



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

MARIA BEDNAREK-SZCZEPAŃSKA¹

KWATERY PRYWATNE – ŹRÓDŁO DOCHODU CZY HOBBY? PRZYKŁAD LUBELSZCZYŻNY

Abstrakt. Przedmiotem analizy są kwatery prywatne funkcjonujące na obszarach wiejskich i w małych miastach województwa lubelskiego. Poddając analizie ofertę proponowaną turystom, ruch turystyczny w kwaterach, dochody z prowadzonej działalności i opinie kwaterodawców na ten temat, starano się odpowiedzieć na pytania: jakie są charakterystyczne cechy oferty turystycznej, jaką rolę dla kwaterodawców odgrywa prowadzona działalność – czy jest to istotne źródło dochodu, przejaw przedsiębiorczości, czy też aktywność pełniąca funkcje pozamaterialne? Wyniki pokazują, że działalność ta ma niewielkie znaczenie ekonomiczne. Ruch turystyczny jest niewielki, a dochody z turystyki niskie. Niewiele jest oryginalnych, konkurencyjnych produktów turystycznych, a oferta turystyczna jest raczej uboga i bazuje na prostym wykorzystaniu zasobów gospodarstw domowych. Cechy postawy przedsiębiorczej nie są powszechnie reprezentowane wśród badanych kwaterodawców. Niemniej jednak prowadzona działalność przynosi im szerokie korzyści pozamaterialne, zwłaszcza w zakresie budowania więzi międzyludzkich.

Słowa kluczowe: kwatery prywatne, przedsiębiorczość, korzyści materialne i pozamaterialne, województwo lubelskie

WPROWADZENIE

Aktywizacja turystyczna obszarów wiejskich stała się w ostatnim dwudziestolecu niezwykle popularną ideą. Traktuje się ją jako możliwość dywersyfikacji dochodów, poprawy sytuacji ekonomicznej na wsi i czynnik jej rozwoju gospodarczego. Tego typu popularne hasła powtarzane są często bezkrytycznie i bezrefleksyjnie przez władze lokalne, regionalne, działaczy społecznych i pseudoekspertów. Na dziesiątkach konferencji i seminariów, w setkach publikacji, strategii i planów rozwoju doszukać się można agro- i wiejskoturystycznych „frazesów”. Również na Lubelszczyźnie na dobre zagościła moda na pro-

¹ Autorka jest pracownikiem naukowym Instytutu Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polskiej Akademii Nauk (e-mail: bednarek@twarda.pan.pl).

mowanie rozwoju turystyki, która miałyby przyczynić się do poprawy kondycji ekonomicznej wsi i małych miast. Od lat dziewięćdziesiątych podejmowano tu różne programy aktywizacji turystycznej, a w licznych dokumentach strategicznych i planistycznych na poziomie regionalnym i lokalnym akcentuje się potencjalnie dużą rolę turystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Jak wynika z danych Instytutu Turystyki, w 2006 roku na terenie województwa lubelskiego było 510 kwater prywatnych², czyli zaledwie w około 0,07% gospodarstw domowych prowadzono działalność wynajmu kwater. Koncentrują się one na Roztoczu, Polesiu, Płaskowyżu Nałęczowskim oraz wzdłuż doliny Bugu. Na łamach niniejszego opracowania starano się odpowiedzieć na pytania: czy wynajem kwater prywatnych jest przejawem przedsiębiorczości i czy stanowi dla kwaterodawców znaczące źródło dochodu? Czy spełnia też inne istotne funkcje? Jaki są charakterystyczne cechy oferty turystycznej?

Pojęcie przedsiębiorczości ma wiele wymiarów i jest szeroko opisywane w literaturze. W naukach ekonomicznych łączona jest ona z działalnością o charakterze gospodarczym, „...czasami wręcz utożsamiana z prowadzeniem przedsiębiorstwa i analizowana przez pryzmat korzyści o charakterze ekonomicznym, jakie osiągane są dzięki działaniom przedsiębiorczym w podmiotach gospodarczych, środowiskach lokalnych, regionach czy w całej gospodarce” [Sikorska-Wolak 2007, s. 72]. Przedsiębiorczość to również określone cechy charakteru i zachowań człowieka, determinujące sposób i efekty prowadzonej działalności gospodarczej³. Do cech tych w literaturze przedmiotu zalicza się przede wszystkim: skłonność do ryzyka, dążenie do zmian, rozwoju i innowacji, kreatywność, potrzebę osiągnięcia sukcesu, stwarzanie czegoś nowego, umiejętność radzenia sobie w trudnych sytuacjach, orientację na rynek, twórcze wykorzystanie szans i czynników produkcji w celu osiągnięcia wymiernych rezultatów, poszukiwanie odmienności w porównaniu z tym, co robią inni itp. [Targalski 2006, Brzozowski 2007, Chmieliński 2007, Sikorska-Wolak 2007, Kuczek i Czekaj 2008].

Narzędziem pozyskania informacji na temat badanych kwater był wywiad semi-standaryzowany. Jego zastosowanie pozwala zarówno na matematyczne i statystyczne analizy, liczbową reprezentację wyników, jak i na pogłębione analizy jakościowe [Jennings 2005]. Wywiady przeprowadzono w latach 2007–2008 w 110 kwaterach prywatnych położonych w 22 gminach wiejskich i miejsko-wiejskich województwa lubelskiego, reprezentujących wszystkie wymienione wyżej obszary o znaczeniu turystycznym, małe miasta i wsie. Gminy o dużej liczbie kwater prywatnych były reprezentowane w próbie przez proporcjonalnie większą liczbę obiektów niż gminy o małej liczbie kwater prywatnych.

² Kwatery prywatne są to obiekty mieszkalne i budynki gospodarcze (po adaptacji) wynajmowane turystom na noclegi za opłatą, w tym obiekty znajdujące się w gospodarstwach rolnych (tzw. gospodarstwach agroturystycznych), z wykluczeniem obiektów zbiorowego zakwaterowania, jak: hotele, pensjonaty, ośrodki wczasowe i wypoczynkowe, pola biwakowe i inne.

³ Autorka określa tu jako działalność gospodarczą wszelką działalność przynoszącą zysk i prowadzoną „na własny rachunek”, natomiast przez przedsiębiorcę kogoś, kto organizuje i prowadzi działalność gospodarczą oraz podejmuje ryzyko [Griffin 1997].

