

Agata Gadomska, Anna Sieczko✉

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Postrzeganie innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej przez studentów uczelni warszawskich

Streszczenie. Innowacje są niezwykle istotnym czynnikiem, dzięki któremu obszary wiejskie zyskują nowe znaczenie oraz funkcje. Stanowią one także nieodzowny element rozwoju danego gospodarstwa oraz wyróżnienia go na tle pozostałych. Współcześnie obiekty turystyki wiejskiej łączą tradycję z nowoczesnością, gdyż ich oferty wypoczynku wykorzystują potencjał dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego wsi, ale także wprowadzają coraz nowocześniejsze rozwiązania i innowacyjne usługi. Badanie miało na celu ocenę postrzegania atrakcyjności innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej wśród studentów uczelni warszawskich. Z analizy wynika niski poziom świadomości badanych w tym zakresie, przy jednoczesnym wysokim zainteresowaniu tego typu ofertą. Największą wartość przypisywano produktom takim jak animaloterapia czy nowoczesnym gospodarstwom agroturystycznym mającym jacuzzi, SPA i basen.

Słowa kluczowe: turystyka wiejska, agroturystyka, atrakcyjność, innowacje, produkty, studenci

Wstęp

Turystyka wiejska ma bardzo długą i bogatą historię nie tylko w Polsce, ale również w Europie. Jej rozwój był uzależniony nie tylko od czynników gospodarczych czy społecznych danego regionu, ale w szczególności od aspektów politycznych, które kształtowały się przez dekady i kolejno zmieniały jej historię. Współcześnie turystyka wiejska dynamicznie się rozwija i staje się coraz bardziej atrakcyjnym miejscem dla turystów, pragnących odkrywać uroki natury, lokalnej kultury społeczności oraz osób szukających autentycznych doświadczeń. Badania wskazują, iż wzrost popytu na wypoczynek na obszarach wiejskich był znacząco dostrzegany podczas pandemii COVID-19, gdyż w tym czasie wielu turystów zmieniało kierunek podróży ze znanych i masowo wybieranych destynacji turystycznych na spokojne i oddalone tereny wiejskie (Wojciechowska-Solis, Śmiglak-Krajewska i Kalinowski, 2022, s. 104; Zawadka i in., 2022). Według Bosiackiego (2016, s. 138) w przyszłości będzie można zaobserwować dalszą restrukturyzację obszarów wiejskich, obejmującą m.in. usprawnienie procesów innowacyjnych w zakresie sektora rolno-żywnościowego i tworzenie nowych miejsc pracy, szczególnie w działalności pozarolniczej oraz w turystyce wiejskiej.

Anna Sieczko ORCID: 0000-0001-9065-0362

✉anna_sieczko@sggw.edu.pl

Dzisiejszy turysta coraz częściej poszukuje nie tylko wypoczynku w otoczeniu natury, ale także unikalnych doświadczeń, komfortu, autentyczności oraz możliwości aktywnego spędzania czasu. Tradycyjna oferta turystyczna często okazuje się niewystarczająca, by sprostać tym wymaganiom, dlatego właściciele gospodarstw agroturystycznych i obiektów turystyki wiejskiej sięgają po innowacyjne formy rekreacji. Dzięki temu jest możliwe nie tylko przyciągnięcie nowych gości, ale także budowanie trwałych relacji z odwiedzającymi oraz wzmacnianie pozytywnego wizerunku regionu jako miejsca nowoczesnego, gościnnego i atrakcyjnego przez cały rok. Innowacje stanowią zatem niezbędny element strategii rozwoju obiektów turystyki wiejskiej.

Celem opracowania była ocena postrzegania atrakcyjności innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej przez studentów uczelni warszawskich. Kluczowym aspektem uzupełniającym badanie była analiza preferencji oraz oczekiwań studentów dotyczących wypoczynku na obszarach wiejskich.

Innowacje w turystyce wiejskiej

Innowacje są coraz częściej wykorzystywane w różnych dziedzinach i branżach. Wiele przedsiębiorstw dostrzega ich znaczenie w celu zdobycia przewagi konkurencyjnej, wyróżnienia swojej oferty oraz zaspokajania nowych i stale rosnących potrzeb oraz wymagań klientów (Pałka-Łebek i Brambert, 2018, s. 135). Innowacyjne produkty docierają także na tereny wiejskie – turystom jest oferowany dostęp do coraz bardziej oryginalnych i zróżnicowanych form wypoczynku, atrakcji czy nawet doświadczeń terapeutycznych.

