

Marcin Kowalewski ✉

## Potencjał turystyczny Nadleśnictwa Rudka w opinii społeczności lokalnej

**Streszczenie.** Celem badań było rozpoznanie potencjału turystycznego Nadleśnictwa Rudka, a w szczególności walorów turystycznych w nim występujących, zagospodarowania turystycznego, dostępności komunikacyjnej, a także innych zasobów warunkujących rozwój turystyki na tym terenie. Badania sondażowe zostały przeprowadzone 2017 roku i objęto nimi 62 osoby. Z przeprowadzonej analizy wynika, że najważniejszymi czynnikami decydującymi o potencjale turystycznym Nadleśnictwa Rudka były: walory przyrodnicze, ścieżki dydaktyczne, a także punkty widokowe. Najslabiej oceniono natomiast bazę rozrywkową, noclegową, a także jakość informacji turystycznej. W promocji wykorzystywane były głównie tradycyjne kanały, a więc foldery, ulotki, katalogi czy polecenia znajomych, natomiast rzadko nowoczesne media, takie jak Internet.

**Słowa kluczowe:** potencjał turystyczny, baza gastronomiczna, promocja, dostępność komunikacyjna, atrakcyjność turystyczna, Nadleśnictwo Rudka

### Wstęp

Pojęcie potencjału turystycznego jest bardzo szerokie, ponieważ dotyczy wielu składników, m.in. przyrodniczych, geograficznych, kulturowych czy społecznych. W „Słowniku poprawnej polszczyzny” słowo potencjał zdefiniowane zostało następująco: „zasób możliwości, mocy, zdolności wytwórczej tkwiący w czymś”<sup>1</sup>. W połączeniu z określeniem turystyczny, potencjał to: „wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania turystyki, bądź do zajmowania się turystyką lub można powiedzieć, że są to wszelkie zasoby strukturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na określonym terenie”<sup>2</sup>.

W ujęciu bardziej ekonomicznym potencjał turystyczny to: „zasoby przyrodnicze, kulturowe, kadrowe, kapitałowe, lokalizacyjne, finansowe, organizacyjne i informacyj-

1 W. Doroszewski: Słownik poprawnej polszczyzny PWN. PWN, Warszawa 1982, s. 554.

2 J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny. PWE, Warszawa 2005, s. 51.

✉ marcin.kowalewski1@interia.eu

ne, które kształtują możliwości kreowania oferty turystycznej obszaru (regionu, gminy, miasta) oraz bezpośrednio wpływają na wielkość i strukturę ruchu turystycznego, a w konsekwencji kształtują przychody z turystyki”<sup>3</sup>. Jako potencjał turystyczny można przedstawić całość czynników, które decydują o możliwości rozwoju turystyki na wskazanym obszarze<sup>4</sup>. Można powiedzieć, że potencjał turystyczny to wszystkie elementy środowiska naturalnego i kulturowego, a także zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna, infrastruktura paraturystyczna, zasoby ludzkie oraz elementy otoczenia sektora turystycznego<sup>5</sup>. O atrakcyjności turystycznej obszaru, miejscowości, obiektu czy szlaku decydują trzy czynniki – ranga walorów turystycznych, stopień dostępności komunikacyjnej oraz stan zagospodarowania turystycznego. Stanowią one łącznie o geograficznych warunkach rozwoju ruchu turystycznego na danym terenie<sup>6</sup>.

Jako element potencjału turystycznego można postrzegać także elementy konkurencyjności turystycznej poszczególnych destynacji. A. Niezgoda wyróżnia następujące: czynniki ekonomiczne (zasoby czynników produkcji, stan infrastruktury społecznej, dostępność komunikacyjną, sytuację na rynku pracy, infrastrukturę funkcjonalną dla systemu recepcji turystycznej, czyli infrastrukturę specjalnego przeznaczenia i zagospodarowanie turystyczne), czynniki społeczne (zasoby pracy, predyspozycje społeczeństwa do przedsiębiorczości i innowacyjności, lokalne elity polityczne, gospodarcze i kulturalne), czynniki związane ze środowiskiem przyrodniczym i kulturowym<sup>7</sup>.

