

Preferencje wędkarskie Polaków i ich wpływ na rozwój turystyki

Karolina Hawrylik

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: karhawrylik01@gmail.com

Halina Kiryluk 

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: h.kiryluk@pb.edu.pl

DOI: 10.24427/az-2024-0079

Streszczenie

Turystyka wędkarska ma duży potencjał rozwojowy w wielu regionach Polski. Wędkarstwo rekreacyjne stanowi atrakcyjną i coraz bardziej popularną formą wypoczynku, jednak aby jego potencjał w rozwoju turystyki w pełni wykorzystać, potrzebne jest przygotowanie odpowiedniej, kompleksowej oferty turystyczno-rekreacyjnej dostosowanej do potrzeb i oczekiwań wędkarzy. Głównym celem artykułu jest ukazanie preferencji polskich wędkarzy i ocena ich potencjalnego wpływu na rozwój turystyki. Do realizacji celu wykorzystano metodę badań ilościowych przy użyciu techniki CAWI (Computer Assisted Web Interview). Badanie przeprowadzono na grupach wędkarskich na platformie Facebook, na próbie 250 respondentów. Z przeprowadzonych badań wynika, że wędkarze, jako jeden z głównych celów wyjazdów turystycznych, wskazują bliski kontakt z naturą i traktują wędkarstwo przede wszystkim jako formę relaksu. Wymagają jednak lepszej infrastruktury wokół łowisk. Wyniki badań wskazują też na potrzebę poprawy zarządzania obszarami rybackimi, co mogłoby pozytywnie wpłynąć na rozwój lokalnej turystyki.

Słowa kluczowe

wędkarstwo, turystyka wędkarska, wędkarstwo rekreacyjne, preferencje wędkarskie

Wstęp

Turystyka wędkarska stanowi dynamicznie rozwijający się segment turystyki kwalifikowanej, który przyciąga zarówno doświadczonych wędkarzy, jak i wędkarzy – amatorów. W wielu regionach staje się ona coraz ważniejszą częścią lokalnej gospodarki [Głębiński, 2023; Brocki, Wawrzyniak, Czerniejewicz, 2015] lub ma potencjał, aby generować przychody i tworzyć nowe miejsca pracy [Potts, 2021, s. 2]. Potencjał ten i możliwości rekreacyjnego wędkowania w dużym stopniu determinuje jakość miejsc wędkarskich [Bonnichsen, Jensen, Olsen, 2016], a w szczególności ich warunki środowiskowe [Bonnichsen i in., 2019, s. 1; Hunt i in., 2019]. Postrzegana jakość miejsc wędkarskich zależy od tego, jak poszczególni wędkarze oceniają różne atrybuty miejsca [Bonnichsen i in., 2019], w szczególności dostępność i zasoby łowisk, infrastrukturę, usługi, walory przyrodnicze i krajobrazowe danego obszaru. Poznanie satysfakcji i preferencji turystów wędkarskich (w tym dotyczących korzystania z różnych usług) stanowi podstawę dla rozwoju turystyki wędkarskiej [Lankia, Venesjärvi, Pouta, 2022].

Badanie motywacji, preferencji i wzorców zachowań uczestników wypraw wędkarskich coraz częściej staje się przedmiotem badań naukowych na całym świecie [Petriki, Bobori, 2024; Głębiński, 2023; Kompplu i in., 2022; Czarkowski, Wołos, Kapustam, 2021; Arlinghaus i in., 2020; Pokki i in., 2020; Skrzypczak, Karpiński, 2020; Bonnichsen, Jensen, Olsen, 2019; 2016; Dabrowksa, Hunt, Haider, 2017]. Zrozumienie potrzeb i oczekiwań turystów wędkarzy, a także rozpoznanie wzorców ich zachowań, ma bowiem kluczowe znaczenie dla optymalnego zarządzania łowiskami rekreacyjnymi [Pokki i in., 2020], a także pozwala lepiej przygotować ofertę turystyczną, ukierunkowaną na określone grupy wędkarzy.

Głównym celem artykułu jest zbadanie preferencji wędkarskich Polaków i ukazanie ich potencjalnego wpływu na rozwój turystyki. Zakres badania obejmuje przede wszystkim preferowane metody wędkarskie, czas wędkowania, odległość od łowisk, czynniki wpływające na wybór destynacji wędkarskiej, preferowane miejsca połowów, korzystanie z usług przewodnika wędkarskiego, oczekiwania względem infrastruktury w miejscach wędkarskich, ocenę działalności Polskiego Związku Wędkarskiego oraz wpływ wędkarstwa na rozwój lokalnej turystyki.

Do realizacji celu wykorzystano metodę badań ilościowych przy użyciu techniki CAWI (Computer Assisted Web Interview). Kwestionariusz ankiety internetowej został umieszczony na dwóch grupach wędkarskich na Facebooku. Zastosowanie tego narzędzia pozwoliło na zebranie szerokiego spektrum danych dotyczących preferencji i zachowań wędkarskich wśród Polaków.

1. Przegląd literatury

Wędkarstwo rekreacyjne staje się coraz bardziej popularną formą aktywności rekreacyjnej na całym świecie [Hannonen, 2022, s. 1]. Postrzegane jest jako atrakcyjna forma relaksu i odprężenia [Komppula, 2022, s. 10], która ma też korzyści terapeutyczne. Wędkarstwo definiuje się jako „amatorski połów ryb na wędkę, za pomocą ściśle określonego przepisami sprzętu odpowiadającego ustalonym zwyczajom i zgodnie z przyjętymi zasadami oraz metodami uwzględniającymi ochronę ryb” [Encyklopedia PWN, 2024]. Jest ono dziedziną rekreacji noszącą cechy sportu i turystyki [Ditton, 2002, s. 5]. Ogólnie wyróżnia się trzy typy połowów rekreacyjnych: codzienne wypadki na ryby po pracy, jednodniowe wypadki oraz wyjazdy tzw. świąteczne [Paladino, 1997, s. 229]. Wędkarze to zazwyczaj osoby poszukujące bliskiego kontaktu z przyrodą, ciszy i spokoju w otoczeniu zbiorników wodnych [Butler, 2020, s. 2]. Współcześnie wędkarstwo, połączone z wyjazdami i regeneracją sił w otoczeniu natury, stanowi atrakcyjny produkt turystyki kwalifikowanej i uzupełnia ofertę wypoczynkowo-rekreacyjną wielu regionów, zwłaszcza położonych nad morzem lub jeziorami [Głębiński, 2019, s. 7].

Zgodnie z obecnymi trendami w turystyce, wędkarze coraz częściej oczekują wyższych standardów w zakresie bazy noclegowej i infrastruktury turystycznej [González, 2020, s. 3], a także bardziej kompleksowej i łatwo dostępnej oferty wędkarskiej. Istotne uwarunkowania do rozwoju turystyki wędkarskiej stanowią w szczególności:

- zasobne w ryby (pod względem ilości i jakości) rzeki i zbiorniki wodne;
- możliwość korzystania ze specjalistycznego sprzętu wędkarskiego;
- rozwinięta infrastruktura techniczna (np. pomosty i miejsca przystosowane do wędkowania, wypożyczalnie sprzętu);
- aktualna informacja na temat możliwości połowów (miejsc, rybostanu);
- usługi noclegowe oraz żywieniowe w pobliżu wędkarskich akwenów wodnych;
- usługi transportowe oraz możliwość dojazdu i parkowania w miejscu docelowym wędkowania;
- serwis wędkarski, w tym m.in. usługi i działalność sklepów wędkarskich, przewodników i instruktorów wędkarskich;
- organizacja imprez wędkarstwa sportowego i rekreacyjnego, zwłaszcza zawodów, eventów, spotkań integracyjnych;
- możliwość formalnego i nieformalnego zrzeszania się w organizacjach wędkarskich lub turystyczno-wędkarskich [Szostak, 2020, s. 7-8].

