



W poszukiwaniu niekapitalistycznych paradygmatów rozwoju wsi: przykład turystyki na obszarach wiejskich województwa łódzkiego

Searching for non-capitalist paradigms of rural development: the case of tourism in the rural areas of Łódź Voivodeship

Tomasz Napierała Katarzyna Leśniewska-Napierała

Uniwersytet Łódzki

Wydział Nauk Geograficznych

ul. Kopcińskiego 31, 90-142 Łódź

CiTUR Centre for Tourism Research, Development and Innovation

2520-614 Peniche, Rua do Conhecimento No. 4., Portugalia

tomasz.napierala@geo.uni.lodz.pl (autor korespondencyjny) • katarzyna.lesniewska@geo.uni.lodz.pl

Zarys treści. Celem artykułu jest przedstawienie założeń ontologicznych właścicieli i osób zarządzających różnymi rodzajami obiektów noclegowych na obszarach wiejskich; zróżnicowane ontologie otwierają obszary wiejskie o funkcji turystycznej na odmienne paradygmaty rozwoju. Przeprowadzone badania odpowiadają na dwa zasadnicze pytania badawcze, tj. 1) jakie paradygmaty rozwoju są identyfikowalne na obszarach wiejskich oraz 2) jakie jest znaczenie czynnika osobistego i społecznego dla rozwoju obszarów wiejskich w ramach zróżnicowanych ontologii rozwoju. Główną metodą jakościową zastosowaną na potrzeby niniejszego badania były strukturyzowane indywidualne wywiady pogłębione. Przeprowadzono je w 2019 r. z 14 właścicielami i osobami zarządzającymi obiektami noclegowymi zlokalizowanymi w województwie łódzkim. Zdefiniowanie pojęcia rozwoju dla uczestników badania nie było proste. Bezpośrednie odniesienia do neoliberalnego paradygmatu wzrostu gospodarczego (zwiększenie obłożenia, wzrost przychodów, zwiększenie liczby oferowanych miejsc noclegowych) pojawiły się w opiniach menedżerów obiektów hotelowych czy ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych. Właściciele gospodarstw agroturystycznych koncentrowali się natomiast na elementach takich jak jakość życia na wsi czy budowanie dobrych relacji z mieszkańcami i turystami. Nie znaczy to jednak, że wartości te były obce menedżerom obiektów komercyjnych. Zarówno oni, jak i właściciele obiektów noclegowych są „agentami zmiany”: odrzucają monofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich, utożsamiają się często z niekapitalistycznymi paradygmatami rozwoju, pośredniczą w relacjach między turystami a lokalnymi społecznościami, umiejętnie korzystają z lokalnego kapitału ludzkiego i społecznego oraz przyczyniają się do jego rozwoju.

Słowa kluczowe: obszary wiejskie, rozwój, kapitał ludzki, kapitał społeczny, usługi noclegowe, województwo łódzkie, Polska.

Keywords: rural areas, development, human capital, social capital, accommodation services, Łódź voivodeship, Poland.

Wstęp

Współcześnie obserwujemy w Polsce dynamiczny rozwój usług noclegowych na obszarach wiejskich. Odnosi się to zarówno do form usług charakterystycznych dla obszarów wiejskich – gospodarstw agroturystycznych, jak i do innych podmiotów, np. hoteli, ośrodków wypoczynkowych i rekreacyjnych, centrów konferencyjnych czy obiektów świadczących

usługi SPA i wellness (Napierała, 2019). Obserwacja ta nadaje szczególnego znaczenia rozróżnieniu takich pojęć jak „agroturystyka”, która jest specyficznym rodzajem „turystyki wiejskiej” oraz szerokiego pojęcia „turystyka na obszarach wiejskich” (Oppermann, 1996; Alexander i McKenna, 1998; Wojciechowska, 2007; Jagusiewicz i Byszewska-Dawidek, 2010; Durydiwka, 2012; Spychała et al., 2017). Różne rodzaje turystyki ujawniają się w obszarach wiejskich różnego typu: 1) agroturystyka właściwa jest dla tradycyjnej wsi, 2) turystyka wiejska pojawia się również we wsiach wielofunkcyjnych, gdzie obsługa turystów może zajmować się ludność nierolnicza, zaś 3) turystyka na obszarach wiejskich, obejmująca różne rodzaje aktywności, w tym niezwiązane z wiejskim charakterem przestrzeni, w której są realizowane, może mieć charakter masowy, a tym samym możliwa jest na osiedlach nierolniczych (Matczak, 2015). Alternatywnie do pojęcia „turystyka na obszarach wiejskich” można rozważyć używanie terminu „turystyka na obszarach niemiejskich”, który zaproponował Oppermann (1996).

Właściciele i zarządzający obiektami noclegowymi na obszarach wiejskich mogą różnie rozumieć ich rozwój, jak również inaczej widzieć udział swoich obiektów w rozwoju obszarów wiejskich. Akceptacja różnych założeń ontologicznych rozwoju, szczególnie tych przyjmowanych przez lokalne społeczności (Rastegar et al., 2023), jest punktem wyjścia dla niniejszej dyskusji. Przyjmujemy za Chojnickim (1999), że założenia ontologiczne odnoszą się do tego, w jaki sposób pojmowana jest struktura świata. Emanacją założeń ontologicznych jest przede wszystkim wykorzystywany aparat pojęciowy. Dywagacje na temat zróżnicowanego rozumienia pojęcia „rozwój” przez właścicieli i zarządzających obiektami noclegowymi na obszarach wiejskich jest zatem dyskusją o zróżnicowanych założeniach ontologicznych badanej grupy. Wskazać należy na już zrealizowane badania założeń ontologicznych społeczności rdzennych (czy – krócej – ontologii społeczności rdzennych), m.in.: Duarte i Belarde-Lewis (2015), Ludwig (2016), Fois (2017), Schroeder i González (2019), Rastegar et al. (2023). W naszej dyskusji odnosimy się natomiast nie do społeczności rdzennych czy tubylczych, ale społeczności zamieszkujących obszary wiejskie. Z perspektywy przedmiotu badania – założeń ontologicznych określonej grupy społecznej, której działalność jest typowa dla obszarów wiejskich – stanowi to o unikalności niniejszego tekstu.