### **Cel i metodyka badań**

Celem poznawczym badań było rozpoznanie potencjału turystycznego Nadleśnictwa Rudka, a w szczególności jego zasobów strukturalnych, w których skład wchodzi: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna i inne. Próbę do badań dobrano w sposób losowy. Obserwacją badawczą objęto Nadleśnictwo Rudka, które obok trzydziestu pozostałych nadleśnictw wchodzi w skład Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Białymstoku. Jest to jednocześnie jedno z największych nadleśnictw w kraju. Swoim zasięgiem Nadleśnictwo Rudka obejmuje obszar o łącznej powierzchni 240 tys. ha. Znajduje się na czystych i wielu miejscach dziewiczych terenach południowej części województwa podlaskiego, pomiędzy rzekami Narew i Bug. W rejonie Nadbużańskiego Parku Krajobrazowego obejmuje także

---

<sup>3</sup> A. Panasiuk: Rola informacji turystycznej w kształtowaniu potencjału turystycznego na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego, [w:] Potencjał turystyczny: zagadnienia ekonomiczne, A. Panasiuk (red.), Wydaw. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010, s. 229.

<sup>4</sup> A. Zajadacz, J. Śniadek: Ocena potencjału turystycznego, [w:] Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki, t. 3. Walory i atrakcje turystyczne. Potencjał turystyczny. Plany rozwoju turystyki, Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), Wydaw. Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2009, s. 35.

<sup>5</sup> M. Borkowska-Niszczota: Ocena potencjału turystycznego obszarów przyrodniczo-cennych województwa podlaskiego, *Economics and Management* 2014, nr 1, s. 313.

<sup>6</sup> J. Wyrzykowski: Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług* 2010, nr 52, s. 33; T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski: *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa 2008, s. 24.

<sup>7</sup> Za A. Niezgoda, [w:] M. Borkowska-Niszczota: *Ocena...*, op.cit., s. 314–315.

część województwa mazowieckiego. Nadleśnictwo opiekuje się i zarządza lasami należącymi do Skarbu Państwa o łącznej powierzchni ponad 15 tys. ha oraz nadzoruje gospodarkę leśną w lasach niepaństwowych o łącznej powierzchni prawie 34 tys. ha znajdujących się na terenie dwóch województw (podlaskiego i mazowieckiego), pięciu powiatów (białostockiego, bielskiego, ostrowskiego, siemiatyckiego i wysokomazowieckiego) oraz 21 jednostek samorządowych<sup>8</sup>. Badania empiryczne zostały przeprowadzone w 2017 roku i objęto nimi 62 respondentów. Wykorzystano metodę sondażową z techniką ankiety według standaryzowanego kwestionariusza. Ponad dwie trzecie (67,7%) odpowiadających na pytania osób stanowili mężczyźni, a kobiety jedynie 32,3%. Badana grupa była zróżnicowana również pod względem wieku. Najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku od 26 do 35 lat, a najmniej liczną osoby poniżej 25 roku życia.

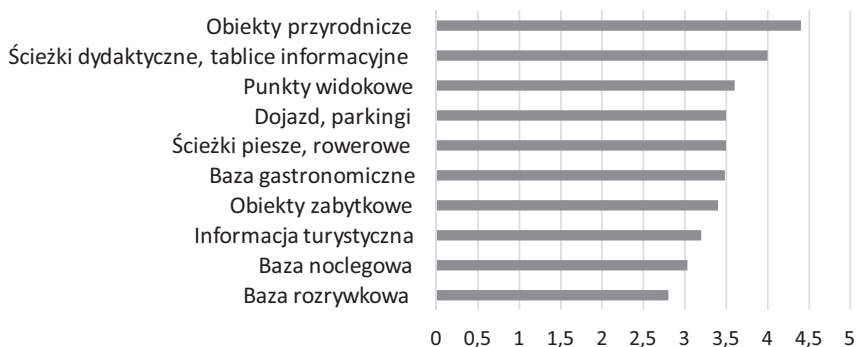
### **Potencjał turystyczny Nadleśnictwa Rudka w opinii badanych**