W Polsce, zgodnie z obowiązującym prawem, wędkarze muszą posiadać dokument uprawniający do połowu ryb, zwany „kartą wędkarską” lub „kartą łowiectwa podwodnego”. Wyjątkiem są zbiorniki prywatne, na których wymagane jest jedynie zezwolenie właściciela. Dodatkowo należy dysponować aktualnym zezwoleniem na połów ryb, w postaci papierowej lub elektronicznej. W przypadku prywatnych użytkownikó wód jest to zazwyczaj dokument potwierdzający wniesienie opłaty za wędkowanie, natomiast, aby łowić na wodach Polskiego Związku Wędkarskiego należy zostać jego członkiem poprzez zdanie egzaminu i opłacić składki na dany rok kalendarzowy w miejscowym kole Polskiego Związku Wędkarskiego (PZW). Prawo do samodzielnego wędkowania posiada osoba, która ukończyła 14. rok życia, przy czym młodzież do lat 16 nie ma prawa do wędkowania w nocy bez nadzoru uprawnionej do tego osoby dorosłej, która posiada kartę wędkarską i wniosła wymagane opłaty. Z obowiązku posiadania karty wędkarskiej zwolnieni są cudzoziemcy, którzy tymczasowo przebywają na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Nielegalne połowy ryb naruszają równowagę biologiczną i zmniejszają ich populacje, co wpływa na bioróżnorodność i destabilizuje lokalne gospodarki zależne od rybołówstwa [Zębek, 2015, s. 1]. Aby temu zapobiec zostały prawnie uregulowane zasady połowów, mające na celu bezpośrednią ochronę osobników konkretnego gatunku o określonych rozmiarach. W polskim prawodawstwie wymieniane są minimalne wymiary ochronne, a w odniesieniu do niektórych gatunków wprowadzone są również limity ilościowe [Gruszecki, 2021, s. 5]. Połowy rekreacyjne, czyli tzw. amatorskie połowy ryb, definiuje art. 7 ustawy o rybactwie śródlądowym jako „pozyskiwanie ryb wędką lub kuszą” [Czarkowski, 2018, s. 2].

Osoby uprawiające wędkarstwo najczęściej korzystają z Regulaminu Amatorskiego Połowu Ryb danego okręgu rybackiego, którego znajomość jest wymagana do wydania karty wędkarskiej. Stanowi on zbiór przepisów dotyczących zasad uprawiania wędkarstwa i ochrony zasobów ichtiofauny, a jego postanowienia obowiązują wszystkich wędkujących w wodach będących w użytkowaniu Polskiego Związku Wędkarskiego.

W ostatnich latach wśród wędkarzy spopularyzowana została koncepcja zrównoważonego rozwoju, ukierunkowana na zachowanie równowagi pomiędzy korzystaniem z zasobów naturalnych a ich ochroną, która ma na celu utrzymanie zdrowego stanu ryb i zwiększenie trwałości ekosystemów wodnych. W praktyce jest ona realizowana przede wszystkim poprzez promowanie zasady „złap i wypuść” („*catch and release*”), czyli uwalniania ryb [Lawrence, 2022, s. 7; Petriki, Bobori, 2024; Skrzypczak, Karpiński, 2020].

Badania naukowe nad turystyką wędkarską koncentrują się na różnych aspektach tej formy aktywności turystycznej. Przegląd badań przeprowadzony przez Hannonen i Hoogendoorn [2022] pokazuje, że obejmują one trzy główne tematy badawcze: zarządzanie turystyką wędkarską, ogólne kwestie dotyczące turystyki wędkarskiej oraz wpływy – zarówno turystyki wędkarskiej, jak i na nią. Badania te są jednak nieco ograniczone [Hall, 2021]. Stosunkowo mało uwagi poświęca się ukazaniu potencjału wędkarstwa rekreacyjnego jako sposobu generowania dochodów z turystyki [Bonnichsen i in., 2019]. Natomiast wiele badań odnosi się do preferencji wędkarzy w kontekście rozwoju usług turystyki wędkarskiej [Lankia, Venesjärvi, Pouta, 2022; Pokki i in., 2020], co może świadczyć o istotnym znaczeniu tej problematyki. Zrozumienie heterogeniczności preferencji turystów wędkarzy pozwala odpowiednio zaplanować rozwój turystyki i ułatwić skuteczne strategie marketingowe [Grilli, 2020, s. 4]. Wiele uwagi poświęca się opracowaniu ram dla typologii wędkarzy w celu przewidywania wzorców ich zachowań [Pokki i in., 2020]. Bonnichsen i in. [2019] identyfikują trzy główne grupy wędkarzy turystycznych: zorientowanych na połów, zorientowanych na naturę i zorientowanych na trofea. Pokki i in. [2020] badają, w jaki sposób preferencje wędkarzy dotyczące atrybutów miejsca wpływają na długość wyprawy i wskazują środki dobrostanu związane z wędkarstwem rekreacyjnym. Dużo uwagi poświęca się również czynnikom determinującym wartość doświadczenia turystyki wędkarskiej wśród wędkarzy [Komppula i in., 2022], w tym satysfakcji wędkarzy rekreacyjnych [Birdsong, Hunt, Arlinghaus 2021], a także czynnikom wpływającym na wybór miejsca podróży turystycznych [Głabiński, 2023].

2. Metodyka badań i charakterystyka respondentów

Przedmiotem badań byli polscy użytkownicy turystyki wędkarskiej. Celem głównym badań było zidentyfikowanie preferencji wędkarskich Polaków i ukazanie ich potencjalnego wpływu na rozwój turystyki.

W pracy posłużono się metodą sondażu diagnostycznego, z wykorzystaniem techniki CAWI. Kwestionariusz ankiety został sporządzony online za pomocą platformy Google Forms i zawierał 22 pytania dotyczące wędkarstwa i turystyki wędkarskiej. Ankieta została umieszczona na dwóch grupach wędkarskich („Wędkarstwo Amatorskie” i „Wędkarstwo Moje Hobby”) na portalu Facebook. Badanie zostało przeprowadzone w maju 2024 i cieszyło się dużym zainteresowaniem wśród członków grup, ponieważ na zamieszczone w kwestionariuszu pytania odpowiedziało 250 polskich wędkarzy.

Wśród respondentów przeważali mężczyźni, którzy stanowili aż 86% badanych. Wynika to z faktu, iż wędkarstwo stanowi hobby uprawiane głównie przez mężczyzn. Kobiety również mogą uprawiać turystykę wędkarską i stanowiły one 13% ankietowanych. 1% badanych zaznaczyło inną płeć.

Najwięcej ankietowanych było w wieku 18-29 – 35%, a następnie w grupie poniżej 18 lat i w wieku 30-44 (milenialsi) - po 26%. 11% ankietowanych stanowiły osoby w wieku 45-50 lat (pokolenie X), a tylko stanowiło 2% wszystkich wędkarzy stanowiły osoby w wieku 60 lat i więcej (pokolenie baby boomers).

