotourism potential of two “stork villages” in Poland managed by nature conservation organizations (Kłopot and Żywkowo). It seems possible to increase their attractiveness for tourists, while maintaining their fundamental objectives of nature conservation. To identify the most important activities that would make the above use of “stork villages” possible, surveys were conducted among tourists visiting these places. The answers provided by 700 people helped to assess how “stork villages” have been used so far, and how they could contribute to a larger extent to local economic development.

Keywords: ecotourism, birdwatching, avitourism, environmental valuation, sustainable development.