Ankietowani zostali poproszeni o ocenę atrakcyjności turystycznej badanego obszaru, a także o uzasadnienie, dlaczego poleciliby ten teren innym osobom jako atrakcyjne miejsce wypoczynku. Zdecydowana większość, bo aż 71% badanych oceniła, że obszar Nadleśnictwa Rudka jest atrakcyjny turystycznie, 13% natomiast uznała go za bardzo atrakcyjny, a 12% za średnio atrakcyjny. Jedynie 4% ankietowanych oceniło tę destynację turystyczną jako mało atrakcyjną. Warto dodać, że żaden z respondentów nie ocenił omawianego nadleśnictwa jako nieatrakcyjnego. Osoby, które udzieliły pozytywnej odpowiedzi na to pytanie, argumentowały ją tym, że teren ten charakteryzuje się: bogactwem przyrody, pięknymi lasami, wieloma atrakcyjnymi miejscami do grzybobrania i jesiennych spacerów, jedynymi miejscami w Polsce gdzie spotkamy się z niektniętą przez człowieka przyrodą, bardzo ciekawymi obiektami przyrody, rezerwatami i parkami, czystym powietrzem, dużą ilością zieleni, świeżym powietrzem, ciszą i spokojem, bogatą fauną i florą, bliskością natury, a także barwną kulturą. Wyniki badań jednoznacznie wskazują, że w opinii mieszkańców tego terenu Nadleśnictwo Rudka jest obszarem atrakcyjnym turystycznie, który warto polecić innym.

Ankietowani ocenili, że najważniejszymi czynnikami decydującymi o potencjale turystycznym nadleśnictwa są: obiekty przyrodnicze, ścieżki dydaktyczne, a także punkty widokowe. Najsłabiej oceniono natomiast bazę rozrywkową, noclegową, a także jakość informacji turystycznej, co przedstawiono na rysunku 1.

Walory przyrodnicze w opinii ankietowanych zostały również uznane za najcenniejszy element potencjału turystycznego, aż 97% ankietowanych udzieliło właśnie takiej odpowiedzi. Wskazano również na istotne znaczenie walorów kulturowych (39%), a także bazy gastronomicznej (29%). Zwrócono jednak uwagę na słabą dostępność komunikacyjną nadleśnictwa, co jest ważnym czynnikiem ograniczającym zarówno liczbę turystów, jak i rozwój potencjału turystycznego.

<sup>8</sup> B. Safaryn: Położenie nadleśnictwa, Lasy Państwowe Nadleśnictwo Rudka 2017, <http://www.rudka.bialystok.lasy.gov.pl/polozenie#.WTBxt9waSpo>, (dostęp: 27.05.2018).



\*oceny dokonano w skali 1–5 (1 – nieważne, 5 – bardzo ważne).

**Rysunek 1.** Ocena czynników decydujących o potencjale turystycznym Nadleśnictwa Rudka w opinii społeczności lokalnej

Źródło: opracowanie własne.

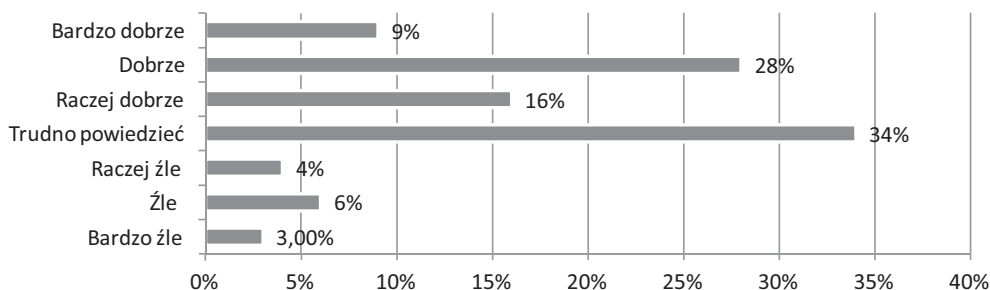
W badaniach poszukiwano odpowiedzi na pytanie dotyczące wykorzystania szlaków turystycznych przez mieszkańców Nadleśnictwa Rudka. Okazało się, że blisko 78% z nich deklaruowało, że korzystało ze szlaków turystycznych dostępnych na tym terenie. Nieco dziwi fakt, że aż 22% badanych nie znała tych szlaków i nigdy z nich nie korzystała.