Charakteryzując respondentów pod kątem wykształcenia, najliczniejszą grupę stanowili wędkarze z wykształceniem średnim - 45% ankietowanych. 20% badanych posiada wykształcenie wyższe, 17% - podstawowe, a 16% - wykształcenie zawodowe. Zaledwie 2% wskazało wykształcenie ponadgimnazjalne.

Wśród ankietowanych, przeważały osoby pracujące – 63%, natomiast 39% posiadało status ucznia. Wśród 4% ankietowanych znalazły się osoby bezrobotne, a 3% respondentów stanowili emeryci.

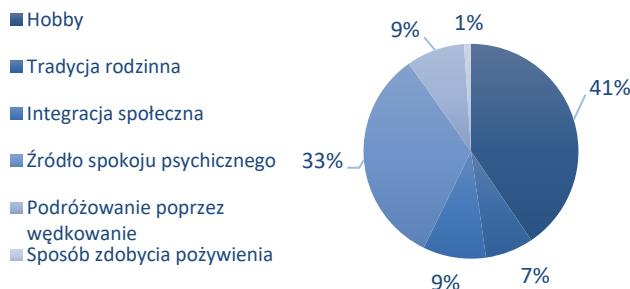
Biorąc pod uwagę miejsce zamieszkania największa grupa respondentów pochodziła ze wsi – 37%. Następne grupy stanowiły mieszkańcy miast od 10 do 30 tysięcy mieszkańców oraz powyżej 100 tysięcy mieszkańców - po 18%. Reprezentanci miast od 30 do 100 mieszkańców stanowili 14%, natomiast miast do 10 tysięcy mieszkańców - 12%.

W badaniu udział wzięli wędkarze z całej Polski. Przeważały osoby pochodzące z województwa: mazowieckiego – 15%, podlaskiego – 10%, wielkopolskiego – 9% i dolnośląskiego – 8%. Najmniej respondentów pochodziło z: opolskiego – 1%, podkarpackiego – 3% i świętokrzyskiego – 3%.

3. Wyniki badań

Bardzo ważną częścią przeprowadzonych badań było poznanie, zbadanie i wyodrębnienie aspektów wpływających na osobiste doświadczenia i wybory uczestników turystyki wędkarskiej.

W pierwszej kolejności respondenci zostali poproszeni o wskazanie, czym dla nich jest wędkarstwo (rys. 1).

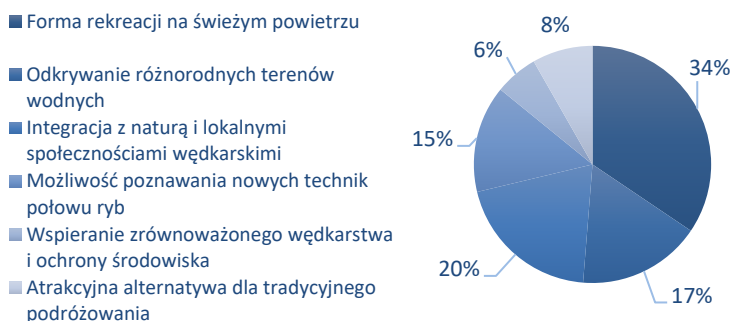


Rys. 1. Postrzeganie wędkarstwa

Źródło: opracowanie własne.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, iż najwięcej badanych traktuje wędkarstwo jako hobby – 41%, a także źródło spokoju psychicznego – 33%. Dla 9% wędkarzy jest ono także formą integracji społecznej oraz podróżowaniem poprzez wędkowanie – po 9%, a dla niespełna 7% - tradycją rodzinną. Wyniki te pokazują, że największą satysfakcję z wędkarstwa przynosi sam proces połowu, a złowione ryby mogą być często wypuszczane (w myśl zasady „catch and release”).

W następnej kolejności respondenci odnieśli się do idei turystyki wędkarskiej (rys. 2).



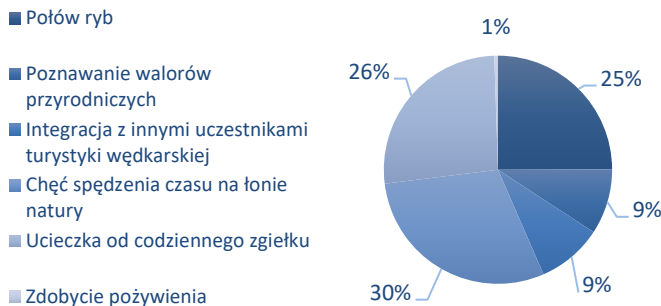
Rys. 2. Postrzeganie turystyki wędkarskiej

Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej badanych – 34%, postrzega turystykę wędkarską jako formę rekreacji na świeżym powietrzu, natomiast 20% respondentów jako formę integracji z naturą i lokalnymi społecznościami wędkarskimi. Dla 17% wędkarzy turystyka wędkarska jest sposobem na odkrywanie różnorodnych terenów wodnych, zaś dla 15% jest

możliwością poznawania nowych technik połowu ryb. 8% respondentów postrzega turystykę wędkarską jako atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnego podróżowania, natomiast tylko 6% postrzega ją przez pryzmat wspierania zrównoważonego wędkarstwa i ochrony środowiska.

Kolejnym aspektem badań dotyczących preferencji wędkarzy było poznanie głównych celów uczestnictwa w turystyce wędkarskiej (rys. 3).

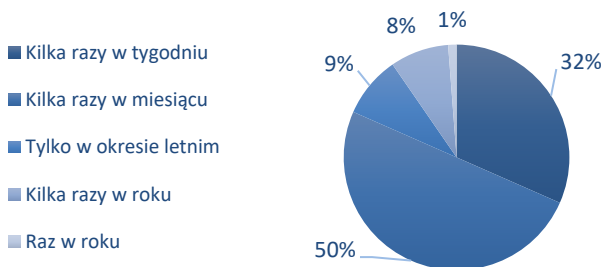


Rys. 3. Główne cele uczestnictwa w turystyce wędkarskiej

Źródło: opracowanie własne.

Badania pokazują, że głównymi celami do uprawiania wędkarstwa przez respondentów były: chęć spędzenia czasu na łonie natury – 30%, ucieczka od codziennego zgiełku – 26% oraz połów ryb – 25%. Na poznanie walorów przyrodniczych oraz integrację z innymi uczestnikami turystyki wędkarskiej jako cel wyjazdów wskazało po 9% respondentów.

Następnie respondentów zapytano o częstotliwość wyjazdów wędkarskich (rys. 4).

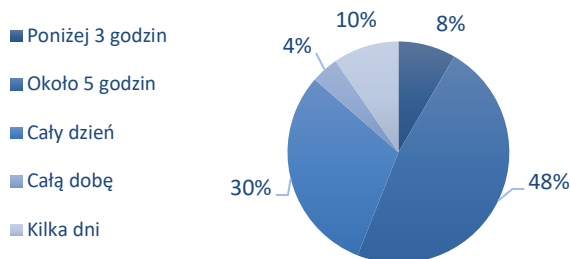


Rys. 4. Częstotliwość wyjazdów wędkarskich

Źródło: opracowanie własne.

Ankietowani wskazywali na dużą częstotliwość wyjazdów w celach wędkarstwa rekreacyjnego. Około połowa respondentów wskazała, że wyjeżdża w celu wędkowania kilka razy w miesiącu, a 32% badanych – nawet kilka razy w tygodniu. Natomiast 9% wędkarzy swoje wyprawy organizuje tylko w okresie letnim, a 8% wyjeżdża kilka razy w roku.

Respondenci zostali również zapytani o długość pobytu podczas wyjazdów wędkarskich (rys. 5).