Pojęcie innowacji wywodzi się od łacińskiego słowa *innovativo*, które dosłownie tłumaczy się jako wprowadzenie nowego elementu (Pałka-Łebek i Brambert, 2018, s. 125). Po raz pierwszy zostało zastosowane w naukach ekonomicznych w XX w. przez Schumpetera (Orbik, 2017, s. 309). Innowacje są celowo wprowadzanymi zmianami, które mają m.in. udoskonalić istniejącą rzeczywistość w obrębie dobra, usługi lub procesu (Wojcieszak, 2018, s. 410). Nieco inną definicję prezentuje Roman (2016, s. 185), sugerując, iż innowacje są wdrożoną nowością procesową lub produktową, będącą efektem różnych działań przedsiębiorstwa, a ich głównym celem jest zwiększenie efektywności gospodarowania. Jak wskazuje Wojcieszak (2018, s. 408), przykładami innowacyjnych produktów, wykorzystującymi dziedzictwo kulturowe i walory naturalne obszarów wiejskich, mogą być m.in. wioski tematyczne, zagrody edukacyjne, szlaki winne i kulinarne, questing bądź gospodarstwa świadczące usługi specjalistyczne dla osób starszych. Czapliska (2022, s. 11) zwraca uwagę, iż oferta turystyki wiejskiej jest poszerzana obecnie o nowe i niekojarzące się ze wsią atrakcje oraz udogodnienia, takie jak jacuzzi, sauny, wypożyczalnie sprzętu wodnego lub rowerowego.

Wypoczynek na wsi często jest łączony z zabiegami i kuracjami wpływającymi na zdrowie odwiedzającego. W związku z tym powstaje coraz więcej ofert zawierających usługi terapeutyczne dla gości. Jak podaje Grześkowiak (2022, s. 90), jedną z nich jest animaloterapia, wpływająca na samopoczucie turystów poprzez kontakt ze zwierzętami, takimi jak koty czy psy (dogoterapia/kynoterapia), który stanowi atrak-

cyjny element agroturystyki. Żmudzińska i Rogoźnicki (2021, s. 72) podkreślają, że ofertę wzbogacają także zwierzęta egzotyczne, np. lamy, jelenie, danielle czy alpaki oraz onoterapia, jako kontakt z osłem lub mułem (Prochorowicz i Stankiewicz, 2011, s. 129–130). Poza tym stosuje się różne formy terapii, m.in. ogrodoterapię (hortiterapię) i krajobrazoterapię (Kasprowska-Nowak, 2020, s. 172), a w terapii zajęciowej: socjoterapię, ergoterapię, naturoterapię i kulturoterapię (Kosiński i Szymańska, 2024, s. 106). Innowacją w turystyce wiejskiej jest apiterapia – leczenie z wykorzystaniem pszczoł i ich produktów (Sforcin i in., 2022, s. 8). Jedną z jej form jest uloterapia, czyli wypoczynek w domkach z mikroklimatem o właściwościach zdrowotnych (Harasim i Kwiatkowski, 2020, s. 89). Kasprowska-Nowak (2020, s. 168) zaznacza, że inhalacje z uła wspierają układ oddechowy, sercowo-naczyniowy i jakość snu. Z kolei sylwoterapia, czyli przebywanie w lesie, wzmacnia odporność i łagodzi objawy depresji (Simoniienko, Jakubowska i Konarzewska, 2020, s. 153). Badania wskazują, iż właściwości zdrowotne lasu mogą różnić się także w odniesieniu do składu gatunkowego bądź typu lasów (Pietrzak-Zawadka i Zawadka, 2015, s. 199–209; Zawadka i Bieliniś, 2019, s. 87). Wiele gospodarstw rozszerza swoją ofertę również w ramach fitoterapii, a więc roślin zielarskich. Do atrakcji bazujących na takich produktach można zaliczyć m.in. ofertę odnowy biologicznej obejmującą zabiegi lub kąpiele ziołowe (Sala, 2021, s. 59). Oprócz tego Pisarek, Gargała-Polar i Czerniakowski (2017, s. 166) wymieniają także plantacje oraz warsztaty ziołowe lub degustacje potraw z dodatkiem ziół leczniczych i przyprawowych.