Nie jest wyłącznie polską cechą, że funkcja turystyczna obszarów wiejskich rozwija się przede wszystkim na bazie krajowego ruchu turystycznego, generowanego głównie przez odwiedzających jednodniowych (Alexander i McKenna, 1998; Roman i Niedziółka, 2017; Gralak i Kacprzak; 2021; Połucha, 2021). Natomiast efektywność rozwoju obszarów wiejskich opartego na funkcji turystycznej zależy od tego, czy obszary te staną się celami podróży, a nie miejscami odwiedzanymi po drodze (Wilson et al., 2001). Stąd, rozwój obszarów wiejskich, jeżeli uzależnić go od funkcji turystycznej, będzie ściśle związany z rozwojem usług noclegowych (Gierańczyk i Gierańczyk, 2013; Przezbórska-Skobiej, 2015; Leśniewska-Napierała i Napierała, 2017). Natomiast rozwój usług noclegowych funkcjonujących na obszarach wiejskich determinowany jest przez wiele czynników. Durydiwka (2012, 2013) wyróżniła następujące ich rodzaje: 1) planowanie strategiczne obszarów wiejskich, 2) walory turystyczne (zarówno przyrodnicze, jak i antropogeniczne), 3) zasoby gospodarcze (w tym infrastruktura turystyczna, dostępność komunikacyjna, marka miejsca, środki finansowe na rozwój turystyki), 4) kapitał ludzki i 5) kapitał społeczny. Zbliżone kategoryzacje determinant proponują Ionela et al. (2015), Jalinik (2010) oraz Marciniuk-Kluska (2014). Przy czym Marciniuk-Kluska (2014) zwraca dodatkowo uwagę na znaczenie uwarunkowań politycznych. Podsumowując, dyskusja o rozwoju obszarów wiejskich

opartym na funkcji turystycznej powinna odnosić się przede wszystkim do rozwoju usług noclegowych. Natomiast możliwość wyodrębnienia różnych założeń ontologicznych każe spojrzeć na czynnik ludzki i społeczny jako czynniki o szczególnym znaczeniu dla rozwoju obszarów wiejskich, niezależnie od przyjętego paradygmatu rozwoju.

Celem artykułu jest przedstawienie założeń ontologicznych właścicieli i osób zarządzających różnymi rodzajami obiektów noclegowych na obszarach wiejskich; zróżnicowane ontologie otwierają obszary wiejskie o funkcji turystycznej na różne paradygmaty rozwoju. Postawiliśmy zatem dwa następujące pytania badawcze: 1) jakie paradygmaty rozwoju są identyfikowalne na obszarach wiejskich?, 2) jakie jest znaczenie czynnika osobistego i społecznego dla rozwoju obszarów wiejskich w ramach zróżnicowanych ontologii rozwoju? Na wspomniane pytania badawcze odpowiadamy, analizując rozwój obszarów wiejskich oparty na funkcji turystycznej.

Podstawy teoretyczne

Krytyka neoliberalnego paradygmatu rozwoju obszarów wiejskich (turystyki na obszarach wiejskich)

Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, z definicji jest dodatkową aktywnością społeczną i gospodarczą środowisk wiejskich, głównie rolniczych, która powinna w głównej mierze tym środowiskom służyć (Cánoves et al., 2004; Fleischer i Tchetchik, 2005; Matczak, 2015). Postulat o korzystnym oddziaływaniu na społeczności lokalne powinny jednak spełniać wszelkie formy turystyki na obszarach wiejskich (Ghasemi i Hamzah, 2014). Wśród korzyści rozwoju turystyki na obszarach wiejskich wskazuje się m.in. rozwój gospodarki wielofunkcyjnej i w konsekwencji zróżnicowanie struktury oraz zwiększenie dochodów dla ludności wiejskiej, zwiększenie dostępu do usług publicznych, w tym transportu zbiorowego, edukacji i opieki zdrowotnej, wzrost międzykulturowości, ograniczenie depopulacji, wzmocnienie społecznej i gospodarczej roli kobiet, ochronę dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego poprzez zwiększenie świadomości wartości tego dziedzictwa wśród turystów, jak również ich wiejskich gospodarzy (Oppermann, 1996; Barke, 2004; Cánoves et al., 2004; Hall, 2004; Gartner, 2005; Gierańczyk i Gierańczyk, 2013; Ghasemi i Hamzah, 2014). Rozwój turystyki może przyczyniać się do rewitalizacji obszarów wiejskich i wzrostu odporności wiejskich systemów gospodarczych, społecznych, kulturowych i środowiskowych (Liu et al., 2023). Warto podkreślić, że mimo potencjału, jaki niesie turystyka w zakresie generowania wspomnianych korzyści w dłuższej perspektywie, wiele inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki nie powiodło się m.in. ze względu na uwarunkowania gospodarcze, legislacyjne czy polityczne, których wspólnym mianownikiem był neoliberalny paradygmat rozwoju oparty na idei wzrostu gospodarczego (Fois, 2017; Zielinski et al., 2020; Malewska-Szałygin, 2021).

Neoliberalny paradygmat wzrostu jako kluczowy w definiowaniu rozwoju obszarów wiejskich jest silnie zakorzeniony w piśmiennictwie zarówno polskim (Bański i Czapiewski, 2008; Bański, 2017), jak i zagranicznym (Barke, 2004; Gartner, 2005; Ionela i et al., 2015; Neumeier, 2017; Martín Martín et al., 2020; Liu et al., 2023). Warto wskazać, że autorzy często pozytywnie odnoszą się do koncepcji zrównoważonego rozwoju, ale nie kwestionują paradoksalnego zakorzenienia w niej neoliberalnego paradygmatu wzrostu. Bański i Czapiewski (2008), podobnie jak Neumeier (2017), wskazują wprost na sukces jako cel rozwojowy wsi. Definiują przy tym obszary sukcesu jako obszary wzrostu gospodarcze-

go, wyróżniające się na tle obszarów sąsiednich. Do podobnych wniosków w odniesieniu do wiejskich obszarów turystycznych dochodzi Gartner (2005). Sukces z tej perspektywy jest relatywny, ma swoich wygranych, jak również przegranych. W konsekwencji, wyższy poziom rozwoju regionów okupiony jest zazwyczaj większymi dysproporcjami w rozwoju analizowanym na poziomie lokalnym (Bański i Czapiewski, 2008).