Rys. 5. Czas przeznaczany na wyjazdy wędkarskie

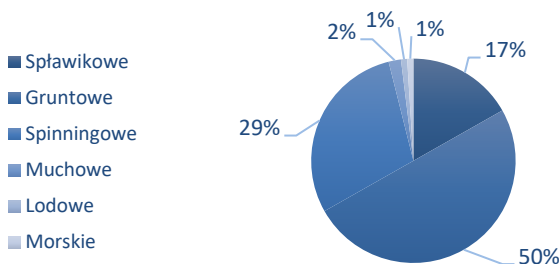
Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej wędkarzy – 48%, na swoich wyjazdach spędza około 5 godzin, natomiast 30% jest w stanie przeznaczyć na wędkowanie cały dzień, a 10% uprawia turystykę wędkarską przez kilka dni.

Jednym z istotnych zagadnień określających preferencje wędkarzy są odległości, które są w stanie pokonać, aby uprawiać turystykę wędkarską. Ponad połowa respondentów (58%) preferuje bliskie wyjazdy do 50 kilometrów, 27% - jest w stanie pokonać 100 kilometrów, a tylko 15% badanych pokonuje ponad 100 kilometrów.

Biorąc pod uwagę formę wyjazdów wędkarskich prawie połowa respondentów – 46%, wędkuje ze znajomymi, a 29% z rodziną. Natomiast 23% badanych preferuje samotne wyjazdy, a tylko 2% wędkuje z grupą wędkarską.

Respondentów poproszono również o wskazanie preferowanych metod połowu ryb (rys. 6).

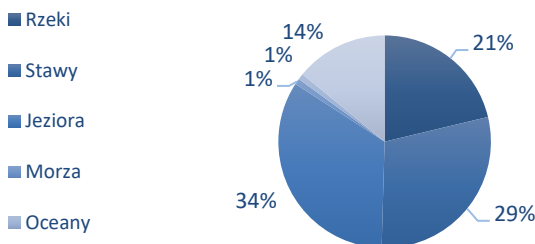


Rys. 6. Najczęściej wykorzystywane metody połowu ryb

Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej wykorzystywanymi metodami połowu ryb wśród ankietowa była metoda gruntowa (50% wskazań) oraz metoda spinningowa (29%). Na sławik łowi 17% wędkarzy, a metodę muchową praktykuje zaledwie 2% osób. Najmniej popularne jest wędkarstwo lodowe i morskie (po 1%).

Kolejne pytanie dotyczyło rodzaju akwenów wodnych wybieranych przez badanych do uprawiania turystyki wędkarskiej (rys. 7).

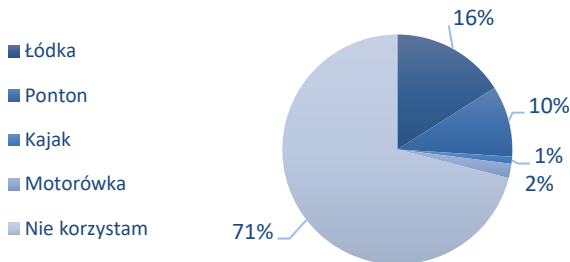


Rys. 7. Preferowane rodzaje wód na połowy

Źródło: opracowanie własne.

Najpopularniejszym miejscem do łowienia ryb przez wędkarzy są jeziora (34%) i stawy (29%) oraz rzeki (21%). Sztuczne zbiorniki wodne preferowane są przez 14% respondentów. Najmniej popularne są wody słone, czyli morza i oceany (po 1%).

Aby rozpoznać upodobania wędkarzy, respondenci zostali zapytani o sprzęty pływające, z których korzystają podczas wypraw wędkarskich (rys. 8).

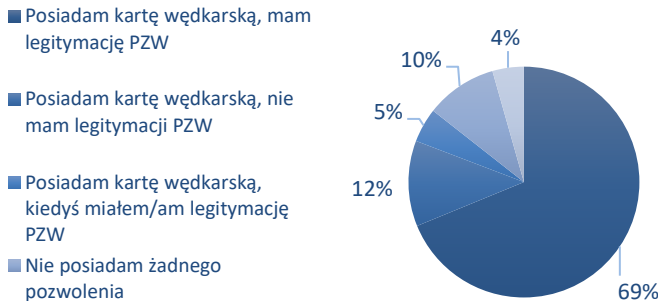


Rys. 8. Rodzaje wykorzystywanych sprzętów pływających

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość wędkarzy (71%) nie korzysta z żadnego sprzętu pływającego podczas wędkowania. Ci, którzy korzystają najczęściej wskazywali łódkę (16%) i ponton (10%). Mało wykorzystywane przez wędkarzy są natomiast motorówki (2%) i kajaki (1%).

Następnie zapytano respondentów o pozwolenia wędkarskie, jakie posiadają (rys. 9).



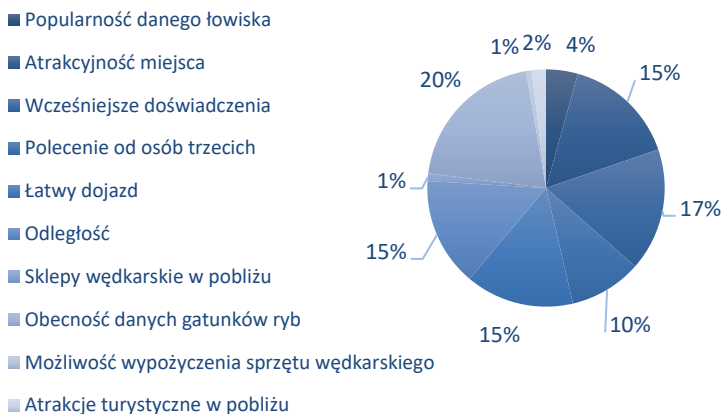
Rys. 9. Rodzaje pozwoleń

Źródło: opracowanie własne.

Z badań wynika, iż 69% ankietowanych posiada kartę wędkarską i legitymację Polskiego Związku Wędkarskiego. Wędkarze, którzy posiadają kartę wędkarską, ale nie mają legitymacji PZW stanowili 12% badanych. Wśród respondentów znalazły się także osoby, które nie posiadają żadnego pozwolenia – 10%.

Najmniejsza aktywność wędkarska została odnotowana w województwie mazowieckim i opolskim, zaś najwięcej łowisk, z których korzystają respondenci znajduje

się na Pomorzu, Mazurach i na terenach województwa śląskiego. Na wybór destynacji wędkarskiej wpływa wiele czynników (rys. 10).

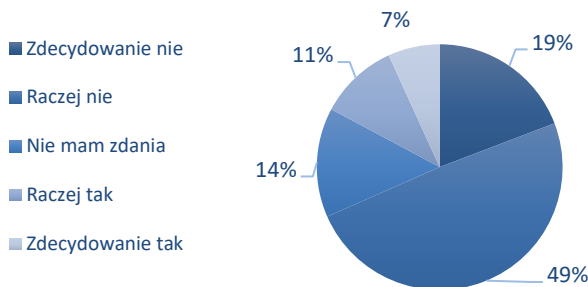


Rys. 10. Czynniki wpływające na wybór destynacji do uprawiania wędkarstwa

Źródło: opracowanie własne.

Według badanych kluczowym aspektem wpływającym na wybór łowiska jest obecność danych gatunków ryb – 20%, a także wcześniejsze doświadczenia związane z tym miejscem – 17%. Równie ważna jest atrakcyjność miejsca – 15%, łatwy dojazd – 15% i odległość od łowiska – 15%. Przy wyborze destynacji 10% wędkarzy kieruje się poleceniem od osób trzecich, a 4% bierze pod uwagę atrakcyjność danego miejsca.