Na kluczową kwestię zwraca uwagę Czerwińska-Jaśkiewicz (2023, s. 112), tłumacząc, iż rozwój usług w turystyce wiejskiej w dużym stopniu przyczynia się do promowania żywności ekologicznej. Lokalne dania oraz przetwory stanowią nieodzowny element, który umożliwia turystyce poznanie charakterystycznych potraw i smaków obszarów wiejskich. Czaplicka (2022, s. 25) podaje, iż takie atrakcje oferują np. „gospodarstwa agro-eno-turystyczne”, pragnące poszerzać swoją działalność nie tylko o uprawę winorośli, organizację szlaków winnych, festiwali, produkcję wina, ale również o nowe, innowacyjne produkty winiarskie. Jak stwierdza Pijet-Migoń (2022, s. 20–22), mogą należeć do nich m.in. kosmetyki na bazie wina, peelingi z winorośli, balsamy lub biowina i inne ich eksperymentalne smaki. Interesującą atrakcją jest także jedwabnictwo, umożliwiające poznanie jedwabników wytwarzających jedną z najszlachetniejszych tkanin. Morwa biała, roślina żywicielska tych stworzeń, jest wykorzystywana do przygotowania zarówno dżemów, nalewek, syropów, jak i innych pełnowartościowych przetworów (Grzeškowiak, 2022, s. 93–95).

Innowacje odnoszące się do turystyki wiejskiej i agroturystyki mają zatem bardzo zróżnicowany charakter (Klepacka-Dunajko i Kałuża, 2015, s. 23), a ich wprowadzanie jest procesem wieloaspektowym i bardzo złożonym (Roman, 2018, s. 183). Zaprezentowane atrakcje stanowią tylko część występujących obecnie sposobów spędzania czasu wolnego oraz wypoczynku na wsi. Z pewnością w najbliższej przyszłości pojawią się nowsze i coraz bardziej nietypowe formy atrakcji, które będą spełniać zróżnicowane potrzeby oraz oczekiwania gości.

Metodyka badań

Badanie zostało przeprowadzone od 21 stycznia do 24 lutego 2025 roku, dzięki wykorzystaniu portalu webankieta.pl. Metodą badań był sondaż diagnostyczny z wykorzystaniem techniki ankiety, a do opracowania wyników posłużyły odpowiedzi od 237 respondentów będących studentami uczelni warszawskich. Kwestionariusz ankiety został umieszczony na różnych grupach dyskusyjnych portalu Facebook, gdzie komunikuje się większość warszawskich studentów. Ponadto został on również przesłany za pośrednictwem komunikatora Messenger, serwisu społecznościowego Instagram oraz innych grup na Facebooku, służących do rozprzestrzeniania badania za pośrednictwem drogi internetowej.

Wśród respondentów dominowały kobiety, które stanowiły 79,3% badanej grupy (tab. 1). Zdecydowana większość ankietowanych była w wieku 21–25 lat (67,9%), a prawie połowa z nich (46,8%) określiła swoją sytuację materialną jako dobrą. Wśród uczestników badania najliczniejszą grupę reprezentowały osoby zamieszkujące miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Warto zwrócić uwagę, iż przeważająca liczba respondentów wskazała, że studiuje kierunki społeczne (65,8%), głównie psychologię, turystykę i rekreację, pedagogikę, finanse i rachunkowość oraz zarządzanie.

Tabela 1. Dane demograficzne respondentów [N = 237]