Do zmian dochodzi w obrębie samej ontologii neoliberalnej. Również w kontekście rozwoju turystyki wypada odnotować stopniowe odejście od fordowskiej konsumpcji masowej na rzecz postfordowskiej (w wymiarze gospodarczym) i postmodernistycznej (w wymiarze kulturowym i społecznym) jakości doświadczenia (Ghasemi i Hamzah, 2014). Nie zmienia to faktu, że wskazana zmiana w obrębie ontologii neoliberalnej nie doprowadziła do odrzucenia neoliberalnego paradygmatu wzrostu, który nadal jest postulowanym celem rozwoju społecznego i gospodarczego, w tym rozwoju turystyki. Odrzucenie neoliberalnej ontologii, która pojęcie rozwoju utożsamia z paradygmatem wzrostu, otwiera społeczności na inne ontologie. Ich przyjęcie może umożliwić taki rozwój, który nie będzie generował negatywnych skutków w wymiarze ekologicznym, społecznym, kulturowym i ekonomicznym. O ile mamy całkiem dużo teoretycznych studiów na temat rozwoju, o tyle ciągle brakuje empirycznych prac na temat rozumienia rozwoju i praktyk rozwojowych przez społeczności, dla których neoliberalny paradygmat wzrostu nie jest paradygmatem akceptowalnym (Fois, 2017). Wypełnieniu tej niszy badawczej służy nasz tekst.

Jak wskazuje Buchowski (2009), różne założenia ontologiczne ujawniają się w ramach różnych grup zamieszkujących obszary wiejskie w Polsce: 1) rolników (osób, które mają niezwykle trwałe związki z obszarami wiejskimi, zarówno ze względu na historię, tradycję, jak i własność ziemi rolnej), 2) robotników rolnych (a więc osób zatrudnionych w rolnictwie, jak również byłych pracowników Państwowych Gospodarstw Rolnych, którzy w największym stopniu zostali dotknięci negatywnymi skutkami transformacji ustrojowej ze względu na ich całkowite nieprzystosowanie do funkcjonowania w warunkach gospodarki wolnorynkowej), 3) pracowników sektorów pozarolniczych (niezwykle zróżnicowanej grupy osób, która w zależności od faktu posiadania ziemi, charakteryzuje się zróżnicowanymi związkami z obszarami wiejskimi) i wreszcie 4) inteligencji (ludności napływowej, pozostającej często bez jakichkolwiek związków z pozostałymi grupami ludności wiejskiej). Własność ziemi rolnej i stosunek do rolnictwa i produkcji żywności pozostają najważniejszymi czynnikami różnicującymi wymienione grupy. Szczególnie dla rolników wartość ziemi rolnej – ojcowizny – znacznie przewyższa ich rynkową cenę, co ma poważne implikacje dla dyskusji o pojęciu rozwoju (Buchowski, 2009). Wypada jednak zauważyć, że transformacja ustrojowa krajów Europy Środkowo-Wschodniej wspierana była przez państwa Zachodu, dla których neoliberalny paradygmat wzrostu był i pozostaje obowiązującym. Począwszy więc od lat 90. XX w. dyskusja o modernizacji obszarów wiejskich, w tym rozwoju turystyki wiejskiej, była więc podporządkowana ontologii kapitalistycznej (Hall, 2004). Powszechnie przyjmowany neoliberalny paradygmat wzrostu miał swoje konsekwencje zarówno dla nauki, jak i dla praktyki życia gospodarczego i społecznego. Doprowadził m.in. do postępującej urbanizacji obszarów wiejskich, degradacji tradycyjnego krajobrazu wiejskiego i stopniowego zaniku różnic fizjonomicznych, morfologicznych i funkcjonalnych między obszarami wiejskimi i miastami (Matczak, 2015).

Koncepcje takie jak turystyka alternatywna (z ang. *Alternative Tourism*), turystyka oparta na społecznościach lokalnych (z ang. *Community-Based Tourism*), turystyka oparta na korzyściach społeczności lokalnych (z ang. *Community Benefit Tourism Initiatives*),

turystyka na rzecz ubogich (z ang. *Pro-Poor Tourism*) czy turystyka sprawiedliwa (z ang. *Justice Tourism*) stymulują dyskusję o nowych paradygmatach rozwoju obszarów wiejskich, w tym rozwoju turystyki: wzrost można zastąpić upodmiotowieniem, partycypacją i transferem korzyści (Szwichtenberg, 1993; Jones, 2005; Idziak, 2011; Ghasemi i Hamzah, 2014; Napierała et al., 2022b; Rastegar et al., 2023). Warto podkreślić, że rozwój wspomnianych koncepcji turystyki zrywających z neoliberalnym paradygmatem wzrostu nie jest możliwy bez odpowiedniego kapitału ludzkiego i społecznego (Park et al., 2012), o czym będzie mowa w następnej części niniejszego artykułu. Z drugiej strony, utrzymanie neoliberalnego paradygmatu wzrostu stymuluje wzrost postaw egocentrycznych wśród interesariuszy rozwoju turystyki, skutkuje osłabieniem wzajemnych więzi i relacji, a w konsekwencji prowadzi do obniżenia jakości kapitału społecznego (Safonov et al., 2023).

W dyskusji o rozumieniu pojęcia rozwoju praktycznie do końca XX w. nie były uwzględniane czynniki takie jak religijność czy duchowość (Ver Beek, 2000). Fois (2017), która badała alternatywne ontologie społeczności szamańskich w Brazylii, zauważyła, że wiążą one rozwój z realizacją działań (również w wymiarze etycznym) na rzecz budowania nowych relacji człowieka z przyrodą, a w konsekwencji wzmocnienia relacji między ludźmi, przede wszystkim w wymiarze lokalnym (wzmocnienie lokalnych społeczności). Dyskusja o skuteczności niekapitalistycznych paradygmatów rozwoju uzupełniona jest wynikami badań empirycznych; w Polsce przykładów dostarczają studia nad rolą ekonomii społecznej i organizacji pozarządowych w rozwoju turystyki na obszarach wiejskich (Łącka, 2015; Leśniewska-Napierała et al., 2019). Niestety, wszelkie alternatywy dla neoliberalnego paradygmatu wzrostu przez kapitalistyczną ontologię oceniane są często jako „tradycyjne” (jakby zakorzenienie w tradycji było czymś negatywnym), „uwsteczniające”, „mało wiarygodne” (Klein i Morreo, 2019) lub „populistyczne” (Malewska-Szałygin, 2021).

