

Magdalena Maćkowiak, Ewelina Budych-Tomkowiak

Łowiectwo jako forma aktywności w turystyce wiejskiej : wybrane aspekty zachowań konsumentów

Ekonomiczne Problemy Usług nr 84, 53-64

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MAGDALENA MAĆKOWIAK

EWELINA BUDYCH-TOMKOWIAK

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

**ŁOWIECTWO JAKO FORMA AKTYWNOŚCI
W TURYSTYCE WIEJSKIEJ – WYBRANE ASPEKTY
ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW¹**

Jeśli ktoś wątpi, iż łowiectwo jest najstarszym zajęciem człowieka głęboko tkwiącym w jego kulturze, psychice, jego najzwyczajszą atawistyczną potrzebą, niech pokaże choć jedno malowidło naskalne, na którym przedstawiono obieranie marchewki².

Wprowadzenie

Rodzaje turystyki, które mogą być realizowane na terenach wiejskich, są konsekwencją występowania na tych obszarach zróżnicowanych walorów zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych. Ich obecność pozwala na budowanie oferty o wyjątkowym, często unikalnym charakterze. Turystyka wiejska obejmuje więc aktywności i zajęcia wypoczynkowe związane z uprawianiem m.in.:

¹ Artykuł jest zredagowanym fragmentem pracy magisterskiej pt. *Łowiectwo jako element oferty w turystyce wiejskiej*, autor: E. Budyh-Tomkowiak, maszynopis Zakład Agroturystyki, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Poznań 2011.

² www.kola.lowiecki.pl/priv/rs/ww/lowpol/index.htm#Polowanie, 12.11.2011.

turystyki kwalifikowanej, etnicznej, kulturowej, uzdrowiskowej, pielgrzymkowej czy ekoturystyki³.

Na obszarach wiejskich zdominowanych przez gospodarkę leśną możliwy jest rozwój niepowtarzalnej formy aktywności, jaką jest łowiectwo⁴. W Polsce – będącej w europejskiej czołówce, jeśli chodzi o powierzchnię lasów (zajmują one prawie 30% terytorium kraju) – oferta w tym zakresie realizowana jest zarówno na obszarach lasów państwowych, jak i na terenach pozostających w rękach prywatnych⁵.

Łowiectwo – obok rybołówstwa i zbieractwa – stanowiło najstarszą formę działalności człowieka. Rola i znaczenie łowiectwa zmieniały się w przeciągu wieków – od podstawowego sposobu zdobywania przez człowieka mięsa i skór, poprzez rozrywkę, aż do czasów współczesnych, kiedy to łowiectwo stało się nauką i sposobem gospodarowania populacjami zwierząt dziko żyjących, a także ich środowiskiem życia, czyli tzw. biotopem⁶. Obecnie łowiectwo jest formą ochrony przyrody mającą na celu przede wszystkim dostosowywanie liczebności populacji zwierząt dziko żyjących do ciągle zmienianego przez człowieka środowiska ich występowania⁷.

Turystyka łowiecka, choć z pozoru agresywna, jest więc formą turystyki przyrodniczej⁸ i wpływa na kształtowanie postaw przychylnych środowisku naturalnemu poprzez: rozwijanie szacunku dla przyrody i rządzących nią praw,

³ B. Bramwel, B. Lane, *Rural tourism and sustainable rural development. Proceeding from the second international school of rural development*, Channel View Books, London 1994, za: A. Reichel, O. Lowengart, A. Milman, *Rural tourism in Israel: service quality and orientation*, „Tourism Management” 2000, nr 21, s. 451.

⁴ A. Brelik, *Rozwój turystyki wiejskiej w Polsce*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu SERiA XI (6), Olsztyn 2009, s. 17–20.

⁵ A.T. Sikora, E. Nybakk, *Rural development and forest owner innovativeness in a country in transition: Qualitative and quantitative insights from tourism in Poland*, Forest Policy and Economics (2011), doi:10.1016/j.forpol.2011.09.003.