Następne pytanie dotyczyło korzystania z walorów turystycznych podczas wypraw (rys. 11).

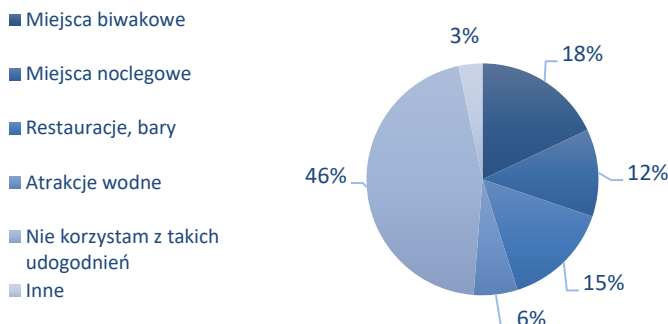


Rys. 11. Ocena korzystania z walorów turystycznych podczas wypraw wędkarskich

Źródło: opracowanie własne.

Odsetek osób korzystających z walorów turystycznych w trakcie wędkowania wyniósł tylko 18 % (w tym 7% zdecydowanie korzysta, a 11% raczej korzysta). Większość wędkarzy (49%) raczej nie korzysta z walorów turystycznych, a 19% zdecydowanie nie korzysta. Wynikać to może z niedoboru ofert turystycznych skierowanych do osób uprawiających wędkarstwo, a także głównych celów wyjazdów.

Respondenci zostali także zapytani o wykorzystywane w trakcie swoich wypraw udogodnienia (rys. 12).

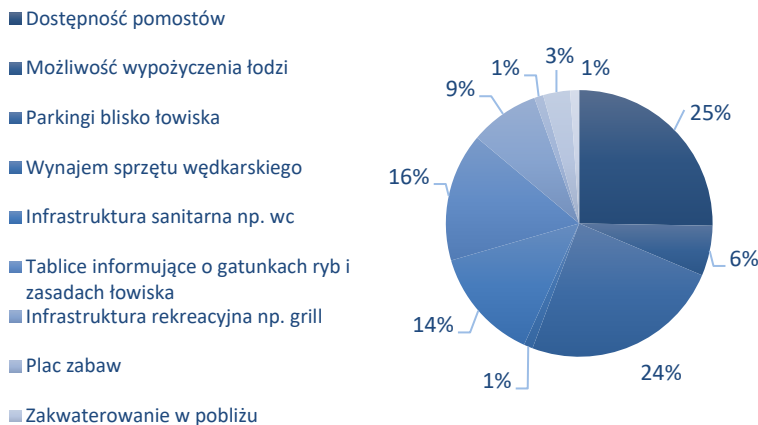


Rys. 12. Rodzaje udogodnień wykorzystywanych podczas wypraw wędkarskich

Źródło: opracowanie własne.

Wśród ankietowanych 46% w trakcie swoich wypraw wędkarskich wcale nie korzysta z takich udogodnień. Miejsca biwakowe są użytkowane przez 18% respondentów, natomiast z restauracji i barów korzysta tylko 15%, zaś z miejsc noclegowych – 12%.

Oczekiwania względem infrastruktury w miejscach wędkarskich przedstawia rys. 13.

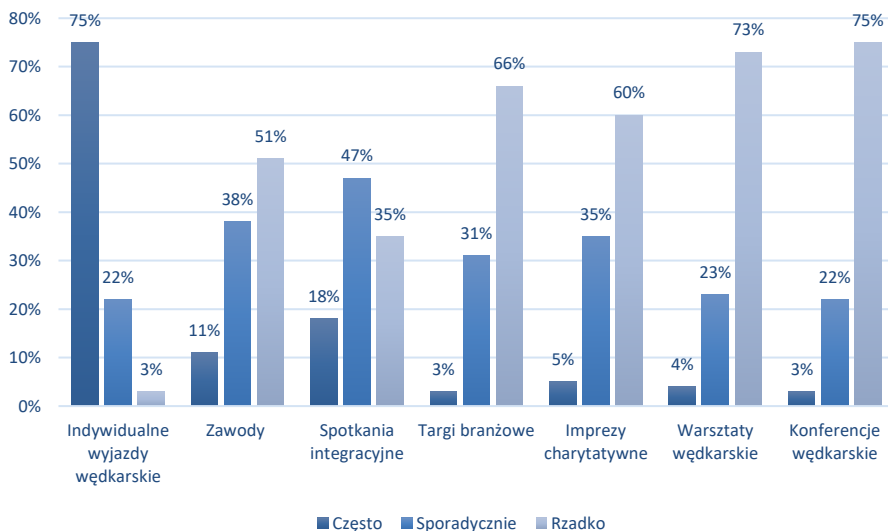


Rys. 13. Oczekiwania dotyczące infrastruktury w miejscach wędkarskich

Źródło: opracowanie własne.

Ważnym elementem infrastruktury w miejscach wędkarskich, którego oczekują wędkarze, są pomosty (25%), parkingi blisko łowiska (24%), tablice informujące o gatunkach ryb i zasadach łowiska (16%) oraz infrastruktura sanitarna (14%). Oczekiwania wobec występowania infrastruktury rekreacyjnej (np. grilla na łowisku) ma 9% respondentów, a możliwości wypożyczenia łodzi na połowy – 6%. Zaledwie 3% respondentów wskazało na potrzebę zakwaterowania w pobliżu miejsca łowiska.

Kolejnym aspektem badań było określenie uczestnictwa w poszczególnych formach turystyki wędkarskiej (rys. 14).

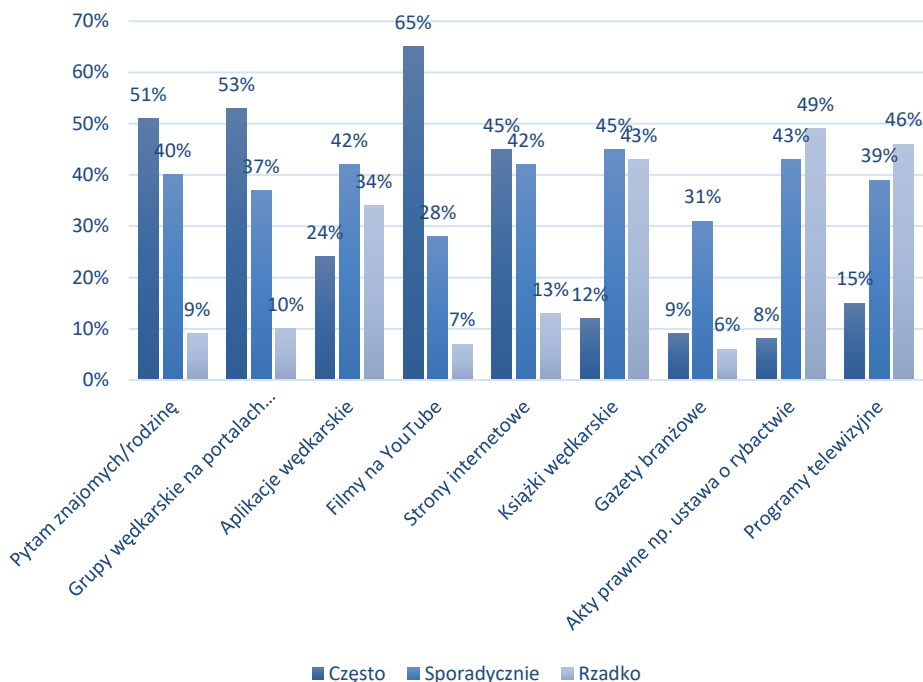


Rys. 14. Uczestnictwo w poszczególnych formach turystyki wędkarskiej

Źródło: opracowanie własne.