### Promocja Nadleśnictwa Rudka w opinii społeczności lokalnej

Promocja obszarów przyrodniczo i turystycznie cennych jest ważnym czynnikiem wspierającym rozwój turystyki na terenie Nadleśnictwa Rudka. Jednak, jak wynika z opinii mieszkańców, trudno jest jednoznacznie ocenić jakość działań promocyjnych podejmowanych przez władarzy analizowanego nadleśnictwa. Ankietowani najczęściej oceniali, że promocja turystyki w Nadleśnictwie Rudka jest dobra lub trudno ją jednoznacznie ocenić, co może sugerować, że nie w pełni jest ona znana mieszkańcom, a działania marketingowe kierowane są głównie nie do społeczności lokalnej, a turystów z innych regionów. Dokładne dane zaprezentowano na rysunku 2.

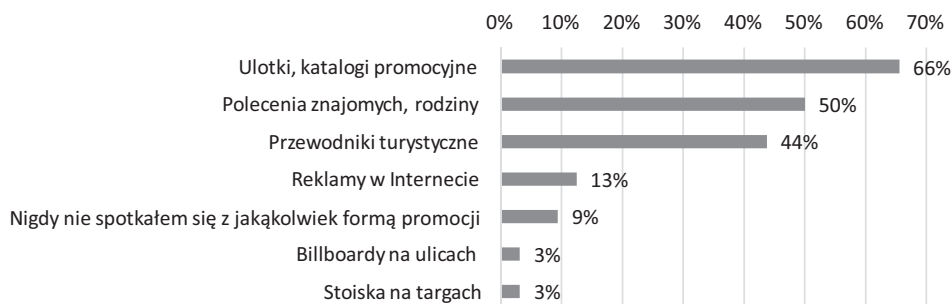
Nadleśnictwo Rudka wykorzystuje wiele form promocji, aby zwiększyć świadomość zarówno mieszkańców, jak i osób odwiedzających ten obszar. Jednak, jak wynika z przeprowadzonych badań, działania te spotykają się z różnorodną opinią (rys. 3).

Najczęściej wykorzystywaną formą promocji badanego nadleśnictwa były ulotki i katalogi promocyjne, z którymi miało okazję zapoznać się 66% respondentów. Ważnym źródłem informacji okazały się również: polecenia od znajomych i rodziny oraz przewodniki turystyczne, na które zwracało uwagę odpowiednio 50 i 44% ankietowanych. Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonych badań, można stwierdzić, że promocja Nadleśnictwa Rudka odbywa się głównie poprzez tradycyjne kanały, a w małym stopniu wykorzystywany jest w tym celu Internet – tylko 13% badanych spotkało się z jakąkolwiek formą reklamy internetowej. Niepokojące wydaje się to, że 9% ankietowanych nigdy nie



**Rysunek 2.** Ocena promocji Nadleśnictwa Rudka w opinii badanych (%)

Źródło: opracowanie własne.



**Rysunek 3.** Formy promocji Nadleśnictwa Rudka w opinii badanych (%)

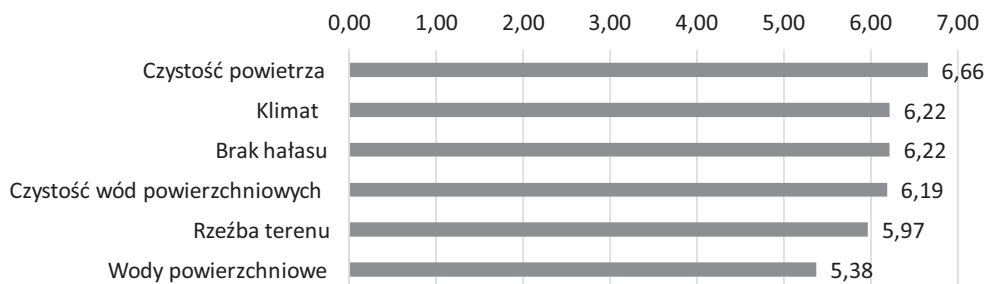
Źródło: opracowanie własne.

spotkało się z żadną formą promocji, co sugeruje konieczność podjęcia dodatkowych działań w tym zakresie.

### Atrakcyjność turystyczna Nadleśnictwa Rudka pod względem walorów wypoczynkowych

Ankietowani mieszkańcy ocenili atrakcyjność turystyczną Nadleśnictwa Rudka pod względem walorów wypoczynkowych na dobrym poziomie, chociaż ocena jego poszczególnych elementów była zróżnicowana, co zilustrowano na rysunku 4.