⁶ Szerzej: W. Przybylski, *Łowiectwo. Historia, obyczaje, etyka, kultura*, Wydawnictwo Polski Związek Łowiecki, Warszawa 1998; F. Nüsslein, *Wielki poradnik myśliwego*, Wydawnictwo Świat Książki, Warszawa 2005.

⁷ Zgodnie z *Ustawą z dnia 13 października 1995 r. Prawo łowieckie* (art.1) łowiectwo jako element ochrony środowiska przyrodniczego, oznacza ochronę zwierząt łownych i gospodarowanie ich zasobami w zgodzie z zasadami ekologii oraz z zasadami racjonalnej gospodarki rolnej, leśnej i rybackiej (tekst jednolity DzU z 2005 r. nr 127, poz. 1066).

⁸ P.C. Reynolds, D. Braithwaite, *Towards a conceptual framework for wildlife tourism*, „Tourism Management” 2001, nr 22, s. 34.

podnoszenie świadomości w kwestii ochrony środowiska i promowanie przyjaznych mu działań⁹.

Podobnie jak w przypadku innych form turystyki, w łowiectwie również można mówić o zachowaniach konsumentów rozumianych jako ogół działań związanych z uzyskiwaniem, użytkowaniem i dysponowaniem produktami i usługami wraz z decyzjami poprzedzającymi i warunkującymi te działania¹⁰. Mogą one być zdeterminowane czynnikami o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym¹¹.

1. Cel i metody badań

Celem artykułu jest scharakteryzowanie aktywności myśliwych pod względem częstotliwości udziału w imprezach łowieckich, sposobu wyboru oferty i jej rodzaju.

W badaniu wzięło udział 60 respondentów będących członkami kół łowieckich z terenu województwa wielkopolskiego. Wybór obszaru badawczego był celowy, jest to bowiem drugie województwo w kraju pod względem liczby działających kół łowieckich¹². Realizowane badania miały charakter sondażowy, zostały przeprowadzone w oparciu o kwestionariusz ankiety.

1.1. Wyniki badań

Wśród osób biorących udział w badaniu 92% stanowili mężczyźni, a 8% – kobiety. Wykształcenie wyższe posiadało 41,7% ankietowanych, wykształcenie średnie 31,7%, a wykształcenie policealne/pomaturalne 6,7%. Respondenci deklarujący wykształcenie zawodowe stanowili 20% ogółu badanych.

⁹ R. Ballantyne, J. Packer, L.A. Sutherland, Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences, "Tourism Management" 2011, nr 32, s. 771.

¹⁰ J.F. Engel, R.D. Blackwell, P.W. Miniard, *Consumer Behavior*, The Dryden Press, Chicago 1993, s. 4.

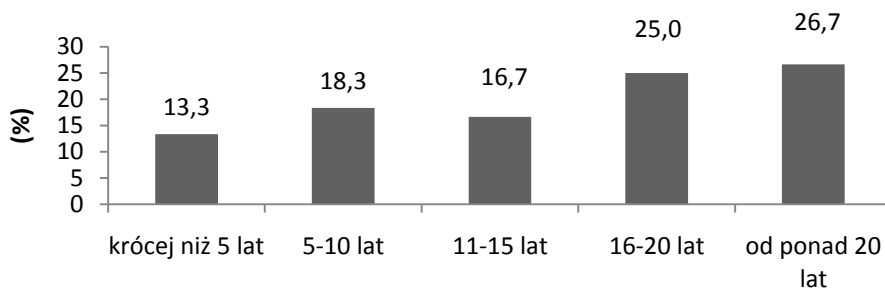
¹¹ L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2012, s. 61–156.

¹² www.pzlow.pl, 12.11.2011. Liczebność kół łowieckich utożsamiana jest z występowaniem na danym terenie zwierzyny łownej, a więc jest przejawem jego atrakcyjności dla rozwoju turystyki łowieckiej.