OGÓLNE INFORMACJE O BADANYCH KWATERACH I KWATERODAWCACH

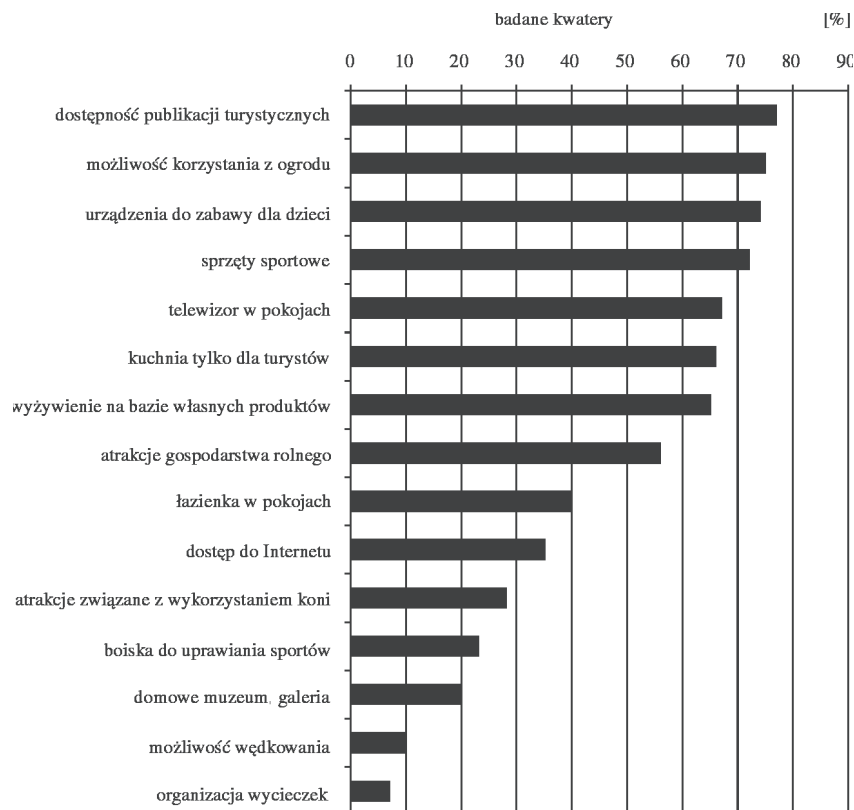
Badane kwatery prywatne Lubelszczyzny zakładane były w latach 1987–2007. Zdecydowana większość z nich zaczęła funkcjonować w okresie od 2000 do 2004 roku. Koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku oraz początek następnego dziesięciolecia to, jak wyżej wspomniano, okres intensywnych akcji promocji turystyki podejmowanych głównie przez ośrodki doradztwa rolniczego. Dzięki działaniom tych instytucji oraz innych podmiotów wspierających turystykę wiejską, polegającym m.in. na organizacji szkoleń, wiele osób zdecydowało się na rozpoczęcie wynajmu kwater. Okazuje się, że po 2004 roku zakładanie kwater prywatnych nie było już tak atrakcyjną formą działalności na analizowanych obszarach. Dostępność środków unijnych na przedsięwzięcia turystyczne (zwłaszcza agroturystyczne) nie spowodowała „wysypu” nowych obiektów na obszarach wiejskich.

Zdecydowana większość właścicieli kwater mieściła się w przedziale wiekowym 40–60 lat, jednocześnie około połowa badanych miała więcej niż 50 lat. Okazuje się więc, że działalność ta nie cieszyła się dużym zainteresowaniem osób młodych, a więc postrzeganych jako najbardziej aktywne i otwarte na nowe przedsięwzięcia. Głównymi źródłami dochodu w gospodarstwach domowych ankietowanych kwaterodawców było rolnictwo, następnie praca najemna oraz świadczenia socjalne⁴. Nie było takiego przypadku, w którym działalność turystyczna byłaby jedynym źródłem dochodu gospodarstwa domowego. Nie dziwi fakt dużego udziału gospodarstw czerpiących dochody m.in. z rolnictwa, gdyż badane obiekty zlokalizowane były w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich rolniczej Lubelszczyzny. Godny uwagi jest natomiast fakt znaczącej grupy właścicieli kwater, dla których głównym źródłem utrzymania były emerytury i inne świadczenia socjalne. Charakterystyczne dla Polski Wschodniej są tzw. gospodarstwa agroturystyczne chłopskie, samozaopatrzeniowe, nietowarowe, o tradycyjnym gospodarowaniu, prowadzone przez rodzinę chłopską, będącą w starszym wieku [Wojciechowska 2009]. Taka struktura źródeł dochodu właścicieli kwater skłania do refleksji nad ich możliwościami inwestowania w usługi turystyczne. Trudno oczekiwać, aby osoby czerpiące dochody ze źródeł socjalnych lub niskotowarowego rolnictwa były w stanie stworzyć konkurencyjne produkty turystyczne.

CECHY OFERTY KWATER PRYWATNYCH

W wywiadach prowadzonych z kwaterodawcami pytano, jakie usługi, atrakcje i wyposażenie swoich obiektów oferują turystom. Respondenci mieli do wyboru zarówno odpowiedzi z długiej listy, jak i byli proszeni o podanie innych

⁴ Struktura źródeł dochodów właścicieli kwater, poza turystyką, kształtowała się następująco: rolnictwo – 56%, praca najemna – 39%, świadczenia socjalne – 38%, własna działalność gospodarcza – 18% (liczba procentów nie sumuje się do 100, bo często podawano więcej niż jedno źródło dochodu).



RYSUNEK 1. Elementy oferty turystycznej badanych kwater
 FIGURE 1. Elements of tourist products offered in the studied accommodations

elementów oferty, niewymienionych na liście. Wyniki pokazują, że najbardziej powszechne były następujące oferty (rysunek 1):

- stanowiące zasoby i wyposażenie gospodarstw domowych, a nie kupowane/urządzane specjalnie pod kątem turystów (np. przedmioty i urządzenia do zabawy dla dzieci, sprzęt sportowy – rowery, piłki itd., kuchnia tylko dla turystów⁵),
- związane z funkcjonującym gospodarstwem rolnym (np. możliwość uczestnictwa w pracach gospodarskich, obcowania ze zwierzętami, korzystania z ogrodu należącego do właścicieli),
- których przygotowanie nie wymagało ponoszenia przez kwaterodawcę znaczących kosztów (np. dostępność różnych publikacji turystycznych uzyskiwanych nieodpłatnie z różnych instytucji i organizacji, przygotowywanie posiłków z produktów z własnego gospodarstwa).