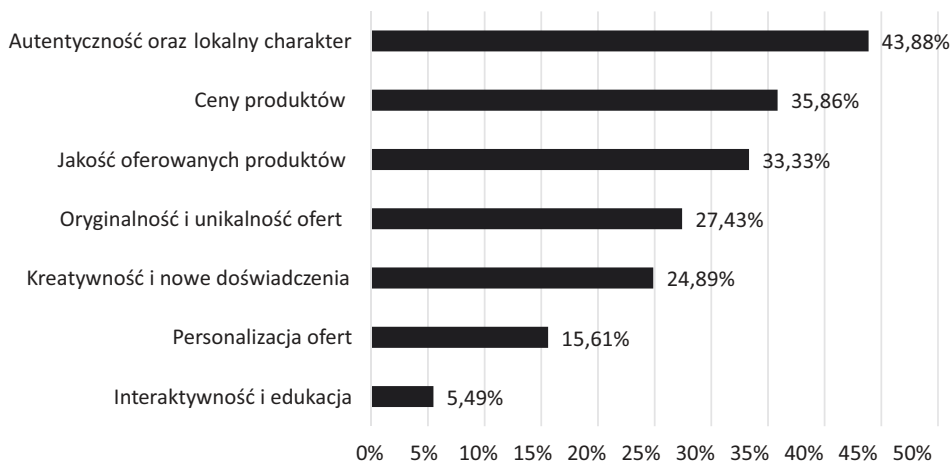
	Wyszczególnienie	Liczba respondentów
Płeć	kobieta	188
	męczyzna	49
Wiek	18–20 lat	20
	21–25 lat	161
	26 lat i więcej	56
	bardzo dobra	39
Sytuacja materialna gospodarstwa domowego	dobra	111
	przeciętna	82
	zła	5
	bardzo zła	0
Miejsce zamieszkania	wieś	73
	miasto do 50 tys. mieszkańców	61
	miasto od 50 do 100 tys. mieszkańców	19
	miasto powyżej 100 tys. mieszkańców	84
Kierunek studiów według klasyfikacji dziedzin i dyscyplin naukowych	społeczne	156
	medyczne i nauk o zdrowiu	40
	inżynieryjno-techniczne	22
	ściśle i przyrodnicze	8
	rolnicze	6
	humanistyczne	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wyniki badań empirycznych

W celu dokładnego zweryfikowania preferencji studentów w zakresie wypoczynku na obszarach wiejskich oraz innowacyjnych produktów tam występujących, ważne było określenie, ilu badanych zna takie produkty. Zdecydowana większość respondentów, gdyż 67,9% osób, wskazała, iż nie słyszała o innowacyjnych produktach w turystyce wiejskiej, jednak z chęcią poznałaby takie produkty, natomiast kolejne 32% badanych o nich słyszała. Ponadto przeważająca liczba ankietowanych zaznaczyła, że innowacyjne produkty wpływają na atrakcyjność turystyki wiejskiej (81,9%). Dane te świadczą o tym, iż studenci wykazują duże zainteresowanie nowatorskimi rozwiązaniami i są chętni dowiedzieć się o nich więcej.

Ważną kwestią podczas przeprowadzania badań było określenie przez studentów, jakie cechy innowacyjnych produktów uważają oni za najważniejsze podczas wyboru ofert wypoczynku na obszarach wiejskich. Niespełna 43,9% ankietowanych zwróciło uwagę na autentyczność oraz lokalny charakter ofert. Świadczy o tym m.in. to, że prawie połowa studentów byłaby zainteresowana poznaniem prawdziwej wsi oraz doświadczeniem lokalnej kultury oraz atrakcji obszarów wiejskich, które nie uległy komercjalizacji. Ponadto wielu respondentów za decydujący czynnik uznało również ceny, a także jakość oferowanych produktów. Mogą stanowić one istotne kryteria wpływające nie tylko na komfort i zadowolenie młodych osób z pobytu na wsi, ale również zwiększając atrakcyjność oferty turystycznej. Szczegóły na ten temat zaprezentowano na wykresie 1.



Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

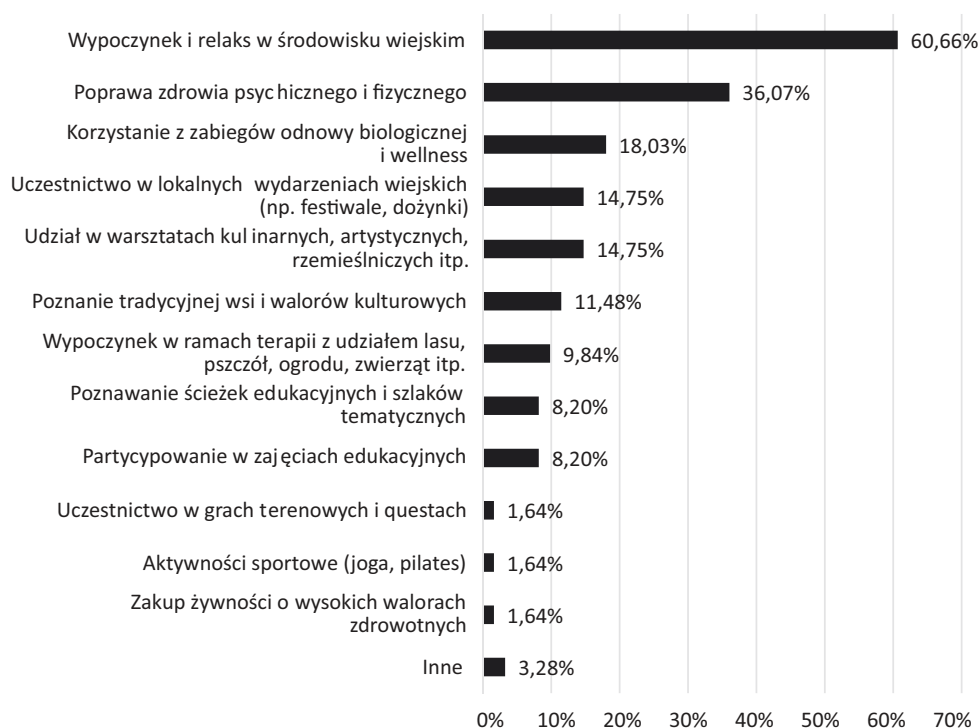
Wykres 1. Preferowane cechy innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej według badanych [%], N = 237]