Wśród badanych najczęściej było osób w przedziale wiekowym 26–35 lat (35%) oraz 36–45 lat (28,3%). Mniej liczną grupę stanowili myśliwi mający 46–55 lat (21,7%). Najmniejszy odsetek stanowili respondenci z grupy 56–60 lat (8,3%) i powyżej 60. roku życia (6,7%).

Turystyka łowiecka jest aktywnością, której uprawianie wymaga specjalistycznej wiedzy i umiejętności, i wiąże się również z koniecznością spełnienia określonych wymogów formalnych. Doświadczenie niezbędne do bycia myśliwym zdobywa się też w praktyce. Jest ono czynnikiem wpływającym m.in. na sposób wyboru oferty, jej zakres, ale jest także determinantą popytu na dobra komplementarne związane z uprawianiem łowiectwa.

Ankietowanych, którzy wzięli udział w badaniu, można nazwać doświadczonymi myśliwymi, gdyż staż prawie 70% z nich wynosił ponad 10 lat (rysunek 1).



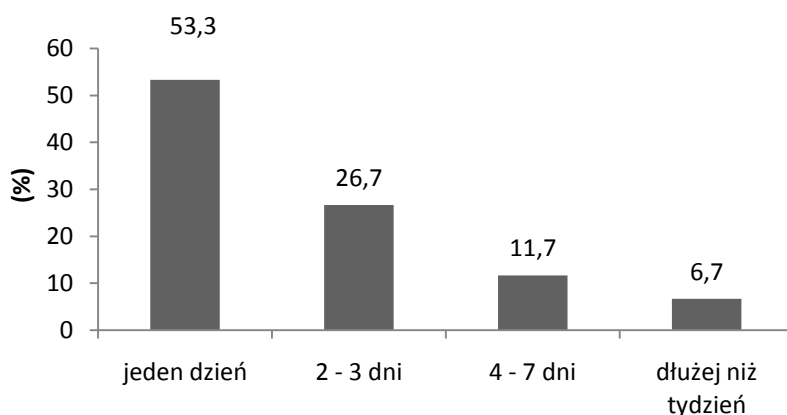
Rys. 1. Staż badanych w uprawianiu łowiectwa

Źródło: badania własne.

Jednym z podstawowych aspektów charakteryzujących zachowania uczestników ruchu turystycznego jest częstotliwość wyjazdów, która świadczy o ich zainteresowaniu analizowanym sposobem spędzania czasu. W przypadku myśliwych, którzy brali udział w badaniu, można mówić o dużym zaangażowaniu w wyjazdy na polowania. Ponad 66% ankietowanych stwierdziło, że wyjazdy te są przynajmniej częste lub nawet bardzo częste.

Warto podkreślić, że zdecydowanie najczęściej ankietowani korzystali z wyjazdów jednodniowych (53,3%), a częstotliwość wyboru odpowiedzi spadała wraz z wydłużaniem sugerowanego czasu pobytu (rysunek 2).

Uzasadnieniem takiego rozkładu odpowiedzi może być fakt, iż na badanym terenie, o czym wspomniano wcześniej, działają 303 koła łowieckie i odległości pomiędzy ich obwodami są na tyle niewielkie, że udział w imprezach na terenie innych niż macierzyste kół łowieckich nie wymaga od myśliwych znaczącego przemieszczania się, a czas pobytu również ulega skróceniu¹³.



Rys. 2. Najczęstsza długość pobytu badanych na polowaniu

Źródło: badania własne.