Co ciekawe, z neoliberalnym paradygmatem wzrostu nie zerwano dotąd w dyskusji o rozwoju zrównoważonym, w tym rozwoju turystyki zrównoważonej. Definiując cele zrównoważonego rozwoju bezrefleksyjnie zakładamy, że zorientowane na wzrost mechanizmy kapitalistyczne pozwolą rozwiązać problem ubóstwa, nierówności społecznych i degradacji środowiska przyrodniczego (Klein i Morreo, 2019). Zgodnie z koncepcją zrównoważonego rozwoju, pożądanym efektem turystyki na obszarach wiejskich pozostaje wzrost gospodarczy (Hall, 2004; Ionela et al., 2015), którego negatywne skutki odczuwane są w wymiarze społecznym, kulturowym, ekonomicznym i ekologicznym.

Kapitał ludzki i społeczny jako czynniki determinujące rozwój usług noclegowych na obszarach wiejskich

Kapitał ludzki obszarów wiejskich odnosi się do cech zarówno turystów, jak i mieszkańców (w tym aktorów lokalnych społeczności). Kapitał społeczny natomiast określa ogólną zdolność właścicieli i zarządców obiektów noclegowych oraz wszystkich innych interesariuszy rozwoju turystyki do współpracy. Ponadto kapitał społeczny odnosi się do uwarunkowań prawno-instytucjonalnych, zarówno o charakterze wewnętrznym (w granicach destynacji turystycznej), jak i zewnętrznym (poza destynacją, na poziomie regionalnym, krajowym czy międzynarodowym) (Durydiwka, 2013; Moscardo et al., 2017). Kapitał ludzki jest siłą poszczególnych jednostek, zaś kapitał społeczny definiuje potencjał całych lokalnych społeczności zaangażowanych w rozwój turystyki, które stają się równorzędnym partnerem wobec państwa i przemysłu turystycznego (Macbeth et al., 2004; Park et al., 2012).

Kapitał społeczny warunkuje rozwój turystyki na obszarach wiejskich, który sprzyjać będzie osiągnięciu korzyści przez lokalne społeczności, głównie poprzez zaangażowanie lokalnych grup społecznych w proces planowania rozwoju turystyki, jak i sam rozwój (Dai et al., 2021). Kapitał społeczny kluczowy dla rozwoju turystyki identyfikowany jest w sieciach społecznych, a więc trwałych relacjach woli współpracy, wzajemnego zrozumienia i zaufania, szacunku czy empatii między osobami (sieci nieformalne) i tworzonymi przez nie instytucjami (sieci formalne), które odpowiadają za rozwój turystyki (Murdoch, 2000; Macbeth et al., 2004; Saxena i Ilbery, 2008; Moscardo et al., 2017; Nunkoo, 2017; Dai et al., 2021). Budowanie trwałych relacji ze społecznościami lokalnymi przez podmioty świadczące usługi noclegowe na obszarach wiejskich wydaje się kluczowe. Drobek et al. (2016) wśród relacji tych wymieniają: tworzenie miejsc pracy, organizowanie na zasadach komercyjnych i niekomercyjnych lokalnych imprez okolicznościowych, wydarzeń i uroczystości dla społeczności lokalnych, a także długotrwałą współpracę z lokalnymi dostawcami.

Nie można mówić o rozwoju kapitału ludzkiego i społecznego bez szeroko zakrojonych działań edukacyjnych (Bański, 2017). Mowa zarówno o kształceniu społeczności przyjmujących turystów, jak i edukacji samych turystów. Celem działań edukacyjnych jest lepsze rozumienie turystów przez mieszkańców i lokalnych społeczności przez turystów (Apollo et al., 2020). Co więcej, turyści przebywający na obszarach wiejskich, gdy odkrywają wartość oraz unikatowość lokalnego dziedzictwa kulturowego i tradycji, mogą stać się dla mieszkańców katalizatorem poszukiwania swojej lokalnej tożsamości (Bessière, 2002). Jeżeli celem rozwoju turystyki na obszarach wiejskich ma być jej ekonomiczna efektywność, wówczas działania edukacyjne powinny obejmować różne obszary, w tym ogólne dotyczące rozwoju turystyki, a w szczególności odnoszące się do zagadnień marketingowych, księgowych, prawnych, technologicznych, sanitarnych, z zakresu bezpieczeństwa czy zarządzania jakością (Alexander i McKenna, 1998). Rozwój kapitału ludzkiego i społecznego powinien być wspierany w ramach edukacji formalnej (zorganizowanej w ramach systemu szkolnictwa), pozaformalnej (zorganizowanej poza systemem szkolnictwa), jak również nieformalnej (w ramach praktycznego doświadczenia) (Davidsson i Honig, 2003).

Cechy charakterystyczne kapitału społecznego kluczowego dla rozwoju turystyki są niezwykle zróżnicowane pod względem geograficznym (Soulard et al., 2018; Dai et al., 2021). Z perspektywy społecznej rozwój turystyki jest łatwiejszy na obszarach trudniej dostępnych, wykluczonych, gdzie akceptacja dla turystyki jako szansy rozwojowej jest większa (Apollo et al., 2020). Kapitał społeczny kluczowy dla rozwoju turystyki tworzony jest głównie przez ludność wiejskich obszarów wielofunkcyjnych, przyjmującą otwartą postawę wobec nierolniczych aktywności (Park et al., 2012).