Najkorzystniejszymi walorami wypoczynkowymi badanego obszaru w opinii jego mieszkańców okazały się: czystość powietrza, klimat i brak hałasu. Wymienione elementy zostały ocenione bardzo dobrze. Rzeźba terenu i wody powierzchniowe natomiast zostały ocenione dobrze i raczej dobrze. Wynika to między innymi z tego, że obszar nadleśnictwa nie jest szczególnie zróżnicowany, a także nie występuje tam zbyt wiele zbiorników wodnych. Ponadto infrastruktura turystyczna wokół istniejących rzek i in-



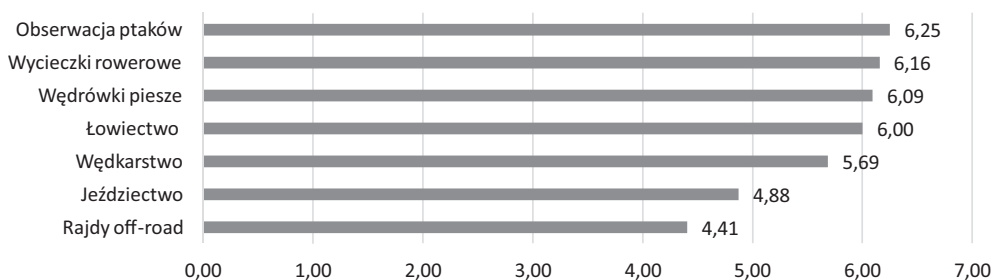
\*oceny dokonano w skali 1–7.

**Rysunek 4.** Ocena walorów wypoczynkowych Nadleśnictwa Rudka w opinii badanych

Źródło: opracowanie własne.

nych cieków wodnych jest mało rozwinięta, co dodatkowo utrudnia korzystanie z tych walorów.

Mieszkańcy Nadleśnictwa Rudka pozytywnie wypowiedzieli się również na temat walorów specjalistycznych, oceniając je na raczej dobrym poziomie, chociaż podobnie, jak w przypadku walorów wypoczynkowych odpowiedzi te były zróżnicowane. Szczegółowe informacje przedstawiono na rysunku 5.



\*oceny dokonano w skali 1–7.

**Rysunek 5.** Ocena walorów specjalistycznych Nadleśnictwa Rudka w opinii badanych

Źródło: opracowanie własne.

Najbardziej atrakcyjnymi walorami specjalistycznymi Nadleśnictwa Rudka w opinii jego mieszkańców były: obserwacja ptaków, wycieczki rowerowe, wędrówki piesze i łowiectwo. Teren ten jest w sposób szczególny przystosowany do tych celów, ze względu na obszary przyrodniczo cenne, a także dobrą infrastrukturę ścieżek rowerowych. Lasy badanego nadleśnictwa są również bogate w zwierzynę łowną, a także dobrze wyposażone w infrastrukturę łowiecką. Na obszarze nadleśnictwa działa kilka kół łowieckich. W mniejszym stopniu rozwinięte są takie walory jak wędkarstwo czy jeździectwo. Wynika to między innymi z faktu obecności relatywnie małej liczby stawów i jezior na tym terenie, a także małej liczby stadnin.

### Baza gastronomiczna Nadleśnictwa Rudka

Ważnym elementem infrastruktury turystycznej jest baza gastronomiczna. Podlaska kuchnia jest bardzo bogata, szczególnie w potrawy mączne i ziemniaczane. Odnaleźć można w niej wpływy kuchni kresowej. Turyści odwiedzający Podlasie chętnie próbują regionalnych potraw i trunków, dlatego też warto przyrzeć się bazie gastronomicznej na tym terenie.

**Tabela.** Obiekty gastronomiczne, z których najczęściej korzystali mieszkańcy Nadleśnictwa Rudka

Obiekty gastronomiczne	Ogółem		Płeć respondentów			
			kobiety		mężczyźni	
	N = 62	%	N = 20	%	N = 42	%
Restauracja	48	77,4	19	95,0	29	69,1
Bar	26	41,9	17	85,0	9	21,4
Inne punkty gastronomiczne	18	29,0	6	30,0	12	28,6
Kawiarnia	13	20,1	7	35,0	6	14,3
Stołówka	7	11,3	4	20,0	3	7,1

\*badany mógł podać więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne.