Badania pokazały, że najpopularniejszą wśród wędkarzy formą uprawiania turystyki wędkarskiej są wyjazdy indywidualne – 75%, a następnie spotkania integracyjne – 18% i zawody – 11%. Jako najrzadszą formę uczestnictwa podczas wyjazdów turystycznych ankietowani wskazywali konferencje wędkarskie – 75%, warsztaty wędkarskie – 73% i targi branżowych – 66%. Wyniki te pokazują, że wędkarze niechętnie biorą udział w eventach wędkarskich.

W badaniach uwzględniono również preferowane źródła wyszukiwania informacji wędkarskich (rys. 15).

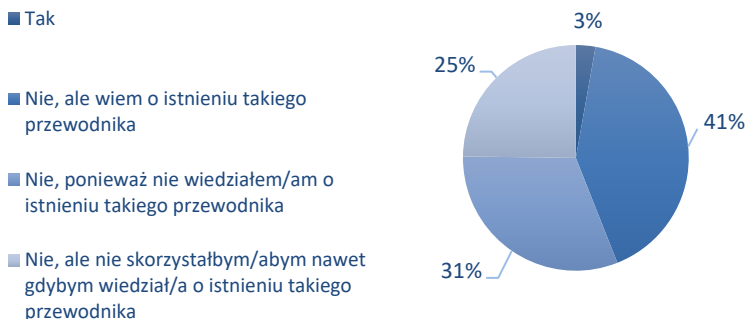


Rys. 15. Preferowane źródła wyszukiwania informacji wędkarskich

Źródło: opracowanie własne.

Według badań, często wykorzystywanymi sposobami wyszukiwania informacji wśród ankietowanych są: filmy na YouTube – 65%, grupy wędkarskie na portalach społecznościowych – 53% i informacje od znajomych lub rodziny – 51%. Jako najmniej wykorzystywane źródła informacji badani wskazali akty prawne – 49%, programy telewizyjne – 46% oraz książki wędkarskie – 43%.

Respondenci zapytano również o korzystaniu z usług przewodnika wędkarskiego (rys. 16).

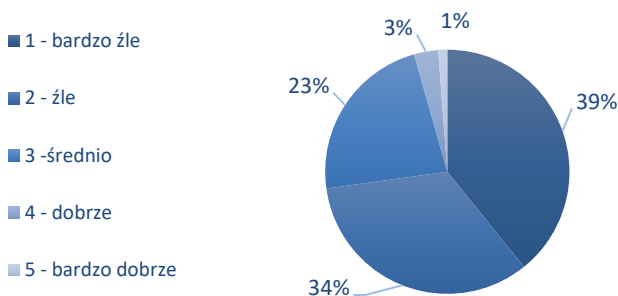


Rys. 16. Korzystanie z usług przewodnika wędkarskiego

Źródło: opracowanie własne.

41% badanych nie korzystało z usług przewodnika, ale wiedziało o jego istnieniu, natomiast 31% nie miało wiedzy, że taka forma przewodnictwa istnieje. Wynikać to może ze słabej promocji tych usług. Brak odpowiedniej informacji i reklamy sprawia, że potencjalni klienci nie korzystają z pomocy ekspertów. Z usług przewodnika korzystało zaledwie 3% respondentów.

Respondentów poproszono również o ocenę działalności Polskiego Związku Wędkarskiego (PZW), w skali od 1 do 5 (rys. 17).



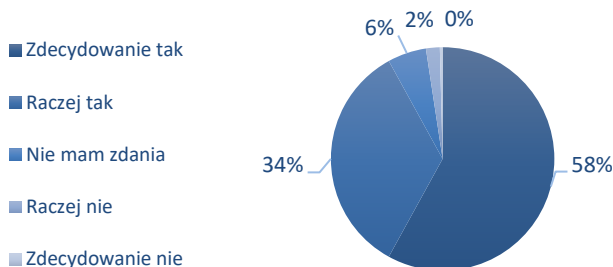
Rys. 17. Ocena działalności PZW

Źródło: opracowanie własne.

Działalność PZW została oceniana nisko: 39% wędkarzy ocenia ją bardzo źle, a 34% – źle. Natomiast 23% respondentów średnio określa działalność PZW na poziomie 3 pkt. Negatywna ocena PZW może być spowodowana zaniedbaniem łowisk w wielu regionach, co skutkuje zanieczyszczeniem wód i spadkiem populacji ryb.

Dodatkowo, brak transparentności w działaniach oraz wysokie opłaty członkowskie budzą niezadowolenie wędkarzy.

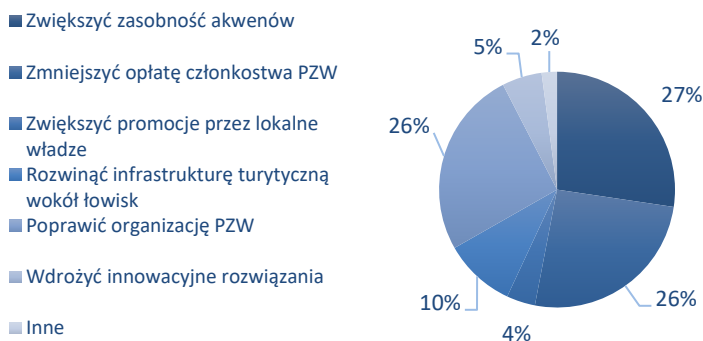
Na zakończenie poproszono respondentów o ocenę wpływu wędkarstwa na rozwój lokalnej turystyki (rys. 18).



Rys. 18. Ocena wpływu rozwoju wędkarstwa na rozwój lokalnej turystyki

Źródło: opracowanie własne.

Ponad połowa respondentów (58%) uważa, że wędkarstwo zdecydowanie wpływa na rozwój lokalnej turystyki, a 34%, że raczej wpływa. Wędkarze dostrzegają zatem skutki i potencjał rozwojowy turystyki wędkarskiej. Rozwój wędkarstwa może przyciągnąć turystów, co sprzyja rozwojowi lokalnej infrastruktury turystycznej, takiej jak hotele, pola namiotowe czy usługi przewodników wędkarskich. Ponadto, organizowanie zawodów i festiwali wędkarskich promuje region i wspiera lokalną gospodarkę, przyczyniając się do ochrony środowiska. Działania zwiększające atrakcyjność turystyki wędkarskiej ukazuje rys. 19.



Rys. 19. Działania zwiększające atrakcyjność turystyki wędkarskiej

Źródło: opracowanie własne.

Badania pokazały, że respondenci jako działania zwiększające atrakcyjność turystyki wędkarskiej, wskazują przede wszystkim: zwiększenie zasobności akwenów – 27%, zmniejszenie opłaty członkostwa PZW – 26% i poprawę organizacji Polskiego Związku Wędkarskiego – 26%. 10% ankietowanych wskazuje na potrzebę rozwinięcia infrastruktury turystycznej wokół łowisk, a 5% potrzebę wdrożenia innowacyjnych rozwiązań. Wśród innych działań podnoszących atrakcyjność turystyki wędkarskiej, choć wskazywanych stosunkowo rzadko (2%), można zaliczyć m.in.: promocję łowisk poprzez eventy, zwiększenie zaangażowania ze strony PZW, częstsze patrole straży rybackiej dla wyeliminowania kłusownictwa, specjalną ofertę dla młodych, strefy no kill, częstsze zarybianie wód.