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Niewielka liczba ankietowanych za preferowaną cechę produktów innowacyjnych podczas wyboru ofert wypoczynku na wsi wskazała interaktywność oraz edukację (5,5%). Dane te świadczą o tym, iż studenci niechętnie chcieliby odpoczywać na wsi, wykorzystując nowoczesne rozwiązania, angażować się w aktywności technologiczne oraz uczestniczyć w zadaniach edukacyjnych i lekcjach dydaktycznych, zwłaszcza po intensywnym tygodniu nauki na uczelniach wyższych.

Warto zaznaczyć, iż niewielka grupa studentów określiła w badaniu, iż odwiedziła obiekt turystyki wiejskiej, który w swojej ofercie miał produkty innowacyjne (25,7%), a najczęściej wskazywanym celem takiego wyjazdu był wypoczynek i relaks w środowisku wiejskim (60,7%). Istotne jest także to, że ponad 18% badanych korzystało w tym czasie z zabiegów odnowy biologicznej i wellness, a 9,8% osób odpoczywało na wsi w ramach terapii z udziałem zwierząt, lasu, pszczół itp. Dane te potwierdzają, że studenci podczas wyjazdów na tereny wiejskie także korzystają z nietypowych, innowacyjnych atrakcji i chętnie je wybierają podczas wypoczynku. Szczegółowe wyniki zaprezentowano na wykresie 2.

Najrzadziej wskazywanymi przez respondentów odpowiedziami były aktywności sportowe i zakup żywności o wysokich walorach zdrowotnych (kolejno po 1,6%).



Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Wykres 2. Główne cele odwiedzenia terenów wiejskich przez respondentów [%; N = 237]

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Ponadto kilku respondentów podało, iż wyjeżdżało na obszary wiejskie w celu spotkania się z przyjaciółmi, którzy mieszkają na wsi lub też koszt noclegu był tam mniejszy niż w dużym mieście podczas wycieczki (3,3%).

Zdecydowana większość badanych (74,3%) zaznaczyła, że nie odwiedziła obiektu zlokalizowanego na terenach wiejskich, który w swojej ofercie ma produkty innowacyjne, jednak 78,9% z nich byłaby zainteresowana takim wypoczynkiem. Z podanych danych wynika, iż studenci wyrażają chęć poznania produktów innowacyjnych oraz wypróbowania ich, co może zwiększyć atrakcyjność obszarów wiejskich oraz poszerzyć potencjalną grupę klientów wielu obiektów turystyki wiejskiej.

Najważniejszym celem w badaniu było określenie, które z podanych produktów innowacyjnych respondenci uważają za najatrakcyjniejsze w kontekście turystyki wiejskiej. Analizując przedstawione dane, można wywnioskować, iż najciekawszą formą atrakcji podczas wypoczynku na wsi jest według studentów animaloterapia (3,85 w skali Likerta), nowoczesne gospodarstwa z jacuzzi, SPA i basenami (3,77 w skali Likerta) oraz sylwoterapia (3,59 w skali Likerta). Szczegółowe informacje zaprezentowano w tabeli 2. Na ich podstawie można stwierdzić, iż kontakt ze zwierzętami gospodarskimi jest nie tylko najczęściej spotykaną formą poznania obszarów wiejskich oraz pracy i życia prawdziwej wsi, ale daje szansę doświadczenia

Tabela 2. Ocena atrakcyjności wybranych innowacyjnych produktów występujących w turystyce wiejskiej w opinii respondentów (5-stopniowa skala Likerta) [N = 237]