Zachowanie neoliberalnego paradygmatu rozwoju turystyki na obszarach wiejskich powoduje, że społeczności wiejskie zaczynają ze sobą konkurować. Zjawisko to pojawia się może wewnątrz grupy beneficjentów rozwoju turystyki, jak również pomiędzy beneficjentami oraz osobami pozbawionymi korzyści z rozwoju turystyki (Wilson et al., 2001). W takiej sytuacji wzmocnienie kapitału społecznego wyłącznie wśród interesariuszy rozwoju turystyki może prowadzić do nadmiernego wzmocnienia tej grupy i w konsekwencji do nadmiernego rozwoju funkcji turystycznej (Soulard et al., 2018; Dai et al., 2021). Z drugiej strony, zatrudnienie w branży turystycznej pozostaje jednym z najniżej opłacanych, a turystyka i zawody z nią związane mają często charakter sezonowy (Wilson et al., 2001; Martín Martín et al., 2020; Rastegar et al., 2023). Zatem wprowadzenie turystyki jako uzu-

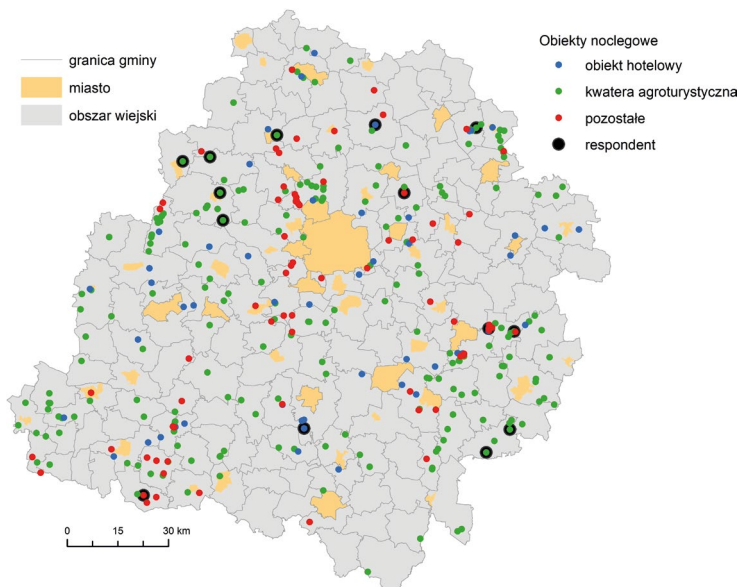
pełniającej działalność gospodarstw rolnych i całego systemu gospodarczego wsi wydaje się racjonalne (Fleischer i Tchetchik, 2005).

Rozwój funkcji turystycznej na obszarach wiejskich może przyczyniać się do restrukturyzacji całego życia społecznego i gospodarczego wsi, jak również do osiągnięcia pozytywnych celów środowiskowych. Celowo piszemy „może”, gdyż wśród badaczy nie ma pełnej zgody w tym zakresie; wszystko zależy od tego, czy funkcja turystyczna ma wesprzeć czy zastąpić dotychczasowe funkcje (Barke, 2004). Odpowiednio indukowana funkcja turystyczna może stać się katalizatorem rozwoju innych, pozarolniczych funkcji. A rozwój wielofunkcyjny jest zdecydowanie bardziej trwały (Murdoch, 2000; Drobek et al., 2016). Programowanie rozwoju funkcji turystycznej na obszarach wiejskich wymaga wsparcia i koordynacji ze strony władz regionalnych, państwowych czy międzynarodowych. Skuteczność gospodarcza i społeczna rozwoju funkcji turystycznej bez ingerencji państwa wydaje się wątpliwa i obciążona wielorakim ryzykiem, zarówno gospodarczym, społecznym, jak i ekologicznymi (Ashley i Maxwell, 2001; Randelli et al., 2014).

Metodyka badań

Główną metodą jakościową zastosowaną na potrzeby niniejszego badania były strukturyzowane indywidualne wywiady pogłębione (z ang. *In-depth Interviews*, IDI). Przeprowadzono je w okresie wakacyjnym 2019 r. z 14 właścicielami i osobami zarządzającymi obiektami noclegowymi zlokalizowanymi w województwie łódzkim. Badani właściciele i zarządcy reprezentowali obiekty noclegowe o różnym charakterze i zostali wybrani według następujących typów obiektów noclegowych: 1) hotele i podobne obiekty noclegowe – w badanym okresie na terenach wiejskich województwa łódzkiego zidentyfikowano 56 obiektów tego typu, 2) pozostałe turystyczne obiekty noclegowe i miejsca krótkotrwałego, zbiorowego zakwaterowania, w tym ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe – w województwie łódzkim działały 83 obiekty tego typu, oraz 3) inne obiekty noclegowe, takie jak gospodarstwa agroturystyczne i pokoje gościnne – na obszarze badań zidentyfikowano 223 obiekty tego typu (ryc. 1). Typologia oparta została na podziale obiektów noclegowych w obowiązującej w Polsce nomenklaturze statystycznej (Łysoń et al., 2020). Jednakże, ze względu na specyfikę badania, z grupy pozostałych obiektów noclegowych wyodrębniono te, które nie mają charakteru obiektów zbiorowego zakwaterowania, przede wszystkim gospodarstwa agroturystyczne (dla rozwoju turystyki na obszarach wiejskich województwa łódzkiego znaczenie pokoi gościnnych jest zdecydowanie mniejsze).

Wyboru obiektów do badań jakościowych dokonano na podstawie rejestru obiektów noclegowych działających na obszarach wiejskich województwa łódzkiego, zidentyfikowanych przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Łódzkiego. W związku z powyższym, do badania zaproszono przedstawicieli następujących typów obiektów noclegowych: 1) hotele (3 uczestników zakodowanych od HO1 do HO3), 2) ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (2 uczestników zakodowanych jako SW1 i SW2), 3) gospodarstwa agroturystyczne (9 uczestników zakodowanych od AG1 do AG9). Liczba respondentów reprezentujących poszczególne typy odzwierciedla strukturę populacji obiektów noclegowych działających na obszarach wiejskich w województwie łódzkim. Obiekty noclegowe uwzględnione w badaniach zostały wybrane spośród 362 działających na tych obszarach podmiotów, zidentyfikowanych przez Regionalną Organizację Turystyczną w 2019 r.



Ryc. 1. Rozmieszczenie badanych obiektów na tle obiektów noclegowych na obszarach wiejskich województwa łódzkiego
Distribution of the investigated facilities as set against that of all accommodation facilities across the rural areas of Łódź Voivodeship
 Opracowanie własne na podstawie danych Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego.