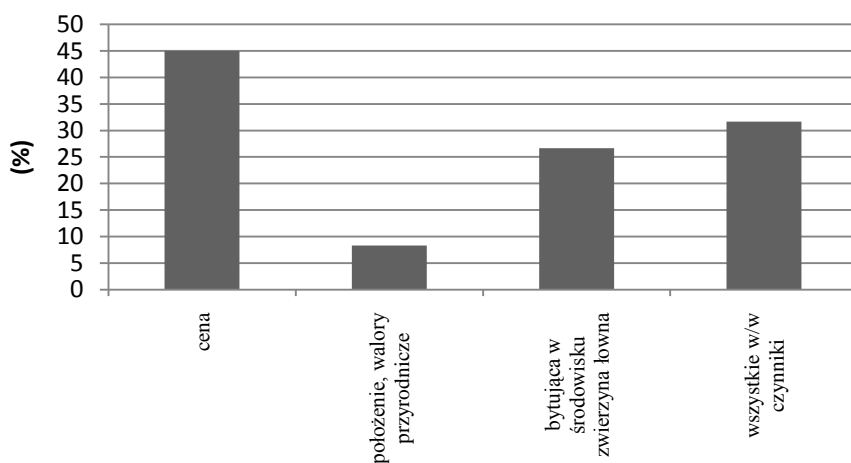
Czynnikami wpływającym na długość pobytu na polowaniu mogą być również związane z daną imprezą koszty. Zdecydowana większość myśliwych biorących udział w badaniu (61,7%) stwierdziła, że wyjazd na polowanie wymaga poniesienia kosztów średniej wysokości, dla 30% był to koszt wysoki,

¹³ Tę próbę wyjaśnienia potwierdzają odpowiedzi dotyczące zainteresowania badanych korzystaniem z oferty obiektów proponujących turystkę łowiecką na terenie kraju (poza województwem wielkopolskim) – rzadkie korzystanie z niej zadeklarowało 35% ankietowanych, a 48,3% nie wyjeżdża wcale poza teren województwa.

a tylko 8,3% badanych uznało ich poziom za niski. Ocena ta jest niewątpliwie wypadkową dochodów ankietowanych¹⁴.

Na wysokość kosztów w znacznym stopniu wpływa cena zaproponowana za udział w imprezie łowieckiej. Dla badanej grupy była ona znaczącą determinantą wyboru ofert (rysunek 3). Wśród ankietowanych 45% wskazało cenę jako element najważniejszy, ale była ona też ważna dla 31,7% badanych, którzy uznali ją za czynnik równie istotny, co położenie i walory przyrodnicze obszaru, na którym odbywa się polowanie oraz bytującą w środowisku zwierzyne.

O tym, że poziom cen za udział w polowaniach jest wysoki może świadczyć fakt, że 58,3% respondentów zapytanych o propozycję zmian w dostępnej ofercie turystyki łowieckiej wskazało właśnie obniżenie ceny, uznając, że używana za nią usługa nie jest dla nich satysfakcjonująca.



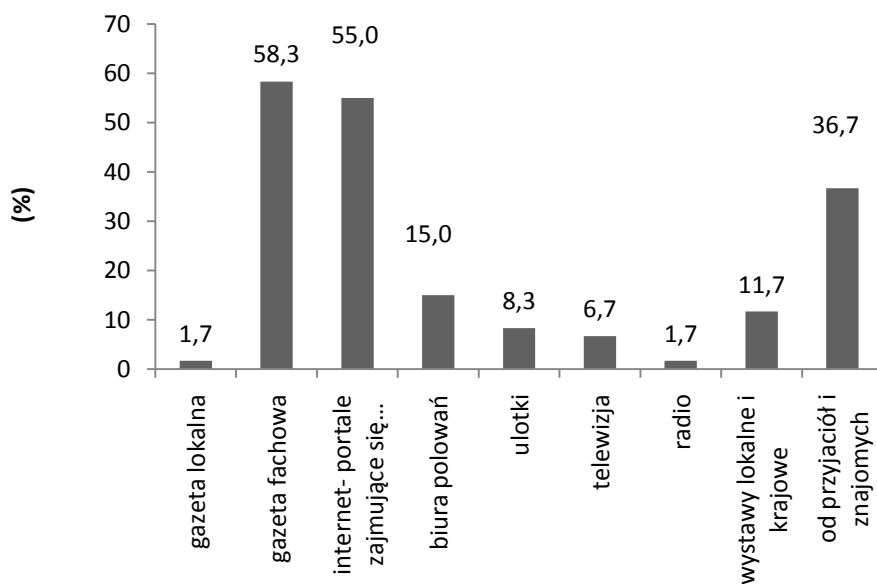
Rys. 3. Czynniki wpływające na wybór oferty łowieckiej

Źródło: badania własne.