⁵ Na analizowanych obszarach powszechnie budowano duże, piętrowe domy, z przeznaczeniem piętra dla drugiej rodziny (np. rodziny dziecka właściciela domu). Tym samym piętro wyposażano w kuchnię i łazienkę. Często natomiast dorosłe dzieci wyjeżdżały do dużych miast, w związku z czym piętro pozostawało niewykorzystane i z czasem przeznaczane na wynajem turystom. Wielokrotnie ankietowani kwaterodawcy opisywali taką sytuację.

Znacznie rzadziej w ofercie znajdowały się atrakcje i usługi wymagające większego zaangażowania i przygotowania czy specyficznych umiejętności (np. organizacja kuligów, przejażdżek wozem, jazdy konnej czy inne atrakcje związane z wykorzystaniem koni, kolekcje dawnych sprzętów domowych lub ekspozycje twórczości ludowej, możliwość wędkowania w stawach należących do gospodarstwa, organizacja wycieczek, przyjęć, spływów kajakowych i inne).

Ogólnie można stwierdzić, że sporadyczne były przypadki stworzenia oryginalnych, nietypowych atrakcji turystycznych, wyróżniających w pozytywnym sensie daną kwatere od przeciętnych obiektów turystyki wiejskiej. Do rzadkości należały specjalistyczne produkty turystyczne oparte na dobrym pomysle, realizowane według określonej strategii. Nietypowe atrakcje związane były przede wszystkim z zainteresowaniem i osobistymi pasjami gospodarzy (np. ścieżka edukacyjna, prezentująca życie na wsi w gospodarstwie, którego właścicielka zajmuje się badaniem lokalnego dziedzictwa kulturowego i kolekcjonowaniem starych sprzętów rolniczych z okolicznych wsi; nauka rzeźby w drewnie w kwaterze prowadzonej przez ludowego rzeźbiarza-amatora). Niekiedy oryginalne atrakcje proponowane turystom związane były z prowadzoną przez kwaterydawców działalnością gospodarczą (np. strzelanie z łuku w gospodarstwie agroturystycznym, którego właściciel zajmował się produkcją mat strzelniczych; rozpoznawanie ziół w gospodarstwie, w którym prowadzony jest skup ziół).

Na podstawie szczegółowych informacji o usługach, atrakcjach i elementach wyposażenia kwater prywatnych zaproponowano grupowanie tych obiektów ze względu na następujące kryteria oferty: agroturystyczny charakter, zróżnicowanie, specjalizacja, warunki zakwaterowania (wyposażenia). Warunki spełnienia poszczególnych kryteriów podano w tabeli 1. Spełnienie danego kryterium oznaczano odpowiednim symbolem (A, O, S, W). Kombinacja dwóch wartości (0/1) czterech cech daje 16 możliwych typów oferty. Przykładowe oznaczenia (kody oferty) podano w tabeli 2, a wyniki grupowania na rysunku 2.

Na podstawie analizy cech oferty w badanej grupie kwater należy stwierdzić, że:

- spośród obiektów charakteryzujących się zadowalającym wyposażeniem ponad połowa (52%) nie spełniała innych kryteriów oferty, były to pokoje gościnne, oferujące jedynie nocleg w obiektach o dobrym standardzie,
- mały był udział kwater posiadających ofertę nietypową, specjalistyczną (11%), wśród nich dominowały kwatery niespełniające kryterium standardu wyposażenia,
- obiekty agroturystyczne nie posiadały na ogół zadowalającego wyposażenia (75% kwater agroturystycznych),
- zaledwie jedna kwatery spełniała wszystkie cztery kryteria, natomiast 13% nie spełniało żadnego kryterium.

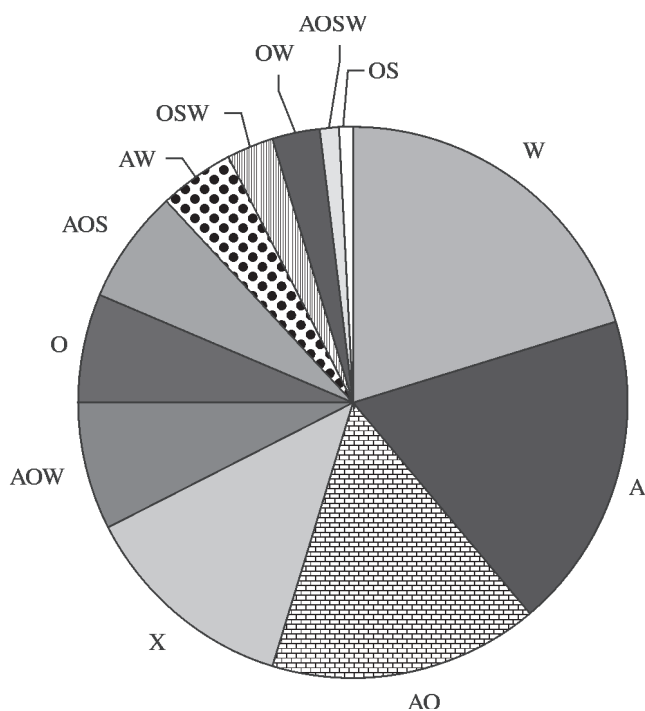
Wyniki grupowania oraz przedstawione wyżej cechy oferty nie przynoszą pozytywnego obrazu badanych kwater. W ujęciu ogólnym nie są one konkurencyjne. Ponadto zaledwie 1/4 badanych zadeklarowała, że ma plany i pomysły na wprowadzanie nowych atrakcji dla turystów.

Około połowę badanych obiektów stanowią typowe gospodarstwa agroturystyczne – bez specjalizacji, a w warunkach polskich oferta bazująca na rolnictwie

TABELA 1. Kryteria grupowania kwater prywatnych
 TABLE 1. Criteria of accommodations' grouping

Kryterium	Symbol	Warunek spełnienia kryterium
Agroturystyczny charakter oferty	A	dostępność atrakcji związanych z funkcjonowaniem gospodarstwa rolnego (uczestnictwo w pracach gospodarskich, dostępność produktów rolnych, w tym możliwość korzystania przez turystów z ogrodu na terenie gospodarstwa itp.)
Zróżnicowanie oferty	O	obecność co najmniej 5 elementów oferty z wyłączeniem elementów wymienionych wyżej (np. dostępność sprzętów sportowych, urządzeń dla dzieci, publikacji turystycznych, organizacja wycieczek itd.) ^a
Specjalizacja oferty	S	obecność w ofercie oryginalnych, nietypowych atrakcji, będących efektem inwestycji zrealizowanej <i>stricte</i> pod kątem turystów, wykorzystania w turystyce nietypowych umiejętności gospodarza lub stanowiących produkt skierowany do określonej grupy turystów
Warunki zakwaterowania (wyposażenie)	W	dostępność pokoi z łazienkami i spełnienie co najmniej jednego z warunków: dostępność osobnej kuchni dla turystów, pokoi z telewizorami, Internetu dla turystów lub przeprowadzenie kategoryzacji obiektu

^a Liczba pięciu elementów oferty jako miernik jej zróżnicowania wynika z tego, że w badanej grupie kwater liczba tych pozostałych elementów oferty wynosiła maksymalnie 10, stąd za miarę zróżnicowania przyjęto połowę tej liczby.