W trakcie badań zgromadzono 14 narracji rozmówców, będących bohaterami indywidualnych wywiadów pogłębionych. Pytania kierowane do respondenta stanowiły pewnego rodzaju bodziec, którego celem było skłonienie do opowieści o obiekcie noclegowym i osobistych doświadczeniach związanych z jego prowadzeniem lub zarządzaniem. Na podstawie przeprowadzonych wywiadów jakościowych starano się odpowiedzieć na dwa pytania badawcze:

- 1) Jakie są ontologie rozwoju identyfikowane na obszarach wiejskich?
- 2) Jak jest znaczenie czynnika osobistego i społecznego dla rozwoju obszarów wiejskich w ramach zróżnicowanych ontologii rozwoju?

W scenariuszu wywiadu na samym początku znalazły się pytania dotyczące rozumienia pojęcia „rozwój obiektu noclegowego”. Dodatkowo zapytano respondentów o to, jak ich obiekt noclegowy przyczynia się do rozwoju pracowników, mieszkańców, turystów, przestrzeni etc. oraz jak miejsce wpływa na rozwój obiektu. W kolejnej części wywiadu zapytano o kwestie związane z zainteresowaniem ofertą wśród gości obiektu. Respondenci omawiali m.in. kwestie związane z walorami przyrodniczymi i antropogenicznymi, dla których goście decydują się na przyjazd, usługami oferowanymi przez obiekt, a także wypowiadali się na temat dostępności komunikacyjnej. Odnosząc się do wpływu kapitału ludzkiego na rozwój obiektów noclegowych, zapytano właścicieli i zarządców o ich ocenę dostępności kadry oraz jej umiejętności i kompetencje. Z drugiej strony dyskusja o kapitale społecznym z właścicielami i zarządcami koncentrowała się głównie na wzajemnym nastawieniu mieszkańców i turystów, współpracy z władzami lokalnymi, organizacjami pozarządowymi i innymi przedsiębiorstwami, ale także na relacjach z okolicznymi miesz-

kańcami. Skłonność ankietowanych właścicieli i zarządców do ubiegania się o wsparcie europejskie, rządowe i regionalne była punktem wyjścia do dyskusji na temat wpływu ponadlokalnych relacji instytucjonalnych na rozwój bazy noclegowej.

Wyniki

Ogólne rozumienie pojęcia „rozwój”

W kwestii ontologii rozwoju identyfikowanych na obszarach wiejskich województwa łódzkiego menedżerowie i właściciele obiektów noclegowych mieli podzielone zdania. Niektórzy respondenci byli zdezorientowani, próbując precyzyjnie zdefiniować pojęcie „rozwoju” jako celu ich działalności. Menadżer AG2 powiedział: „próbuję odpowiedzieć na to pytanie, ale trochę (...) ciężko”.

Znaczna grupa respondentów skupiła się na definicji pojęcia na przykładzie prowadzonego obiektu noclegowego. Byli to przede wszystkim właściciele gospodarstw agroturystycznych:

„Rozwój obiektu noclegowego, czyli wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom jakichś osób, które u nas przebywają, które u nas spędzają czas”. [AG3]

„Wszystkie cechy, które składają się na to, że obiekt noclegowy jest mniej czy bardziej wartościowy, czyli krótko mówiąc jego wielkość, standard świadczonych usług w tym sanitariaty, no i oczywiście miejsce położenia, czyli krótko mówiąc dojazd z możliwością parkowania. Tak to rozumiem, że pojęcie rozwoju to poprawienie tych cech, które typujemy, że u nas są być może niedostatkowo rozwinięte”. [AG8]

Część respondentów wskazywała jednak, że rozwój bazy noclegowej musi być składnikiem całościowo rozumianego rozwoju miejsca, w którym baza ta funkcjonuje. Tym samym pojęcie rozwoju zostało omówione w szerszym kontekście jakości życia czy dobrobytu [AG1]. Dla części pytanych natomiast rozwój bazy noclegowej to po prostu wzrost podaży [AG9, SW2, HO3], obłożenia [SW1, HO3] czy jakości świadczonych usług [AG8, HO3], ale także osiągnięcie doskonałości w spełnianiu oczekiwań przyjezdnych [AG3, AG7, HO2], w tym postaw proekologicznych turystów [AG7], a także tworzenie możliwości rozwoju kariery dla pracowników [SW2, HO1].

Co ciekawe, AG4 wskazał, że osiągnął szczyt możliwości rozwoju i w związku z tym nic więcej nie można i nie należy robić. Podobnie sugerowali właściciele gospodarstwa agroturystycznego AG6:

„(...) także my doszliśmy do maksimum, możemy tylko upiększać to co jest. Ale zwiększać nie ma najmniejszego sensu, bo po prostu tego się nie pociągnie. (...) Nie można nakładać, robić nakładów, które się nie zwrócą. A my jesteśmy dziewięć lat na rynku i wiemy, że to co jest, to jest maksimum. Dalej się nie da. W naszym przypadku. Tak, my to traktujemy bardziej jako zabawę niż jako biznes”. [AG6]

Ponadto, AG4 obawiał się, że rozwój stoi w sprzeczności z podstawowymi wartościami prowadzenia agroturystyki:

„W naszym przypadku mamy duże możliwości, bo mamy duży teren, jeśli chodzi o rozwój dalszych miejsc noclegowych. Z tym że wiąże się to również z zatrudnieniem większej ilości osób.

I w naszym przypadku trochę z utratą (...) tych wartości, które my chcemy w tym naszym [nazwa gospodarstwa agroturystycznego] spełniać, żeby to było miejsce takie bardzo urokliwe i gdzie można naprawdę wypocząć. Gdzie nie ma aż tak dużo osób. (...) więc mieliśmy takie plany, żeby rozwinąć, postawić kolejne budynki, ale na dzień dzisiejszy z tego zrezygnowaliśmy”. [AG4]

Właścicielka gospodarstwa agroturystycznego AG7 tłumaczyła, że współczesne wartości prowadzenia agroturystyki muszą wychodzić naprzeciw zmieniającym się wartościom współczesnego turysty odwiedzającego obszary wiejskie. Powiedziała:

„(...) ludzie są coraz bardziej świadomi tej ekologii, tego wszystkiego, że u nas no jest tej chemii wszędzie dużo, tak, i że zaczynają szukać takich ekologicznych po prostu produktów (...)”. [AG7]

Warto również zauważyć, że w przypadku części gospodarstw agroturystycznych wprost wskazywano, że rozwój funkcji turystycznej na obszarach wiejskich ma raczej charakter uzupełniający niż wiodący. Właściciele gospodarstwa AG6 stwierdzili:

„Bo jest zasada taka, że z gospodarstwa agroturystycznego nie da się żyć. Nie jest to stały dochód. Tak naprawdę jest to nieprzewidywalny dochód, nie można tego nijak policzyć ani zaplanować”. [AG6]

Identyfikacja wpływu kapitału ludzkiego i społecznego na rozwój bazy noclegowej na obszarach wiejskich

Istotny problem związany z wpływem kapitału ludzkiego na rozwój bazy noclegowej dotyczy dostępności kadr oraz ich umiejętności i kompetencji. Co ciekawe, właściciele gospodarstw agroturystycznych podkreślali, że taki problem ich właściwie nie dotyczy. Po pierwsze dlatego, że skala ich działalności nie wymaga zatrudnienia pracowników [AG1, AG3, AG6, AG9]:

„(...) ja potrafię wszystko tu zrobić. Nie potrzebuję tu nikogo, który byłby w stanie mi pomóc. Oczywiście jest czasem tak, że nie mogę tego zrobić, muszę gdzieś wyjechać. Wcześniej pracowałem, było ciężko, poprosiłem kogoś, żeby mi posprzątał, jak ktoś przyjeżdżał, wyjeżdżał. Mam to tutaj tak zorganizowane, że mnie tu nie musi być, jeżeli ktoś przyjeżdża. Kluczyk jest, wyjście, wejście”. [AG1]

Po drugie, przychody operacyjne nie pozwalają na pokrycie dodatkowych kosztów zatrudnienia [AG1, AG2, AG3, AG6], szczególnie jeżeli działalność agroturystyczna faktycznie ma charakter fakultatywny względem podstawowej działalności:

„Ja sama wiem, że na przykład nas nie stać i długo nie będzie stać na to żebyśmy kogoś zatrudnili”. [AG3]

„Nie zatrudniamy pracowników, bo tak jak mówiłem, jest to o wiele bardziej zabawa niż biznes”. [AG6]

Niektóre podmioty poszukują pracowników sezonowych. Właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG2 powiedział: „My przez okres dziesięciu miesięcy pracujemy tu sami. W okresie wakacji zatrudniamy studentów, oni wtedy u nas tutaj nocują, także oferujemy im nocleg, wyżywienie, ubezpieczenie no i wiadomo, że pensje”. Jednakże, co zasugerował rozmówca AG7, znalezienie pracowników na tak krótki okres jest niezwykle trudne.

W sytuacjach, kiedy właściciele lub zarządzający obiektami decydują się kogoś zatrudnić, relacje z pracownikami mogą przerodzić się w bardzo przyjacielskie, wręcz rodzinne:

„Mam jednego pana (...). To teraz już prawie jak członek rodziny, bo żeśmy go zatrudnili, jak żeśmy się tu sprowadzili i jest u nas już 16 lat. Nawet dom naprzeciwko sobie zbudował. Bo chciał tutaj koło nas mieszkać i żeśmy mu odstąpili działkę i buduje dom. No ale mamy do niego pełne zaufanie i on do nas też”. [AG5]

W większych obiektach noclegowych, takich jak hotele i ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe, również podkreśla się silne i długotrwałe relacje między pracodawcą a pracownikami:

„(...) większość personelu, który pracuje w hotelu są to pracownicy, którzy pracują praktycznie od początku, bądź trochę dłużej; wiadomo, że rotacja jest, ale w niewielkim stopniu raczej, staramy się nad utrzymaniem stałej kadry (...)”. [HO1]

Menedżerka hotelu HO2 skarżyła się na program społeczny „Rodzina 500+” wspierający rodziny z dziećmi. Zwróciła ona uwagę, że program praktycznie usunął z rynku pracy wiele młodych kobiet. Wpłynęło to znacząco na dostępność kadr dla branży hotelarskiej. Problem jest poważny w takich działach jak sprzątanie czy obsługa kelnerska. Opinię tę poparł właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG7: „parę razy miałam takie panie, które usłyszałam, że no za takie pieniądze nie będą pracować, bo mają 500+”. Według opinii HO3, problem dostępności kadr można jednak rozwiązać poprzez działalność lokalnych szkół średnich oraz uczelni w regionie, prowadzących kształcenie w zakresie gastronomii i hotelarstwa.

Innego zdania był właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG8 położonego blisko średniej wielkości miasta, na obszarze charakteryzującym się rozwiniętymi usługami innymi niż turystyczne oraz dobrą dostępnością komunikacyjną. Skarżył się on szczególnie na ogólną dostępność kadr oraz kwestie związane z konkurencją między turystyką a innymi sektorami na rynku pracy:

„W perspektywę patrząc to źle to oceniam, bo jest wysrane, po prostu ludzie są wysrani już stamtąd, są dowożeni [przez pracodawcę do miejsca pracy] i rosną coraz bardziej oczekiwania płacowe. Czy my temu sprostamy? No to będzie ciężko, także może być taka sytuacja, że będą miały zdecydowanie uprzywilejowaną pozycję rodzinne gospodarstwa (...)”. [AG8]

Co ciekawe osoby z zewnątrz, nieposiadające związków z miejscem, w którym prowadzony jest obiekt noclegowy, zatrudniają pracowników z miejsca swojego pochodzenia:

„Ja się bardziej opieram na, można powiedzieć, trochę na rodzinie i znajomych. Bardziej na znajomych, bo pracownicy, którzy u nas są, to są można powiedzieć znajomi znajomych. Nie szukałem jakoś inaczej. Zawsze tam jakoś się udawało. Po prostu mamy tu pracowników, którzy tu na stałe mieszkają, więc też to jest takie specyficzne... specyficzne miejsce”. [AG4]

Turyści odwiedzający wiejskie destynacje turystyczne postrzegani są jako osoby spokojne, kulturalne i nieinwazyjne, zainteresowane głównie ofertą obiektów noclegowych, a nie okolicznymi atrakcjami turystycznymi [AG1, AG3, AG5]. Bardzo ciekawą opinię wyraziła właścicielka gospodarstwa agroturystycznego AG7, która zauważyła, że turyści są: „zainteresowani i widzą ten potencjał w tym miejscu bardziej niż mieszkańcy”. Tym samym, niezbędny dla rozwoju bazy noclegowej kapitał ludzki powinien być wzmacniany przez

osoby migrujące z zewnątrz, zazwyczaj z miast, które próbują osiągnąć równowagę między życiem zawodowym a prywatnym na obszarach wiejskich.