Atrakcyjność innowacji w turystyce wiejskiej	Nie znam danej innowacji		1		2		3		4		5		Średnia ocena*
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Animaloterapia (terapia zwierzętami)	5	2,11	3	1,27	11	4,64	44	18,57	115	48,52	59	24,89	3,85
Nowoczesne gospodarstwa z jacuzzi, SPA i basenami	3	1,27	10	4,22	23	9,70	41	17,30	85	35,86	75	31,65	3,77
Sylwoterapia (terapia lasem)	9	3,80	3	1,27	14	5,91	62	26,16	111	46,84	38	16,03	3,59
Gospodarstwa enoturystyczne (związane z winem)	10	4,22	8	3,38	22	9,28	59	24,89	93	39,24	45	18,99	3,49
Fitoterapia (terapia ziołami)	12	5,06	10	4,22	17	7,17	56	23,63	110	46,41	32	13,50	3,43
Gospodarstwa ekologiczne	11	4,64	16	6,75	29	12,24	63	26,58	86	36,29	32	13,50	3,24
Hortiterapia (terapia ogrodnicza)	13	5,49	8	3,38	31	13,08	63	26,58	103	43,46	19	8,02	3,23
Arteterapia/kulturoterapia (terapia sztuką)	7	2,95	11	4,64	45	18,99	64	27,00	82	34,60	28	11,81	3,21
Apiterapia (terapia pszczołami)	18	7,59	32	13,50	33	13,92	58	24,47	61	25,74	35	14,77	2,92
Zagrody edukacyjne	36	15,19	4	1,69	24	10,13	73	30,80	89	37,55	11	4,64	2,88
Jedwabnictwo	33	13,92	16	6,75	29	12,24	78	32,91	60	25,32	21	8,86	2,76

*Ocena dokonana w 5-stopniowej skali Likerta, gdzie: 1 – wcale nieatrakcyjna innowacja, 2 – mało atrakcyjna, 3 – średnio atrakcyjna, 4 – bardzo atrakcyjna, 5 – najbardziej atrakcyjna

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

interakcji ze zwierzętami, których mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich nie mają okazji spotkać w życiu codziennym. Ponadto animaloterapia umożliwia także poprawę zdrowia psychicznego i fizycznego osobom chorym i niepełnosprawnym. Oprócz tego dostarcza wielu radości i zabawy, dzięki temu poziom atrakcyjności tej formy innowacji jest bardzo wysoki.

Najniżej ocenionymi innowacjami w turystyce wiejskiej według studentów były zagrody edukacyjne (2,88 w skali Likerta) oraz jedwabnictwo (2,76 w skali Likerta). Analizując zaprezentowane dane, można zauważyć również, iż innowacje te były także najmniej znane wśród respondentów. Potwierdzeniem tych danych jest m.in. fakt, iż oferta zagrod edukacyjnych zazwyczaj jest kierowana do dzieci oraz młodzieży, a prezentowane w nich atrakcje mogą nie stanowić dla studentów ciekawej formy rozrywki. Jedwabnictwo natomiast jest dość nową i nie w pełni rozwiniętą jeszcze innowacją na rynku turystycznym, dlatego też poziom zainteresowania nim może być niższy niż pozostałe. Z przedstawionej 5-stopniowej skali Likerta wynika także, iż najniżej ocenioną innowacyjną atrakcją turystyki wiejskiej była w opinii studentów apiterapia (13,5%).

Podsumowanie

Wieś, tradycyjnie postrzegana jako przestrzeń spokoju, autentyczności i lokalnych tradycji, współcześnie ulega dynamicznym przemianom, stając się miejscem wdrażania innowacyjnych rozwiązań w zakresie usług turystycznych. Jak zauważa Roman (2016, s. 187), choć turyści poszukują „wiejskiego” charakteru tych terenów, nie musi on być zaprzeczeniem innowacyjności. Przykłady takie jak warsztaty rękodzielnicze, archeologiczne czy zagrody etnograficzne ukazują możliwość harmonijnego połączenia nowoczesności z tradycją, co może sprzyjać wzrostowi atrakcyjności obszarów wiejskich bez utraty ich tożsamości.