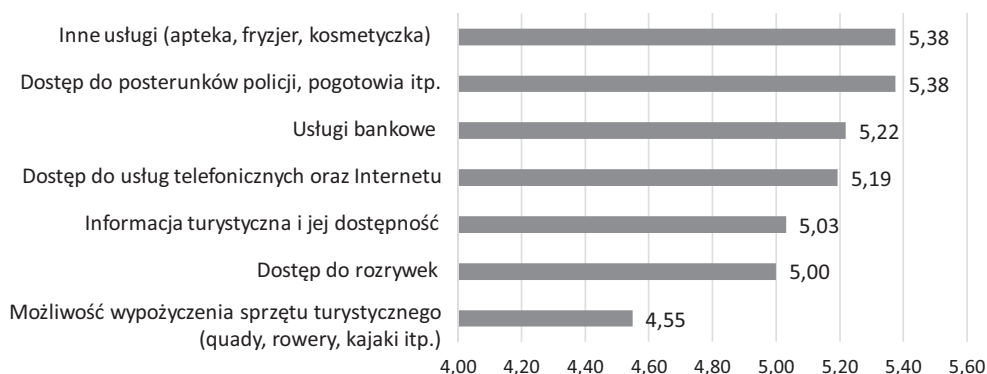
Badani mieszkańcy najczęściej korzystali z restauracji, barów i punktów gastronomicznych sklasyfikowanych jako inne (Tabela). Odpowiedzi były jednak zróżnicowane w zależności od płci. Kobiety najczęściej korzystały z usług restauracji, barów i kawiarni. Jednocześnie respondentki zwracały uwagę na brak na terenie nadleśnictwa wystarczającej liczby punktów gastronomicznych, dostosowanych do potrzeb rodzin z dziećmi, a także osób niepełnosprawnych. Z kolei w grupie mężczyzn największą popularnością cieszyły się restauracje, inne punkty gastronomiczne, takie jak: gospodarstwa agroturystyczne, czy punkty cateringowe oraz bary.

Mieszkańcy ocenili jakość bazy gastronomicznej Nadleśnictwa Rudka. Większość, bo 71% ankietowanych uznało, że jakość jedzenia w punktach gastronomicznych na terenie Nadleśnictwa Rudka jest dobra, a ceny są przystępne (71%). Ponad połowa (55%) badanych mieszkańców oceniła również, że istnieje możliwość spróbowania potraw regionalnych, chociaż różnorodnie oceniano ich oryginalność. Blisko połowa (48%) ankietowanych uznała, że jakość obsługi jest dobra, a baza gastronomiczna zróżnicowana (39%). W ofercie można znaleźć zarówno zajazdy, jak i eleganckie restauracje, bary szybkiej obsługi, bistra, karczmy, a także wiele pizzerii. Respondenci zwracali jednak uwagę, że na terenie Nadleśnictwa Rudka, podobnie jak i na terenie całego Podlasia brakuje karczm, które zaaranżowane są w typowo podlaskim stylu, uwzględniającym nie tylko specyfikę tradycyjnej zabudowy, ale również oryginalne, stare receptury potraw i wykorzystywanych składników.

### Ocena bazy komunikacyjnej Nadleśnictwa Rudka

Ważnym elementem potencjału turystycznego jest baza komunikacyjna, a także dostępność komunikacyjna danej destynacji turystycznej. Mieszkańcy ocenili bazę komunikacyjną (szlaki turystyczne – piesze, rowerowe, konne, inne oraz ich zagospodarowanie) pozytywnie. Ponad 41% z nich uznała, że są one na dobrym poziomie, 22% określiła je jako bardzo dobre, a 19% jako raczej dobre. Jedyne 18% respondentów uznało, że trudno jest ocenić bazę komunikacyjną nadleśnictwa. Zwracano jednak uwagę, że korzystne z punktu widzenia rozwoju funkcji turystycznej na tym obszarze byłoby lepsze oznakowanie szlaków rowerowych i pieszych, a także zadbanie o większą liczbę ścieżek edukacyjnych.

O atrakcyjności turystycznej danego miejsca, czy też terenu decydują nie tylko zasoby przyrodnicze, czy też kulturowe, ale również baza towarzysząca, która ułatwia zwiedzanie i poznawanie odwiedzanej destynacji turystycznej.



\*oceny dokonano w skali 1–7.