¹⁴ O tym, że koszty wpływają na zachowania konsumentów w turystyce łowieckiej świadczy fakt, że tylko 13% badanych wyjeżdża na polowania za granicę. Ta forma aktywności zarezerwowana jest dla zamożniejszej grupy myśliwych, którzy gotowi są zapłacić każdą sumę, aby doznać nowych wrażeń oraz poznać kulturę łowiecką innych państw. Silną motywacją do realizowania wyjazdów zagranicznych może być chęć posiadania trofeów gatunków zwierząt niewystępujących w Polsce lub żyjących w kraju, lecz będących pod ochroną.

Poszukiwanie informacji o możliwości wzięcia udziału w imprezie łowieckiej wiązało się u ankietowanych z wykorzystaniem różnorodnych źródeł. Jak wskazują dane zamieszczone na rysunku 4 najbardziej wartościowym źródłem informacji o ofercie dotyczącej imprez łowieckich były źródła branżowe: czasopisma (58,3%) oraz strony internetowe (55,0%). Na informacjach od przyjaciół i znajomych polegało w tej kwestii 36,7% ankietowanych. Korzystanie z pozostałych źródeł deklarował zdecydowanie mniejszy odsetek myśliwych.

Dla 26,7% badanych najważniejszym elementem wpływającym na wybór oferty i udział w imprezie była zwierzyna łowna. Do zwierząt łownych zaliczane są gatunki ptaków i ssaków, z których można pozyskać wartościowe mięso bądź cenne skóry. Tradycyjny podział łowiecki wyróżnia dwa rodzaje zwierzyny łownej: grubą i płową¹⁵.

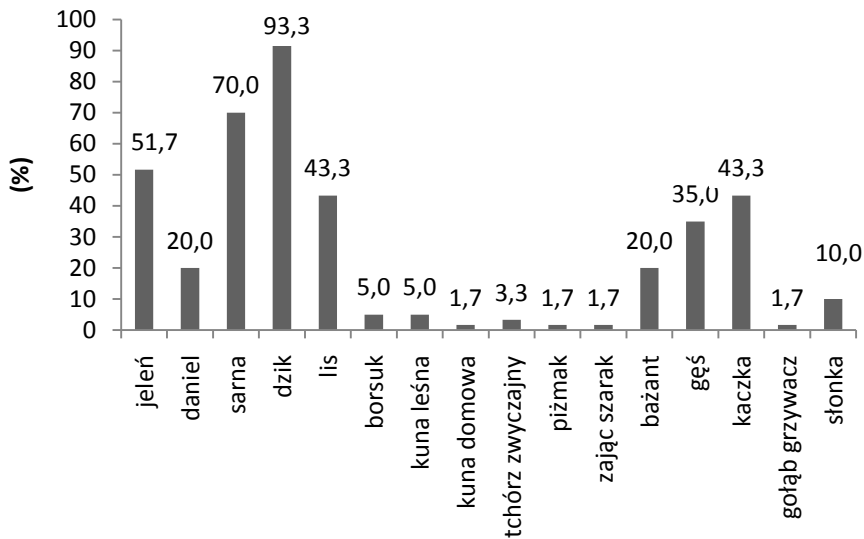


Rys. 4. Wykorzystywane źródła informacji o ofercie łowieckiej

Źródło: badania własne.