Przeprowadzone badanie, koncentrujące się na studentach uczelni warszawskich, miało na celu ocenę postrzegania atrakcyjności innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej oraz identyfikację preferencji i oczekiwań tej grupy wobec wypoczynku na terenach wiejskich. Uzyskane wyniki wykazały stosunkowo niski poziom znajomości innowacyjnych produktów – ponad 68% respondentów zadeklarowało brak wcześniejszej styczności z tego typu ofertą, choć jednocześnie wyraziło zainteresowanie ich poznaniem. Jednocześnie 81,9% badanych uznało, że innowacje w turystyce wiejskiej podnoszą atrakcyjność tych obszarów.

Respondenci najwyżej ocenili produkty oferujące autentyczność i lokalny charakter doświadczeń. Wśród najatrakcyjniejszych form innowacji wskazano animaloterapię, nowoczesne gospodarstwa agroturystyczne wyposażone w infrastrukturę wellness (np. jacuzzi, SPA, baseny) oraz sylwoterapię. Z kolei najmniej interesujące okazały się zagrody edukacyjne, jedwabnictwo i apiterapia – co może wynikać z ograniczonej znajomości tych form lub niedopasowania ich do oczekiwań i stylu życia młodych dorosłych.

Pomimo że większość badanych (74,3%) nie miała jeszcze okazji odwiedzić obiektu oferującego innowacyjne produkty turystyki wiejskiej, aż 78,9% respondentów deklaroowało chęć skorzystania z takich usług w przyszłości. Wyniki te wskazują na istotny

potencjał rozwojowy sektora innowacyjnych produktów turystyki wiejskiej, zwłaszcza w kontekście rosnącego zapotrzebowania młodych dorosłych na unikatowe i autentyczne formy wypoczynku.

Należy podkreślić, iż ograniczeniem badania jest jego lokalny charakter – próba badawcza obejmowała wyłącznie studentów uczelni warszawskich, co uniemożliwia uogólnienie wyników na całą populację młodych dorosłych w Polsce. Konieczne jest zatem kontynuowanie badań w szerszym zakresie, uwzględniające różnice regionalne, społeczne i kulturowe.

Literatura

- Bosiacki, S. (2016). Agroturystyka markowym produktem turystycznym Polski – mity i rzeczywistość. W: A. Jęczyński, J. Uglis, M. Maćkowiak (red.). *Turystyka wiejska. Zagadnienia ekonomiczne i marketingowe*. Wydawnictwo: Wieś Jutra Sp. z o.o., s. 135–142.
- Czaplicka, M. (2022). Gospodarstwa agro-eno-turystyczne – innowacyjna oferta na obszarach wiejskich. Łosików: Wydawnictwo i Drukarnia Świętego Krzyża.
- Czerwińska-Jaśkiewicz, M. (2023). Agroturystyka szansą na rozwój obszarów wiejskich. Przyczynek do dyskusji. W: D. Gwiazdowicz (red.). *Lasy i leśnictwo, a rozwój obszarów wiejskich* Poznań: Wydawnictwo Oficyna Wydawnicza G&P, s. 90–120.
- Grzeškowiak, J. (2022). Jedwabnictwo jako sposób na zwiększenie atrakcyjności oferty gospodarstw agroturystycznych. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 107 (1), s. 84–96.
- Harasim, E., Kwiatkowski, C. (2020). Wybrane oferty obszarów wiejskich oraz zrównoważonego rolnictwa i ogrodnictwa. Radom: Wydawnictwo Instytutu Naukowo-Wydawniczego „Spatium”.
- Kasprowska-Nowak, K. (2020). Apiturystryka, apiterapia oraz terapia krajobrazem na przykładzie „Miasteczka Pszczelego” w Dzięgielowie (Śląsk Cieszyński). W: A. Biskupek-Wanot, B., Wanot, K., Kasprowska-Nowak (red.). *Aktywność fizyczna i problematyka stresu*. Częstochowa: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego w Częstochowie, s. 163–173.
- Klepacka-Dunajko, I., Kałuża, H. (2015). Agro-ekoturystyka zielarska przykładem markowego produktu turystycznego w Polsce, *Europa Regionum*, 24, s. 24–28.
- Kosiński, R., Szymańska, E. (2024). Przedsiębiorczość turystyczna na obszarach wiejskich w świetle badań jakościowych. *Akademia Zarządzania*, 8 (1), s. 100–118. DOI: <https://dx.doi.org/10.24427/az-2024-0006>
- Orbik, Z. (2017). Próba analizy pojęcia innowacji. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 105, s. 307–319.
- Pałka-Łebek, E., Brambert, P. (2018). Innowacyjność w gospodarstwach agroturystycznych. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Geographica Socio-Oeconomica*, 32, s. 125–138. DOI: <https://doi.org/10.18778/1508-1117.32.07>
- Pietrzak-Zawadka, J., Zawadka, J. (2015). Forest therapy jako forma turystyki zdrowotnej. *Ekonomia i Środowisko*, 4 (55), s. 199–209.
- Pijet-Migoń, E. (2022). Turystyka winiarska na Dolnym Śląsku – innowacyjne nawiązanie do tradycji regionalnych. *Turystyka Kulturowa*, 1 (122), s. 7–25. DOI: <http://dx.doi.org/10.62875/tk.v1i122.1318>.
- Pisarek, M., Gargała-Polar, M., Czerniakowski, M. (2017). Zioła jako atrakcja produktów sieciowych w agroturystyce. W: J. Wojciechowska (red.). *Sieci współpracy w turystyce wiejskiej. Stan obecny i nowe wyzwania*. Białystok: Wydawnictwo Partner Poligrafia, s. 165–181.
- Prochorowicz, M., Stankiewicz, B. (2011). Turystyka zdrowotna w gospodarstwie agroturystycznym. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, 288 (64), s. 125–132.