**Rysunek 6.** Ocena elementów bazy towarzyszącej w Nadleśnictwie Rudka w opinii respondentów

Źródło: opracowanie własne.

W opinii badanych mieszkańców obszar Nadleśnictwa Rudka charakteryzuje się raczej dobrą bazą towarzyszącą (rys. 6). Najlepiej respondenci ocenili dostęp do takich usług jak: fryzjer, kosmetyczka, czy też apteka. Chociaż nie są to usługi bezpośrednio kojarzące się z aktywnością turystyczną, to można przypuszczać, że odwiedzający chętnie korzystają z dobrej jakości, relatywnie tanich usług. Może to być element, który dodatkowo zachęci, szczególnie turystów, do spędzenia wolnego czasu w analizowanym nadleśnictwie, ale również do skorzystania z atrakcji „nie tylko dla ducha, ale i dla ciała”. Najślabiej zostały ocenione ważne, z punktu widzenia rozwoju turystyki na tym terenie, takie elementy bazy towarzyszącej, jak: możliwość wypożyczenia sprzętu turystycznego, dostęp do rozrywek, a także dostępność informacji turystycznej. Wydaje się to szczegól-



nie niekorzystne, ale może świadczyć również o niewykorzystaniu ogromnego potencjału turystycznego tego obszaru.

Obszar Nadleśnictwa Rudka oferuje nie tylko atrakcje związane z przyrodą, ale również możliwość zwiedzania zabytków i innych ciekawych miejsc będących efektem ludzkiej działalności. Ankietowani zostali poproszeni o ocenę najpopularniejszych miejsc, odwiedzanych przez turystów, pod względem ich atrakcyjności turystycznej. Ogólna ocena była dobra, jednak niektóre obiekty były szczególnie wyróżnione. Za najatrakcyjniejsze obiekty turystyczne badani mieszkańcy uznali Ziołowy Zakątek w Korycinach. Jest to miejsce wyjątkowe i szczególne, łączące wiele atrakcji. Prowadzone gospodarstwo ziołowe, wraz z suszarnią i wytwórnią przypraw, herbat, olejów i innych przetworów kusi swoją oryginalnością i niesztampowością. Dodatkowo na terenie Ziołowego Zakątka można skosztować potraw regionalnych, odwiedzić edukacyjny ogród ziołowy, a także obejrzeć tradycyjną podlaską zabudowę, w otoczeniu lasów i borów Nadleśnictwa Rudka. Wysoko oceniono również Muzeum Rolnictwa im. ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu, a także rezerwat przyrody Koryciny. Muzeum w Ciechanowcu oferuje turystom nie tylko możliwość odwiedzenia skansenu wsi podlaskiej, ale również uczestnictwa w organizowanych tam festynach, dniach chleba, czy też pokazach tradycyjnego rzemiosła i rękodzielnictwa. Na kolejnych miejscach znalazły się: kompleks stawów w Pietkowie, szkółka leśna w Korycinach, a także Podlaski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Szepietowie. Najmniej atrakcyjne okazały się: mogiła żołnierzy niemieckich i rosyjskich z 1918 roku w okolicach Szepietowa, kompleks zabytkowych wiatraków i młynów w Kobylinie, a także Zuzela – miejsce narodzin Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Wydaje się, że miejsca te mogłyby stać się ciekawymi obiektami turystycznymi, nie tylko dla mieszkańców, ale i turystów. W tym celu konieczna jest lepsza promocja, a także znalezienie ciekawego pomysłu na zachęcenie turystów do odwiedzania tych miejsc.

### **Podsumowanie i wnioski**

Ankietowani ocenili, że najważniejszymi czynnikami decydującymi o potencjale turystycznym nadleśnictwa są: obiekty przyrodnicze, ścieżki dydaktyczne, a także punkty widokowe. Najślabiej oceniono natomiast bazę rozrywkową, noclegową, a także jakość informacji turystycznej. Walory przyrodnicze w opinii ankietowanych zostały również uznane za najcenniejszy element potencjału turystycznego – aż 97% z nich udzieliło właśnie takiej odpowiedzi. Zwrócono jednak uwagę na słabą dostępność komunikacyjną nadleśnictwa, co jest ważnym czynnikiem ograniczającym zarówno liczbę turystów, jak i rozwój funkcji turystycznej tego obszaru.