RYSUNEK 2. Struktura typów badanych kwater prywatnych (objaśnienia symboli w tabeli 1)
 FIGURE 2. The structure of types of accommodations (symbols explained in Table 1)

TABELA 2. Sposób oznaczenia kodów oferty – przykłady
 TABLE 2. Descriptions of accommodation codes – examples

A	O	S	W	Kod
1	1	1	1	AOSW
1	0	0	1	AW
0	0	0	0	X

nie stanowi szczególnej atrakcji dla turystów. W Polsce, gdzie jeszcze w 2002 roku funkcjonowało prawie 3 miliony gospodarstw rolnych [*Powszechny Spis... 2002*], obcowanie z gospodarką rolną jest powszechne – większość społeczeństwa, w tym mieszkańców miast, ma rodziny na wsi, wielu tam się wychowało i miało do czynienia z tradycyjnymi formami rolnictwa. M. Kozak zauważa, że „...samo bycie gościem gospodarstwa rolnego, o ile nie można korzystać z innych produktów turystycznych, nie jest motywacją dostateczną, by zapewnić dostateczne zainteresowanie chętnych, motywujące do inwestowania w agroturystykę i wzbogacanie oferty. Zwłaszcza w społeczeństwie mocno zakorzenionym we wsi i powiązanej z nią więziami rodzinnymi” [Kozak 2006, s. 30]. Warto tu przytoczyć wyniki badań przeprowadzanych na próbie 1158 turystów (łącznie w latach 2001 i 2003), przebywających w gospodarstwach agroturystycznych w różnych częściach Polski. Badania te pokazały, że wśród motywów wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym kontakt z gospodarstwem rolnym i rodziną wiejską znalazł się dopiero na szóstej pozycji. Zaledwie nieco ponad 1% ankietowanych uznało to za pierwszoplanowy motyw wyboru wypoczynku w gospodarstwie agroturystycznym [Strzembicki 2001, 2005].

Aby sprawdzić, czy występowanie określonych typów oferty związane jest z położeniem kwatery, wybrano spośród wszystkich gmin, w których znajdowały się badane kwatery, dwie grupy gmin o odmiennych charakterystykach. Pierwszą grupę stanowiły wszystkie gminy o ugruntowanych tradycjach turystycznych, z ośrodkiem turystycznym o znaczeniu co najmniej regionalnym i liczbie kwatery przekraczającej 20 (Zwierzyniec, Krasnobród, Nałęczów, Susiec, Włodawa), drugą – jednostki o słabych tradycjach turystycznych, bez miejscowości, będącej co najmniej regionalnym ośrodkiem turystycznym i małej (do 10) liczbie kwatery (Hrubieszów, Horodło, Dubienka, Hanna, Terespol, Wojciechów, Wąwolnica). Pozostałe gminy, o mieszanych charakterystykach, pominięto. Badanie pokazało, że w grupie pierwszej zdecydowanie dominował typ „W” (ponad 50% badanych obiektów z tych gmin). Ponadto połowa obiektów typu „X” znalazła się w tych gminach.

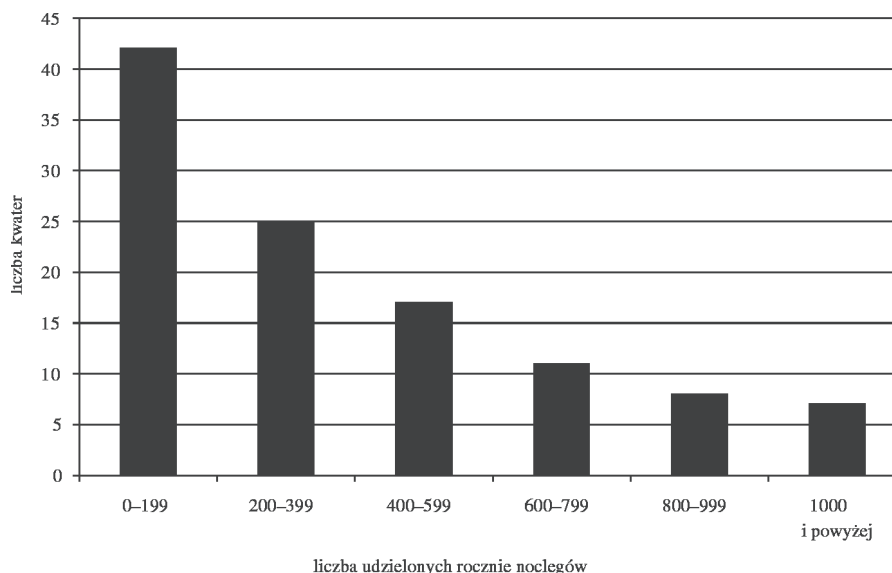
Natomiast w gminach grupy drugiej większa była różnorodność typów. Najwięcej było obiektów kategorii „AO” (9 z 32 badanych obiektów), A (5), AOS i AOW (po 4). W tych gminach zdecydowanie większy był udział kwatery zaliczanych typów, spełniających co najmniej trzy kryteria. Jednocześnie tylko 1/4 obiektów cechowała się zadowalającymi warunkami wyposażenia, podczas gdy w grupie pierwszej było to ponad 2/3. Okazuje się zatem, że w gminach o słabo rozwiniętych tradycjach turystycznych kwaterodawcy oferowali przede wszystkim różne atrakcje, w tym związane z funkcjonowaniem gospo-

darstwa rolnego, natomiast standard ich obiektów nie był na ogół wysoki. Odwrotna zaś sytuacja była w gminach o dobrze rozwiniętych tradycjach turystycznych. Nieliczne obiekty posiadające ofertę specjalizacyjną rozproszone były w 9 gminach, głównie w miejscowościach nieposiadających rozwiniętej infrastruktury turystycznej.