4. Dyskusja wyników

Badania preferencji wędkarzy, podejmowane w innych krajach, pokazują, że istnieje bardzo duża heterogeniczność preferencji i zachowań uczestników wypraw wędkarskich. Są one związane przede wszystkim z różnym typem wędkarzy oraz różnymi aspektami ich doświadczeń wędkarskich.

Badania Komppula i in [2022], uwzględniające wartość doświadczenia turystyki wędkarskiej dla wędkarzy, identyfikują sześć głównych segmentów wędkarzy-turystów: poszukiwacze nowości nastawieni na usługi, poszukiwacze spokoju, nastawieni na usługi właściciele połowów, poszukiwacze uznania, wędkarze żywnościowi i eksperci poszukujący nowości.

Przeprowadzone badania pokazały, że wędkarze w trakcie wędkowania cenią najczęściej najprostsze rozwiązania. Wielu z nich nie potrzebuje żadnych sprzętów wpływających, ponieważ preferują wędkowanie z pomostów (72%), co ułatwia szybki dostęp do rzeczy znajdujących się na stanowisku. Wybierając się na wyprawę wędkarską nie mają żadnych celów pobocznych jakimi jest np. zwiedzanie. Nad wodą, w celu wędkowania, są w stanie spędzić do kilku dni (10%), dlatego ważne jest, aby w okolicy łowiska znalazła się odpowiednia infrastruktura np. toalety i dostęp do prądu. W opinii respondentów, wędkarstwo jest postrzegane głównie jako hobby, które pozwala na bliski kontakt z naturą, wpływając pozytywnie na zdrowie psychiczne. Aktywność ta jest formą relaksu, która sprzyja wyciszeniu oraz redukcji stresu doświadczanemu w codziennym życiu szczególnie w pracy (63% ankietowanych jest osobami pracującymi). Badania motywacji wędkarzy, przeprowadzone przez Skrzypczak i Karpińskiego [2020], również potwierdzają, że dla wędkarzy należących do różnych grup społeczno-ekonomicznych i demograficznych główną potrzebą jest endogenna potrzeba doświadczania przyrody (obcowania z naturą).

Badania pokazują, że wśród preferencji dotyczących pokonywanych odległości na wyprawy wędkarskie, są wyprawy do 50 kilometrów (58%). Powodem dość bliskich podróży może być szeroka zasobność Polski w różne akweny wodne, co wpływa na możliwość uprawiania turystyki wędkarskiej w wielu regionach kraju. Dabrowska i in. [2017] zauważają, że wędkarze, którzy są bardziej wyspecjalizowani, częściej podróżują dalej i dłużej, aby dotrzeć do preferowanych łowisk niż wędkarze mniej wyspecjalizowani.

Analiza wyników badań pokazuje, że zarządcy łowisk są stosunkowo nisko oceniani przez osoby biernie uprawiające turystykę wędkarską. Wpływać mogą na to m.in.: wysokie opłaty członkostwa PZŁ, rzadkie zarybianie wód, trudne dojazdy do stanowisk wędkarskich oraz niewystarczająco częste patrole PSR i SSR co umożliwia rozwój kłusownictwa. Dlatego też istotna jest współpraca między społecznościami wędkarskimi, a zarządcami wodnymi, która pozwala wdrażać pożądane rozwiązania edukacyjne i organizacyjne [Skrzypczak, Karpiński, 2020].

Badania przeprowadzone przez Birdsong, Hunt, Arlinghaus [2021] pokazują, że zadowolenie wędkarzy w dużym stopniu determinują zarówno połowy (tj. tempo połowów, wielkość złowionych ryb, odłów ryb), jak i składniki niezwiązane z połowami (tj. dostęp do miejsc połowowych, tłok, jakość środowiska, zaplecze turystyczno-rekreacyjne).

Badania przeprowadzone przez Czarkowski, Wołos, Kapusta [2021] na próbie N= 936 polskich wędkarzy pokazały, że połowy wędkarskie w Polsce mają zdecydowanie charakter rekreacyjny, a młodszy wędkarze chętni wypuszczają złowione ryby. Również badania Skrzypczak i Karpińskiego [2020] pokazują, że praktyka uwalniania ryb jest bardzo spopularyzowana.

Podsumowanie

Turystyka wędkarska ma duży potencjał rozwojowy w Polsce. Łączy ona pasję do wędkowania z podróżowaniem, oferując różnorodne lokalizacje akwenów wodnych na terenie całego kraju. Wędkarstwo wymaga kwalifikacji, specjalistycznego sprzętu i odpowiedniej infrastruktury. Jest to bardzo popularna forma rekreacji wśród Polaków, a liczba uczestników uprawiania wędkarstwa sięga 1.5 mln.

Analiza wyników badań własnych oraz innych badaczy pokazuje, że motyw, preferencje i wzorce zachowań turystycznych wędkarzy są bardzo różne i determinuje je szereg czynników. Wśród nich wymienić można przykładowo specjalizację wędkarzy, odległości do miejsc połowowych, podejście do zarządzania zasobami

wodnymi (w tym np. przepisy dotyczące połowu) [Pokki in., 2020]. Motywacje polskich wędkarzy to głównie kontakt z naturą, relaks, przygoda oraz spędzanie czasu z bliskimi.

Rozwój turystyki wędkarskiej wymaga odpowiedniego zarządzania zasobami rybackimi oraz zrównoważonego wędkowania. Wśród wędkarzy spopularyzowana została praktyka uwalniania ryb, co przyczynia się do zachowania wysokiej populacji ekosystemów wodnych. Natomiast jest wiele niedociągnięć związanych z zagospodarowaniem terenów w pobliżu łowisk, często są to nieprzejezdne drogi, brak infrastruktury sanitarnej oraz odpowiedniej oferty turystyczno-rekreacyjnej. Skuteczne zarządzanie branżą wędkarską może znacząco przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności uprawiania wędkarstwa i mieć pozytywny wpływ na rozwój lokalnego sektora turystycznego. Wzrost liczby turystów zwiększy także korzyści ekonomiczne dla społeczności lokalnych, poprzez sprzedaż produktów i usług w obrębie obszarów wędkarskich.

Znajomość preferencji turystycznych wędkarzy pozwala na odpowiednie planowanie i rozwój turystyki. Pozwoli lepiej przystosować miejsca wędkarskie i ich ofertę do oczekiwań turystów pragnących uprawiać wędkarstwo rekreacyjne i lepiej ukierunkować działania marketingowe na określone segmenty turystów – wędkarzy. Poprawa jakości miejsc wędkarskich pozwoli zwiększyć satysfakcję wędkarzy z pobytu w danym miejscu i szansę na to, że turyści powrócą w to miejsce ponownie.

ORCID iD

Halina Kiryluk: <https://orcid.org/ORCID 0000-0001-6137-4418>

Literatura

1. Arlinghaus R., Beardmore B., Riepe C., Pagel T. (2020), *Species-specific preference heterogeneity in German freshwater anglers, with implications for management*, Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 32, 100216.
2. Birdsong M., Hunt L. M., Arlinghaus R. (2021), *Recreational angler satisfaction: What drives it?*, Fish and Fisheries, 22(4), pp. 682-706.
3. Bonnicksen O., Jensen C. L., Olsen S. B. (2016). *An empirical investigation of German tourist anglers' preferences for angling in Denmark*, IFRO Working Paper 2016/10.
4. Bonnicksen O., Jensen C. L., Olsen S. B. (2019), *Fishing for more tourists-An empirical investigation of tourist anglers' preferences for angling site quality*, Marine Policy, 106, 103532.