Mieszkańcy ocenili jakość gastronomicznej Nadleśnictwa Rudka. Większość badanych uznała, że jakość jedzenia w punktach gastronomicznych na terenie Nadleśnictwa Rudka jest dobra, a ceny są przystępne, ponad połowa oceniła również, że istnieje możliwość spróbowania potraw regionalnych, chociaż różnorodnie oceniano ich oryginalność. Blisko połowa ankietowanych uznała, że jakość obsługi jest dobra, a baza gastronomiczna zróżnicowana. W ofercie można znaleźć zarówno zajazdy, jak i eleganckie restauracje, bary szybkiej obsługi, bistra, karczmy, a także wiele pizzerii. Respondenci

zwracali jednak uwagę, że na terenie Nadleśnictwa Rudka, podobnie jak i na terenie całego Podlasia brakuje karczm, które zaaranżowane są w typowo podlaskim stylu, uwzględniającym nie tylko specyfikę tradycyjnej zabudowy, ale również oryginalne, stare receptury potraw i wykorzystywanych składników.

Ważnym elementem potencjału turystycznego jest baza komunikacyjna, a także dostępność komunikacyjna danej destynacji turystycznej. Mieszkańcy ocenili bazę komunikacyjną (szlaki turystyczne – piesze, rowerowe, konne, inne oraz ich zagospodarowanie) pozytywnie. Zwracano jednak uwagę, że korzystne z punktu widzenia rozwoju funkcji turystycznej na tym obszarze byłoby lepsze oznakowanie szlaków rowerowych i pieszych, a także zadbanie o większą liczbę ścieżek edukacyjnych.

Najczęściej wykorzystywaną formą promocji badanego nadleśnictwa były ulotki i katalogi promocyjne, z którymi miało okazję zapoznać się 2/3 respondentów. Ważnym źródłem informacji okazały się również: polecenia od znajomych i rodziny oraz przewodniki turystyczne, na które zwracał uwagę co drugi ankietowany. Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonych badań, można stwierdzić, że promocja Nadleśnictwa Rudka odbywa się głównie poprzez tradycyjne kanały, a w małym stopniu wykorzystywany jest w tym celu Internet (tylko 13% badanych spotkało się z jakąkolwiek formą reklamy internetowej).

## Literatura

- Borkowska-Niszczota M.: Ocena potencjału turystycznego obszarów przyrodniczo-cennych województwa podlaskiego, *Economics and Management* 2014, nr 1.
- Doroszewski W.: Słownik poprawnej polszczyzny, PWN, Warszawa 1982.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.: Produkt turystyczny, PWE, Warszawa 2005.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J.: Geografia turystyki Polski, PWE, Warszawa 2008.
- Panasiuk A.: Rola informacji turystycznej w kształtowaniu potencjału turystycznego na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego, [w:] Potencjał turystyczny: zagadnienia ekonomiczne A. Panasiuk (red.), Wydaw. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.
- Safaryn B.: Położenie nadleśnictwa, Lasy Państwowe Nadleśnictwo Rudka 2017, <http://www.rudka.bialystok.lasy.gov.pl/polozenie#.WTBxt9waSpo>, (dostęp: 27.05.2018).
- Wyrzykowski J.: Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, *Ekonomiczne Problemy Usług* 2010, nr 52.
- Zajadacz A., Śniadek J.: Ocena potencjału turystycznego, [w:] Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki, t. 3. Walory i atrakcje turystyczne. Potencjał turystyczny. Plany rozwoju turystyki, Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), Wydaw. Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2009.

## Tourism potential of the Rudka Forest District in the opinion of its residents

**Summary.** The aim of the research was to recognize the tourist potential of the Rudka Forest District, its values, tourism development, transport accessibility as well as other resources determining the development of tourism in this area. The survey was conducted in 2017 and covered 62 people. The analysis shows that the most important factors determining the tourist potential of the Rudka Forest District were: natural objects, didactic paths, as well as viewpoints. However, the worst rating were the entertainment and accommodation base as well as the quality of tourist information. The promotion used mainly traditional channels; folders, leaflets, catalogs or recommendations of friends, but rarely modern media, such as the Internet.

**Key words:** tourism potential, gastronomic base, promotion, transport accessibility, tourist attractiveness, Rudka Forest District