¹⁵ R. Stec, *Prawo łowieckie. Wybrane aspekty prawno porównawcze*, Wydawcy Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, BELLONA, Warszawa 2009, s. 280.

Polowanie na każdy z gatunków ma swoją specyfikę, odbywa się w ustalonych z góry terminach, wymaga określonych umiejętności i wiąże się z możliwością zdobycia różnych trofeów. Wybór zwierzyny zależy również od rodzaju polowania.



Rys. 5. Zwierzęta najczęściej wybierane do polowań

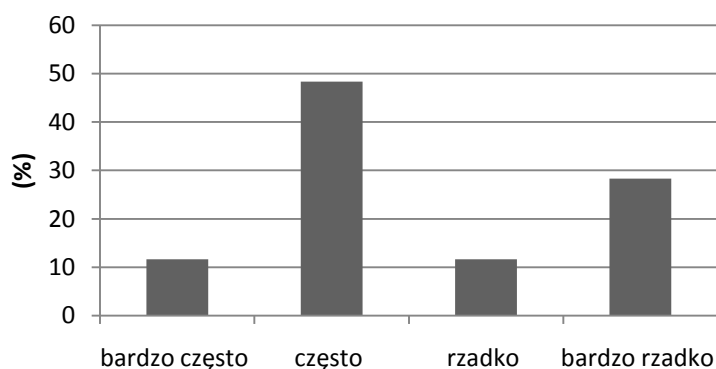
Źródło: badania własne

Jak wynika z przeprowadzonych badań, ankietowani byli zainteresowani przede wszystkim zwierzyną grubą (rysunek 5). Ustrzelenie jelenia, sarny czy dzika wiąże się z określonym prestiżem, zdobyciem pozycji w grupie i uzyskaniem szczególnie wartościowego trofeum.

Atrakcyjność i wyjątkowość łowiectwa wynika niewątpliwie ze sposobu organizacji polowań i towarzyszącej im atmosfery. Obcowaniu ze zwierzyną zawsze towarzyszą silne emocje, każde kolejne spotkanie z określonym gatunkiem zwierzęcia różni się od poprzedniego. Myśliwi mają możliwość brania

udziału w dwóch rodzajach polowań. Polowania indywidualne polegają na tym, że myśliwy poluje sam, bez pomocy innych osób, ale często z pomocą psa myśliwskiego. Odbywają się one na podstawie imiennego zezwolenia zwanego popularnie odstrzałem¹⁶. Myśliwi polują indywidualnie na zwierzynę grubą, a także na: kaczki, bażanty, kuropatwy, lisy. Nie wolno polować indywidualnie na zające. Niezależnie od charakteru tego polowania wymaga ono od myśliwego znajomości terenu i miejsc bytowania zwierzyny w różnych porach dnia i roku.

Bardzo częste wyjazdy na polowania indywidualne zadeklarowało 11,7% myśliwych biorących udział w badaniu, natomiast często realizowało je 48,3% (rysunek 6).