5. Brocki W., Wawrzyniak W., Czerniejewicz P. (2015), *Morskie połowy rekreacyjne szansą rozwoju społeczno-gospodarczego strefy brzegowej Bałtyku*, „Europa Regionum, Tom XXII.
6. Butler E. C., Childs A. R., Saayman A., Potts W. M. (2020), *Can fishing tourism contribute to conservation and sustainability via ecotourism? A case study of the fishery for giant African threadfin Polydactylus quadrifilis on the Kwanza Estuary, Angola*, Sustainability, 12(10), 4221.
7. Cooke S., Twardek W., Lennox R., Zolderdo A., Bower S., Gutowsky L., Danylchuk A., Arlinghaus R., Beard D. (2018), *The nexus of fun and nutrition: Recreational fishing is also about food*, Fish and Fisheries, 19(2), pp. 201-224.
8. Czarkowski T. K., Wołos A., Kapusta A. (2021), *Socio-economic portrait of Polish anglers: implications for recreational fisheries management in freshwater bodies*, Aquatic Living Resources, 34, 19.
9. Dabrowska K., Hunt L. M., & Haider W. (2017), *Understanding how angler characteristics and context influence angler preferences for fishing sites*, North American Journal of Fisheries Management, 37(6), pp. 1350-1361.
10. Ditton R.B., Holland S.M., Anderson D.K. (2002), *Recreational fishing as tourism*. Fisheries, 27(3), pp. 17-24.
11. Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wedkarstwo;3995082.html> [7.05.2024].
12. Głąbiński Z. (2023), *Factors influencing the choice of travel destination of angling-related tourists visiting Szczecinek County, Poland*, European Research Studies Journal, 26(4), pp. 218-227.
13. Głąbiński Z., Migdał M., Szostak D. (2019), *Strategia rozwoju i promocji turystyki wędkarskiej na terenie powiatu szczecineckiego na lata 2020-2025*, „FTR” .
14. Grilli G., Mukhopadhyay S., Curtis J., Hynes S. (2020). *Recreational angling demand in a mixed resource fishery*, ESRI Working Paper, 622.
15. Hall C.M. (2021), *Tourism and fishing*, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 21(4), pp. 361-373.
16. Hannonen O., Hoogendoorn G. (2022), *Angling tourism: A state-of-the-art review*, Matkailututkimus 18(2), pp. 6-30.
17. Hunt L. M., Camp E., van Poorten B., Arlinghaus R. (2019), *Catch and non-catch-related determinants of where anglers fish: a review of three decades of site choice research in recreational fisheries*, Reviews in Fisheries Science & Aquaculture, 27(3), 261-286.
18. Kaganek K. (2015), *Różnorodność pojęć w zakresie aktywnego uprawiania turystyki*, [w:] A. Stasiak A., J. Śledzińska J., B. Włodarczyk B. (red.), *Wczoraj, dziś i jutro turystyki aktywnej i specjalistycznej*, PTTK, Warszawa.

19. Komppula R., Suni J., Turunen L., Gartner W. C., Vainikka A. (2022), *Determinants of the value of fishing tourism experience among anglers*, International Journal of Sport Management and Marketing, 22(1-2), pp. 19-46.
20. Lankia T., Venesjärvi R., Pouta, E. (2022), *Importance-performance analysis of the fishing tourism service structure: Recreational anglers' preferences on the remote salmon river of Teno in Finland*, Fisheries Research, 254, 106425.
21. Lawrence M., Cooke S., Enders E., Hasler C., Somers C., Suski C., Louison M. (2022), *Catch-and-Release Ice Fishing: Status, Issues, and Research Needs*, Transactions of the American Fisheries Society, 151, pp. 322-332.
22. Lois González R.C., Piñeiro Antelo M.A. (2020), *Fishing tourism as an opportunity for sustainable rural development: The Case of Galicia, Spain*, Land, 9(11), Article 437.
23. Petriki O., Bobori, D. C. (2024), *Unraveling Greek Inland Competitive Fishing: Historical Insights, Angler Profiles, and Motivations through Limited Data Integration in Recreational Fishing Research*, Fishes, 9(7), 278.
24. Pokki H., Jacobsen J. B., Olsen S. B., Romakkaniemi A. (2020), *Understanding angler profiles in cases of heterogeneous count data—A travel cost model*, Fisheries Research, 221, 105377.
25. Potts W.M., Saayman M., Saayman A., Mann B.Q., Van der Merwer P., Britz P., Bova C.S. (2021), *Understanding the economic activity generated by recreational fishing in South Africa provides insights on the role of recreational fisheries for social development*, Fisheries Management and Ecology, 29(1), pp. 29-43.
26. Regulamin Amatorskiego Połowu Ryb PZW 2024, <https://pzw.org.pl/pliki/prezentacje/559/wiadomosci/27877/pliki/rapr.pdf> [12.11.2024].
27. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 12 lipca 2023 r. w sprawie szczegółowych warunków ochrony i połowu ryb w powierzchniowych wodach śródlądowych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1373).
28. Skrzypczak A. R., Karpiński E. A. (2020), *New insight into the motivations of anglers and fish release practices in view of the invasiveness of angling*, Journal of Environmental Management, 271, 111055.
29. Szostak D. (2020), *Planowanie rozwoju usługowego produktu turystyki wędkarskiej w oparciu o posiadane walory endogeniczne. Przykład powiatu szczecineckiego*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 34(3), pp. 22-35.
30. Śmietana P., Keszka S., Wąs D., Furdyna A., Kaliciuk J., Budniak M., Skorupski J. (2019), *Zrównoważona turystyka wędkarska na Zatoce Pomorskiej i Zalewie Szczecińskim*, Federacja Zielonych „GAJA”, Szczecin.

31. Tański A., Pender R. (2016), *Czy i jak powinniśmy edukować wędkarzy*, Użytkownik Wędkarski - Rola gospodarki wędkarskiej na wodach PZW w świetle zasad zrównoważonego rozwoju, 1, s. 172- 178.
32. Zębek E., Napiórkowska-Krzebietke A. (2015), *Nielegalny polów ryb w aspekcie prawnokarnym i środowiskowym*, Studia Prawnoustrojowe, 29, s. 245-258.

Angler preferences of Poles and their impact on the development of tourism

Abstract

Fishing tourism holds significant developmental potential in many regions of Poland. Recreational fishing is an attractive and increasingly popular form of leisure activity. However, to fully harness its potential for tourism development, it is necessary to prepare a comprehensive tourism and recreation offer tailored to the needs and expectations of anglers. The main aim of the article is to showcase the preferences of Polish anglers and evaluate their potential impact on tourism development. To achieve this objective, a quantitative research method was employed, using the CAWI (Computer-Assisted Web Interview) technique. The study was conducted within angling groups on the Facebook platform, with a sample of 250 respondents. The research findings indicate that anglers cite close contact with nature as one of the main objectives of their tourist trips and perceive fishing primarily as a form of relaxation. However, they express a need for better infrastructure around fishing grounds. The results also highlight the necessity of improving the management of fishing areas, which could positively influence the development of local tourism.

Key words

angling, angling/fishing tourism, recreational fishing, angler preferences, recreational angling