EKONOMICZNE I SPOŁECZNE ASPEKTY PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

Interesującym zagadnieniem była analiza wybranych cech ruchu turystycznego w badanych kwaterach prywatnych. Sprawdzone, jak kształtuje się liczba udzielanych rocznie noclegów oraz liczba udzielanych rocznie noclegów w przeliczeniu na jedno miejsce. Analiza taka pozwoliła przede wszystkim na pośrednią ocenę korzyści finansowych, jakie kwaterodawcom przynosi świadczenie usług noclegowych. Należy tu zaznaczyć, że informacje dotyczące noclegów miały często charakter szacunkowy. Kwaterodawcy nie zawsze dysponowali dokładnymi danymi na temat liczby przybywających turystów i długości ich pobytu. Należy jednak założyć, że potrafili je dobrze oszacować, a informacje podali rzetelnie i były one zbliżone do stanu faktycznego.

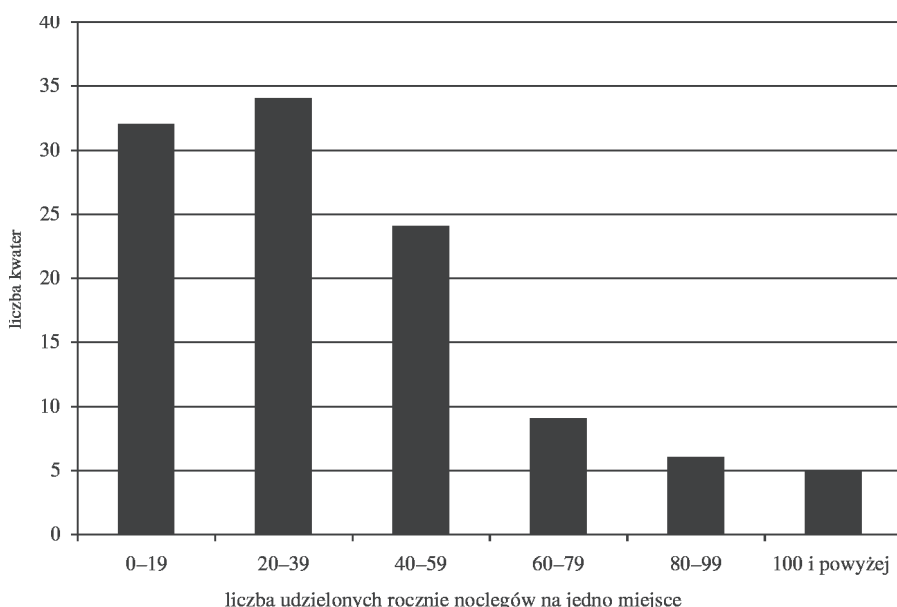
Jak pokazano na wykresie (rysunek 3), w większości badanych kwater liczba udzielanych rocznie noclegów nie przekraczała 400. Wraz ze wzrostem liczby tych noclegów malała liczba kwater. Wartość mediany w zbiorze obejmującym liczbę udzielanych noclegów wyniosła 287. Wielu kwaterodawców wskazywało



RYSUNEK 3. Liczba udzielanych rocznie noclegów w badanych kwaterach w 2006 roku
 FIGURE 3. Overnight stays provided to tourists in the studied accommodations in 2006

na liczne zniszczenia w pokojach po pobytach gości, konieczność ciągłych inwestycji, a w związku z tym problemy z uzyskaniem zadowalającego zarobku netto. Tymczasem analiza ekonomiki usług turystycznych w kwaterach wskazuje, że 60–80 dni pełnego pobytu turystów w jednym roku uznaje się za minimum opłacalności [Dębniwska i Tkaczuk 1997]. Przyjmując 10, jako średnią liczbę miejsc noclegowych w badanych kwaterach, okazuje się, że większość z nich nie uzyskuje tak oszacowanego minimum. W warunkach polskich oscylowanie na granicy opłacalności nie jest jednak rzadkością – badania prowadzone na Pojezierzu Mazurskim i Suwalskim pokazały, że w większości badanych tam kwater agroturystycznych liczba dni pełnego pobytu turystów nie przekraczała 55 [Dębniwska i Tkaczuk 1997].

Reasumując, usługi polegające na wynajmie pokoi nie stanowiły istotnego źródła zysku dla gospodarstw domowych badanych kwaterodawców. Potwierdzają to również odpowiedzi na pytanie o udział dochodów z turystyki w ogóle dochodów gospodarstw domowych. Przeciętnie było to około 20%, a dla niespełna 13% badanych były to udziały rzędu 50% lub większe. Z niskimi dochodami koresponduje stosunkowo małe wykorzystanie miejsc noclegowych w badanych kwaterach (rysunek 4). Badania pokazują, że w przypadku ponad połowy badanych obiektów liczba udzielonych rocznie noclegów na jedno miejsce nie przekraczała 40, co jest równoznaczne z poziomem wykorzystania rzędu 11%. Tylko w niektórych obiektach wykorzystanie miejsc noclegowych przekraczało 30%.



RYSUNEK 4. Liczba udzielanych rocznie noclegów na jedno miejsce w badanych kwaterach w 2006 roku
 FIGURE 4. Overnight stays provided to tourists in the studied accommodations per one bed-place in 2006

Sprawdzono również, jak kształtuje się ruch turystyczny i dochody z turystyki w kwaterach położonych w gminach należących do dwóch odmiennych grup, wydzielonych wyżej. Na podstawie tabeli 3 należy stwierdzić, że zdecydowanie słabsze są efekty ekonomiczne kwater w gminach o niskim poziomie rozwoju funkcji turystycznej. Różnice wartości przeciętnych trzech cech dla kwater z dwóch grup są znaczące. Koresponduje z tym większy udział kwaterodawców, którzy deklarowali zadowolenie z ekonomicznych efektów prowadzonej działalności (tabela 4).