Rys. 6. Uczestnictwo w polowaniach indywidualnych

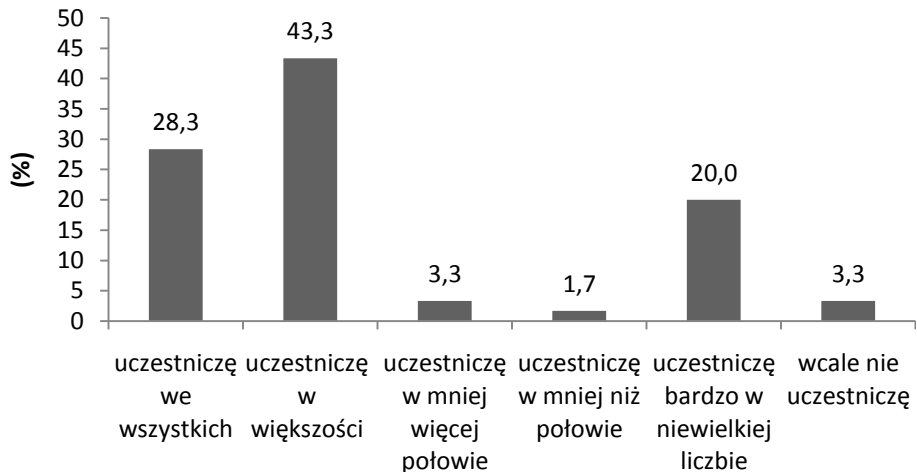
Źródło: badania własne

Kolejną formą jest polowanie zbiorowe¹⁷. W Polsce polega ono przede wszystkim na współdziałaniu ze sobą grupy myśliwych i naganki. Ten rodzaj

¹⁶ H. Okarma, A. Tomek, *Łowiectwo*, Wydawnictwo Edukacyjno-Naukowe H₂O, Kraków 2008, s. 410.

¹⁷ *Tamże*, s. 415.

polowań również cieszył się dużym zainteresowaniem wśród myśliwych biorących udział w badaniu (rysunek 7). We wszystkich takich imprezach organizowanych przez koła łowieckie w ciągu roku uczestniczyło 28,3%, a 43,3% brało udział w większości. Ten rodzaj polowania bywa okazją do strzelenia do zwierzyny, która poza okresem jesienno-zimowym skutecznie unika spotkania z człowiekiem. Polowania te mają piękną i uroczystą oprawę, wymagają od myśliwych doskonałego refleksu i celnego strzału do zwierzyny, która bardzo szybko się porusza.



Rys. 7. Uczestnictwo w polowaniach zbiorowych

Źródło: badania własne.

Do bardziej uroczystych polowań należą: polowania hubertowskie, wigilijne, sylwestrowe oraz noworoczne¹⁸.

¹⁸ S. Godlewski, *Vadamecum myśliwego*, Dom Wydawniczy BELLONA, Warszawa 2000, s. 79.



Rys. 8. Uczestnictwo w okolicznościowych imprezach łowieckich

Źródło: badania własne.

O znaczeniu tych niecodziennych imprez świadczy fakt, że regularne uczestnictwo w nich deklarowało 46,7% badanych, a zwykle brało w nich udział 38,3% ankietowanych (rysunek 8). Mimo iż przebieg polowań okolicznościowych ma charakter symboliczny, to udział w nich jest potwierdzeniem przynależności do braci myśliwskiej – jest okazją do spotkań i wymiany doświadczeń i poglądów.

Uwagi końcowe

Łowiectwo w Polsce nadal pozostaje sztuką, posiada swoją specyficzną otoczkę, tradycję i kulturę. Dla większości polskich myśliwych jest ono sposobem na życie, cegiełką włożoną w ochronę dzikiej przyrody, pełną emocji formą obcowania z nią.

Łowiectwo jest też formą aktywności turystycznej, wiąże się bowiem z podejmowaniem decyzji dotyczących czasu i częstotliwości uczestnictwa w imprezach łowieckich, sposobem wyboru oferty i jej rodzajem.

Myśliwi, którzy wzięli udział w badaniu, z łowiectwem są związani przez większość życia, można ich zatem uznać za doświadczonych i świadomych klientów. Mimo że oceniają koszty związane z udziałem w polowaniach jako wysokie, a czynnik cenowy za główną determinantę skorzystania z oferty, uczestniczą aktywnie w organizowanych polowaniach, a wybierając je, korzystają przede wszystkim z porad i źródeł fachowych.

HUNTING AS A FORM OF ACTIVITY IN RURAL TOURISM – SELECTED ASPECTS OF CONSUMER BEHAVIOR

Summary

Hunting is a unique form of activity on rural areas dominated by forestry. The same as in case of other forms of tourism, practicing hunting is determined by internal and external factors. The aim of article is to characterize the hunters activity of in terms of participation frequency in hunting events, the way of choosing the offer and its kind.

Translated by Magdalena Maćkowiak