- Roman, M. (2016). Znaczenie przedsiębiorczości i innowacyjności w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej gospodarstw agroturystycznych. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 1 (39), s. 183–189. DOI: <https://doi.org/10.17306/JARD.2016.21>
- Sala, K. (2021). The attractiveness of the rural tourist product on the example of the trail “Lesser Poland Village Fragrant with Herbs”. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 50 (2), s. 53–64. DOI: <https://doi.org/10.25944/znmwse.2021.02.5364>
- Sforcin, J., Weis, W., Ripari, N., Conte, F., Honorio, M., Sartori, A., Santiago, S. (2022). *Apiterapia. Medicamentos das abelhas e possíveis tratamentos*. Sao Paulo: Wydawnictwo UNESP.
- Simonienko, K., Jakubowska, M., Konarzewska, B. (2020). Shinrin-yoku i terapia lasem-przegląd literatury. *Psychiatria*, 17 (3), s. 145–154. DOI: <https://dx.doi.org/10.5603/PSYCH.2020.0022>
- Wojciechowska-Solis, J., Śmiglak-Krajewska, M., Kalinowski, S. (2022). Atrakcyjność i preferowanie wybranych form turystyki na obszarach wiejskich Polski Wschodniej – w badaniu opinii i wyborów turystów. *Wieś i Rolnictwo*, 2 (195), s. 101–134.
- Wojcieszak, M. (2018). Innowacyjne produkty agroturystyczne na obszarze B-TOM. *Intercathedra*, 4 (37), s. 407–414.
- Zawadka, A., Bieliniś, E. (2019). Możliwości wykorzystania terenów leśnych do terapii lasem – czy dzięki drzewom możemy stać się szczęśliwsi i zdrowsi? *Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej*, 21 (58), s. 84–88.
- Zawadka, J., Jęczmyk, A., Wojcieszak-Zbierska, M. M., Niedbała, G., Uglis, J., Pietrzak-Zawadka, J. (2022). Socio-Economic Factors Influencing Agritourism Farm Stays and Their Safety during the COVID-19 Pandemic: Evidence from Poland. *Sustainability*, 14 (6), 3526. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14063526>
- Żmudzińska, A., Rogoźnicki, D. (2021). Zwierzęta gospodarskie jako integralny element turystyki wiejskiej. W: D. Dąbrowski, E. Stępień (red.). *Koła naukowe szkołą twórczego działania*. Edycja siódma. Biała Podlaska: Wydawnictwo Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, s. 68–76.

Perception of innovative rural tourism products by students from Warsaw universities

Abstract. Innovations are a crucial factor through which rural areas gain new significance and functions. They are also an essential element in a farm’s development and serve to distinguish it from others. Contemporary rural tourism facilities combine tradition with modernity, offering leisure based not only on the richness of the natural and cultural heritage of the countryside but also on modern solutions and innovative services. A survey was conducted to evaluate the perceived attractiveness of innovative rural tourism products among students from Warsaw universities. The results indicate a low level of awareness in this area, while also revealing a high level of interest in such offerings. The highest value was attributed to products such as animal-assisted therapy and modern agritourism farms featuring jacuzzis, spas, and pools.

Keywords: rural tourism, agritourism, attractiveness, innovations, products, students