TABELA 3. Porównanie kwater pierwszej i drugiej grupy pod względem liczby udzielanych noclegów i dochodów z turystyki

TABLE 3. Comparison of two groups of accommodations in terms of overnight stays and income from tourism

Cecha		Grupa I (39 kwater)	Grupa II (32 kwatery)
Liczba udzielonych rocznie noclegów	średnia	630	383
	mediana	418	165
Liczba udzielonych rocznie noclegów na jedno miejsce	średnia	44	30
	mediana	35	21
Udział dochodów z turystyki w dochodach budżetów gospodarstw domowych	średnia	28	17
	mediana	20	10

TABELA 4. Porównanie kwater pierwszej i drugiej grupy pod względem deklarowanych korzyści z wynajmu kwater

TABLE 4. Comparison of two groups of accommodations in terms of the declared benefits from tourism

Cecha		Grupa I (39 kwater)	Grupa II (32 kwatery)
Udział kwaterodawców, którzy deklarowali satysfakcję z ekonomicznych korzyści prowadzonej działalności [%]		65	21
Udział kwaterodawców, którzy deklarowali satysfakcję z pozatekonomicznych korzyści prowadzonej działalności [%]		72	93

Interesujące są również powody rozpoczęcia działalności w zakresie usług turystycznych przez badanych właścicieli kwater prywatnych. Pytanie zadawane podczas wywiadu miało charakter otwarty, aby nie sugerować respondentom odpowiedzi i umożliwić w pełni subiektywną, nieskrępowaną predefiniowanymi kategoriami wypowiedź. Pytanie otwarte daje możliwość poznania punktu widzenia respondenta na problem uzyskania takich informacji i opinii, które z jego perspektywy są najważniejsze [*The Sage Encyclopedia...* 2007].

Można było przypuszczać, że zdecydowanie dominujące będą finansowe motywy rozpoczęcia działalności. Faktycznie, po zakodowaniu uzyskanych odpowiedzi okazało się, że najczęściej wymienianą przyczyną była chęć uzyskania dochodu (51%). Jednakże połowa badanych, którzy wskazali powód finansowy, nie jest udziałem znaczącym, jeśli potraktuje się usługi turystyczne jako działalność typowo ekonomiczną. Okazuje się, że ankietowani właściciele kwater nie zawsze traktowali tę działalność jako przedsięwzięcie podejmowane z pobudek

czysto finansowych. Często deklarowali inne przyczyny i motywy jej podjęcia. Niektórzy kierowali się chęcią poznania nowych ludzi, nawiązania kontaktów. Inni, dysponujący dużym domem, wskazywali na chęć zagospodarowania niewykorzystanych pokoi. Warto zwrócić uwagę na namowy i zachęty różnych osób, w tym głównie pracowników doradztwa rolniczego. Podczas wywiadów z kwaterodawcami wielokrotnie powtarzały się opisy sytuacji, kiedy pracownicy ODR przyjeżdżali do gmin, odwiedzali gospodarstwa i doradzali, jak rozpocząć działalność i przygotować kwaterę dla turystów.

Badania pokazały, że niewielka była skłonność kwaterodawców do podejmowania działań, które wiązałyby się z koniecznością ponoszenia znaczących kosztów i ryzyka finansowego. W badanej grupie 27% respondentów korzystało z pożyczek, kredytów czy dofinansowania działalności ze środków UE. Jednocześnie powszechne było „narzekanie” na brak środków na inwestycje. „Za mało pieniędzy przynosi agroturystyka, więc nie ma z czego inwestować. Planuję tylko drobne remonty, małe ulepszenia” – to przykład wypowiedzi jednego z kwaterodawców. Inny z badanych stwierdził, że nie planuje on rozwoju swoich usług, bo brakuje chętnych (turystów). Wypowiedzi tego rodzaju padały najczęściej w kwaterach położonych poza małymi miastami, będącymi ośrodkami turystycznymi. Badania Dębniowskiej i Tkaczuk [1997] wskazują, że kwaterodawcy, jeśli w ogóle inwestują, to rzadko prowadzą kalkulację kosztów, analizę efektywności przedsięwzięć, a kierują się raczej intuicją, propozycjami sąsiadów lub znajomych.

Powszechnie (ponad 3/4 badanych) kwaterodawcy uczestniczyli w szkoleniach, zebraniach, zapisywali się do lokalnych stowarzyszeń, kontaktowali z różnymi instytucjami, a więc podejmowali „miękkie” formy aktywności, które wprawdzie sprzyjały kształtowaniu oferty turystycznej, ale nie wymagały istotnego zaangażowania czy nakładów. W kwestii promocji badanych kwater prywatnych należy zauważyć, że mimo znacznej różnorodności realizowanych form promocji [Bednarek 2007] dominowały propozycje wymagające niewielkiego zaangażowania i kosztów (dystrybucja wśród turystów własnych wizytówek, reklamy w folderach lokalnych czy serwisach internetowych). Rzadko natomiast kwaterodawca przygotował własną stronę internetową (20% badanych).

Interesujące wnioski można też wyciągnąć na podstawie analizy odpowiedzi na pytanie o zadowolenie z prowadzonej działalności w zakresie usług turystycznych. Zaledwie 3% badanych wypowiedziało się jednoznacznie, że nie są zadowoleni z efektów tej działalności. Reszta osób wyraziła opinię pozytywną (z tego marginalny odsetek częściowo pozytywną). Zakodowanie odpowiedzi umożliwiło rozróżnienie dwóch typów odpowiedzi: wskazujących korzyści materialne oraz wskazujących korzyści pozamaterialne. Okazuje się, że aż 77% osób wymieniło korzyści pozaeconomiczne, natomiast 39%⁶ osób wymieniło korzyści finansowe. Bardzo duży odsetek „zadowolonych” z prowadzonej działalności, mimo opisanych wyżej niskich efektów ekonomicznych, można

⁶ Podane wartości procentowe nie sumują się do 100, gdyż często kwaterodawcy wymieniali zarówno korzyści materialne, jak i pozamaterialne.

w pewnym stopniu wyjaśnić, sięgając do jednej z klasycznych koncepcji socjologii wsi sformułowanej przez M. Webera, która zakłada istnienie dwóch typów racjonalności – formalnej i rzeczywistej. Ta pierwsza zakłada realizację tylko takich działań, które przynoszą wymierny zysk finansowy. Druga zaś podporządkowana jest kryteriom wypływającym z uznawanych wartości, potrzeby realizacji pewnego stylu życia, a „zysk” ma tu wymiar nieekonomiczny [Gorlach 2004]. Gdyby kwaterodawcy kierowali się tylko racjonalnością formalną, wybieraliby pewnie inną, bardziej efektywną formę pozyskania dodatkowego dochodu.

Pytanie o satysfakcję z prowadzonej działalności miało charakter otwarty i przyniosło niezwykle interesujące odpowiedzi. Warto tu przytoczyć niektóre wypowiedzi właścicieli kwater na temat korzyści, jakie przynosi im prowadzona działalność: „...dom tętni życiem, jest weselej w domu, jest rozrywka, jest z kim pogadać, poszerzamy grono znajomych, ciekawi goście, fajni ludzie, jest fajna atmosfera, to przyjemność, hobby, można miło spędzić czas, bardzo lubimy gości, jest możliwość spotkania ciekawych osób, wymieniamy doświadczenia, można porozmawiać, można się nauczyć czegoś od ludzi, mogę spełnić swoje zainteresowania, jest możliwość edukacji dzieci”. Tego typu stwierdzenia powszechnie padały podczas wywiadów. Pozwalają one ocenić rolę, jaką działalność w zakresie usług noclegowych odgrywa w gospodarstwach domowych kwaterodawców.

Kwaterodawcy wielokrotnie opowiadali, że zaprzyjaźniają się ze swoimi gośćmi i długo utrzymują z nimi kontakty, a wręcz traktują ich jak rodzinę. Wskazywali, że dzięki prowadzonej działalności, mieszkając na wiejskich peryferiach kraju, mogą poznawać wykształconych, a nawet znanych ludzi z dużych miast. Chwalili się wpisami do ksiąg pamiątkowych dokonanych przez naukowców, dziennikarzy, muzyków, gości z zagranicy. Opowiadali o kartkach świątecznych, które od nich otrzymują. Dla wielu kwaterodawców prowadzona działalność była pewnym remedium na samotność i sposobem spędzania wolnego czasu. Dotyczy to zwłaszcza emerytów lub osób zbliżających się do wieku emerytalnego, których dorosłe dzieci opuściły rodzinną wieś. Nie dążą oni do przyjmowania jak największej liczby turystów (co wymagałoby dużych nakładów pracy) i maksymalizacji zysku. W literaturze z zakresu turystyki wiejskiej można znaleźć podobne przykłady podejścia kwaterodawców do prowadzonej działalności. Wojciechowska [2007] w swojej typologii sylwetek właścicieli usługodawców agroturystyki w Polsce wyróżnia typ właścicieli w starszym wieku, dla których bardzo ważny jest efekt społeczny prowadzonej działalności, a nie rozwój produktu turystycznego, więc nie podejmują aktywnych działań w tym zakresie. Podobny typ wśród kwaterodawców brytyjskich wyróżnili też Shaw i Williams [1998]: usługodawcy reprezentujący jeden z trzech zidentyfikowanych typów to osoby emerytowane, wykorzystujące głównie istniejące, domowe zasoby w swoim produkcie turystycznym, w ograniczonym stopniu zaangażowane w jego rozwój i promocję.

Należy zatem zaakcentować fakt, że działalność wynajmu kwater prywatnych ma szeroki wymiar społeczny, co dotyczy przede wszystkim peryferyjnych obsza-

rów rolniczych, poza regionalnymi ośrodkami turystycznymi. Tu częściej akcentowane były korzyści społeczne (tabela 4). Warto przytoczyć przykład wypowiedzi kwaterodawcy z gminy Hrubieszów, w której jest zaledwie 6 kwater: „Na razie kiepsko zarabia się na turystyce, dlatego ludzie nie podejmują tej działalności w tej gminie. Niezle żyją z rolnictwa. Kwaterodawcy robią to [wynajmują kwatery] jako hobby”. Właścicielka kwatery stwierdziła również, że nie zamierza rezygnować z prowadzonej działalności, mimo niewielu gości. Lubi ten kontakt z ludźmi, „...zawsze ktoś ciekawy przyjedzie”. W badaniach prowadzonych w innych regionach Polski uzyskano podobne wyniki. Kurtyka [2007] na podstawie wywiadów z kwaterodawcami w Kotlinie Jeleniogórskiej stwierdza że przebywanie w towarzystwie gości oraz wspólne rozmowy pozwoliły na wymianę wartości i wyobrażeń oraz podnoszenie poziomu wiedzy. Korzyści te wpływają pozytywnie na możliwość awansu społecznego i zawodowego właścicieli gospodarstw, zmniejszenie barier międzyludzkich, a nawet zwiększenie poczucia wartości.

Powyższe wyniki skłaniają do podjęcia analizy najważniejszych pozamaterialnych funkcji, jakie prowadzona działalność pełni w życiu kwaterodawców w kontekście zaspokajania określonych potrzeb. Nauki społeczne wypracowały liczne koncepcje i hierarchie, dotyczące ludzkich potrzeb. Podstawę stanowi piramida A.H. Masłowa [1943], który wyróżnia potrzeby fizjologiczne, bezpieczeństwa, przynależności, uznania, samorealizacji, a także potrzeby wiedzy i estetyczne. Natomiast Alderfer [1972] wyróżnia trzy główne grupy potrzeb: egzystencji, kontaktów społecznych i wzrostu. Na podstawie wyników badań potrzeby zaspokajane przez prowadzoną przez kwaterodawców działalność usystematyzować można w następujący sposób:

- budowanie więzi międzyludzkich (towarzystwo, przyjaźnie, „zastępowanie” rodziny) – potrzeba przynależności według terminologii Masłowa,
- rozrywka (spędzanie wolnego czasu, forma hobby, zajęcie przynoszące przyjemność),
- samorealizacja (wykorzystanie własnego potencjału, podejmowanie nowego wyzwania),
- edukacja (pozyskiwanie wiedzy, wymiana doświadczeń, możliwość edukacji dzieci),
- uznanie (satysfakcja z zadowolenia turystów, wzmacniająca poczucie własnej wartości, podniesienie prestiżu społecznego dzięki nowym kontaktom).

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Przedstawione analizy prowadzą do wniosku, że cechy postawy przedsiębiorczej nie były powszechne wśród badanych kwaterodawców. Świadczą o tym następujące przesłanki:

1. Kwaterodawcy rzadko realizowali takie formy aktywności, które wiązałyby się z ryzykiem czy koniecznością poniesienia znaczących nakładów.
2. W większości przypadków nie stworzyli oryginalnych, konkurencyjnych produktów turystycznych. Proponowana przez nich oferta była uboga i nie była efektem zaangażowania w prowadzoną działalność, lecz polegała

na prostym wykorzystaniu zasobów gospodarstw domowych (niska kreatywność).

3. Kwatery wynajmowały w dużej mierze osoby starsze, korzystające ze świadczeń socjalnych i drobni rolnicy, niedążący do zmian, nieinwestujący w poprawę standardu, wynajmujący wolne pomieszczenia, pozostałe w domu po wyprowadzce młodszych członków rodziny.

Badania pokazały, że ruch turystyczny w większości analizowanych kwater był niewielki i wykorzystanie miejsc noclegowych wynosiło kilka, kilkanaście procent w skali roku. W związku z tym udział dochodów z turystyki w budżetach gospodarstw domowych kwaterodawców był również stosunkowo mały. Badani kwaterodawcy znacznie rzadziej deklarowali korzyści finansowe z prowadzonej działalności niż inne. Przyjmowanie turystów przynosiło efekty pozamaterialne w zakresie budowania więzi międzyludzkich, rozrywki, edukacji, a także zaspokojenia potrzeb samorealizacji i uznania (aprobaty).

Badane kwatery były zróżnicowane pod względem tego, na ile działalność ta ma znaczenie gospodarcze, a na ile pełni inne funkcje. Badania pokazały, że ekonomiczne aspekty prowadzonej działalności większe znaczenie mają w nielicznych miejscowościach o ukształtowanej funkcji turystycznej, mimo umiarkowanego zaangażowania ich właścicieli w przygotowanie atrakcji dla turystów. Niemniej jednak również w tej grupie kwaterodawców satysfakcja z nawiązywania kontaktów z ludźmi miała duże znaczenie. Tu spodziewać się można dalszego rozwoju zakwaterowania indywidualnego. Na obszarach typowo rolniczych, poza regionalnymi ośrodkami turystycznymi, na plan pierwszy wysuwają się pozaekonomiczne funkcje prowadzonej działalności. Wynajem kwater stanowi satysfakcjonujące zajęcie, pozwalające na budowanie kontaktów towarzyskich. Mniejszy jest tu ruch turystyczny i niższe dochody z wynajmu pokoi. Tu turystyka prawdopodobnie pozostanie zjawiskiem marginalnym, mimo ambitnych planów jej rozwoju, zapisanych w dokumentach strategicznych na poziomie lokalnym i regionalnym.

BIBLIOGRAFIA

- Alderfer C.P., 1972: *Existence, relatedness, and growth*. Free Press, New York.
- Bednarek M., 2007: *Promocja w turystyce wiejskiej – działania kwaterodawców na przykładzie wybranych obszarów Lubelszczyzny*. „Czasopismo Geograficzne” 78 (3): 180–195.
- Brzozowski T., 2007: „Przedsiębiorczość” – pojęcie polisemiczne czy niewłaściwie rozumiane? *Próba systematyzacji*. W: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*. Red. Z. Ziolo, T. Rachwał. IGAP. Wydaw. Nowa Era, Warszawa – Kraków: 196–210.
- Chmieliński P., 2007: *Informacja jako zasób w procesie rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej*. „Roczniki Naukowe” 9, 2: 52–56.
- Dębniewska M., Tkaczuk M., 1997: *Agroturystyka: koszty, ceny, efekty*. Poltext, Warszawa.
- Gorlach K., 2004: *Socjologia obszarów wiejskich. Problemy i perspektywy*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Griffin R., 1997: *Podstawy zarządzania organizacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jennings G.R., 2005: *Interviewing: a focus on qualitative techniques*. In: *Tourism research methods*. Eds. B.W. Palmer, P. Burns, C. Palmer. CABI Publishing, Oxford – Cambridge: 99–117.

- Kozak M., 2006: *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*. Ekspertyza dla Ministerstwa Rozwoju Wsi i Rolnictwa, Warszawa.
- Kuczek L., Czekaj M., 2008: *Przedsiębiorczość a konkurencyjność na obszarach wiejskich na przykładzie południowej Polski*. „Roczniki Naukowe” 10, 2: 134–137.
- Kurtyka I., 2007: *Turystyka i jej wpływ na rozwój społeczności wiejskiej w Sudetach*. „Roczniki Naukowe SERIA” 7, 7: 185–190.
- Maslow A.H., 1943: *Theory of Human Motivation*. „Psychological Review” 50 (4): 370–96.
- Powszechny Spis Rolny*, 2002. GUS, Warszawa.
- Shaw G., Williams A., 1998: *Entrepreneurship, Small Business, Culture and Tourism Development*. In: *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Eds. D. Ioannides, K. Debbage. Routledge, London: 235–255.
- Sikorska-Wolak I., 2007: *Przedsiębiorczość w świadomości społecznej mieszkańców wsi na przykładzie wybranych gmin pogranicza wschodniego w Polsce*. „Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia” 6: 71–81.
- Strzembicki L., 2001: *Zachowania nabywców na krajowym rynku turystyki wiejskiej w świetle badań ankietowych*. Instytut Turystyki. Centrum Edukacji Kadr Turystycznych, Kraków.
- Strzembicki L., 2005: *Zachowania konsumentów na krajowym rynku turystyki wiejskiej*. W: *Konsument na rynku turystycznym w warunkach społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji*. Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice: 73–85.
- Targalski J., 2006: *Innowacyjność – przyczyna i skutek przedsiębiorczości*. „Zeszyty Naukowe” 730. Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków: 5–10.
- The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, 2008. Ed. L.M. Given. Sage.
- Wojciechowska J., 2007: *Typy gospodarstw agroturystycznych w Polsce i sylwetka ich właścicieli*. „Turizm” 17/1–2: 159–171.
- Wojciechowska J., 2009: *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

PRIVATE ACCOMODATIONS – A SOURCE OF INCOME OR A HOBBY FOR THEIR PROVIDERS? THE STUDY OF LUBELSKIE REGION

Abstract. The main subject of the paper is the operation of private accommodation facilities in the rural areas of the Lubelskie region. The author tries to explore the benefits which the providers of tourist services get from the activity. Do the accommodation facilities constitute an important source of income for them? Does the activity of providing accommodation bring other, non-material benefits? The relevant data have been collected with the help of a semi-structured interview. The author analyses in detail the attractions and services for tourists, the number of overnight stays and opinions of accommodation providers. She also defines the types of available tourist offers. The obtained results show that the offer for tourists is rather simple and based on the use of the already existing resources of the households supplying tourist services. Only a small proportion of the surveyed accommodation providers can offer attractive and competitive tourist products. Also, there is an insufficient specialization in the offer provided to tourists. Entrepreneurial attitudes are not common among accommodation providers. The business of tourism does not constitute a significant source of income for them. However, most accommodation providers are satisfied with their activity, especially in terms of social relations. The non-material benefits from tourism are of greater significance than the financial profits, especially outside the regional tourism centres.

Key words: private accommodation, entrepreneurship, material and non-material benefits, Lubelskie voivodeship