Zarówno ludność napływowa pochodzenia miejskiego, prowadząca gospodarstwa agroturystyczne [AG2, AG5, AG8], jak również turyści przyjmowani przez właścicieli tych obiektów noclegowych, traktują obszary wiejskie jako alternatywę dla miejskiego zgiełku i tempa życia. Właścicielka gospodarstwa AG2 powiedziała: „każdy, kto tu przyjeżdża, mówi jej: w jakim fajnym miejscu mieszkacie, [daleko] od ludzi, jak ślicznie”. Właściciele gospodarstwa AG6 zapytani o najważniejszy walor turystyczny zgodnie stwierdzili, że jest nim: „przede wszystkim brak sąsiadów. Ustronne miejsce”. W podobnym tonie wypowiedziała się właścicielka gospodarstwa agroturystycznego AG5: „Cisza, spokój, no i po prostu też – jak to powiedzieć – intymność. Tu nie ma ludzi, nikogo nie obchodzi, co kto robi. Po działce można biegać nago, czy kąpać się w basenie, chodzić boso”. Analizując decyzje badanych gestorów bazy noclegowej o przeprowadzce na obszary wiejskie, zidentyfikowaliśmy ciekawy przypadek właścicielki gospodarstwa AG3, która zdecydowała się na przeprowadzkę z jednej wsi do drugiej, motywując swoją decyzję większym potencjałem wybranego miejsca i większymi szansami rozwojowymi.

Co ciekawe, omawiając problem wpływu kapitału społecznego na rozwój obiektów noclegowych, wielu pytanym właścicielom i menedżerom nie wskazało na żadne istotne relacje między mieszkańcami, gospodarzami i turystami. Należy podkreślić, że uwaga respondentów koncentrowała się przede wszystkim na braku negatywnych relacji. Właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG1 stwierdził otwarcie, że: „ani jedni, ani drudzy nie przeszkadzają sobie nawzajem”. Podobną opinię przedstawiła managerka hotelu HO1:

„Nie zauważyłam nigdy konfliktów między gośćmi a mieszkańcami. Generalnie hotel nie jest otoczony budynkami mieszkalnymi więc, jak gdyby nie ingerujemy w ich przestrzeń osobistą, bardziej są oddaleni (...), ale jakoś nie jesteśmy dla nich uciążliwi, staramy się zachować wszystkie zasady takiego współżycia międzyludzkiego”. [HO1]

Właściciel gospodarstwa AG8 stwierdził, że rolą gestorów bazy noclegowej jest właśnie łączenie światów mieszkańców i turystów. Możliwe jest to dzięki temu, że z jednej strony gestorzy bazy noclegowej często trwale zakorzenieni są w lokalnej społeczności, z drugiej natomiast strony znakomicie rozumieją potrzeby swoich gości – turystów. Z kolei właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG6 wskazał, że: „My żyjemy swoim życiem, każdy żyje swoim życiem”. Opinię podzielał właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG7: „ja się nie spotykam tutaj z problemami, bo akurat mam daleko sąsiadów” oraz menedżer ośrodka rekreacyjnego SW2:

„Miejscowość, w której się mieścimy (...) jest dosyć mała, mieszkańcy raczej przywykli do widoku kilku autokarów dziennie, które przyjeżdżają z naszymi gośćmi. Przepraszam, muszę zaznaczyć także, że grupy, które do nas przyjeżdżają, są zawsze skoncentrowane w obrębie naszego obiektu. Nie pamiętam żadnej takiej sytuacji, w której zgłosiliby się do nas mieszkańcy z powodu zakłócania spokoju. Natomiast kilkakrotnie dochodziły nas słuchy, że wycieczki krajoznawcze, które organizowaliśmy były bardzo zainteresowane życiem mieszkańców, przez co dochodziło do przyjaznych interakcji między stronami”. [SW2]

Jedynym negatywnym typem relacji, jaki wskazywali respondenci, były związki między obiektami noclegowymi a władzami lokalnymi. Menedżer ośrodka rekreacyjnego SW1 określił je jako „piekiełko, malutkie polskie”.

Jednak, identyfikując jakiegokolwiek relacje, respondenci skupili się na tych pozytywnych, a nie negatywnych. Właścicielka gospodarstwa agroturystycznego [AG5] poleca swoim gościom rolników, gdy ci pierwsi próbują kupić lokalne produkty: „Ja mówię czy tam kupić warzywa, czy produkty rolne, jajka, miody, mamy też taką pasiekę tutaj. To też z chęcią kupują goście, bo widzą, że są dobre”. Podobnego zdania była właścicielka gospodarstwa agroturystycznego AG7, która poleca noclegi u sąsiadów:

„(...) na przykład mam zajęte noclegi, a przyjeżdżają do mnie goście, to ja polecam też po prostu sąsiadów, którzy mają, prowadzą też pokoje czy agroturystykę, noclegi. Bo skoro u mnie jest zajęte, no to trzeba po prostu pokierować gdzieś gości do kogoś innego”. [AG7]

Rozmówczyni AG7 polecała także usługi lokalnej gastronomii, sklepy spożywcze, hurtownie sprzętu turystycznego, a także produkty lokalnych rolników. Taki sam typ relacji między turystami a miejscowymi wykazywał właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG9.

Rozwijanie i wzmacnianie pozytywnych relacji między mieszkańcami a turystami podkreśliła menedżerka hotelu HO2, która zaznaczyła, że:

„Mieszkańcy bardzo mało mają kontaktu z turystami. Chcielibyśmy to zmienić, ale na razie, tak naprawdę jesteśmy gdzieś tam taką wysepką. Otworzyliśmy bar. Bar, który ma być takim miejscem spotkania tego turysty jednorazowego, który przyjeżdża tu rowerem do pałacu, albo przyjeżdża na spacer, pospacerować po parku i tego mieszkańca, który... to jest praca na roli, przychodzi po południu, chce sobie wypić piwo, zjeść coś słodkiego, posiedzieć ze znajomymi (...)”. [HO2]

Co ciekawe, turyści są bardziej zainteresowani budowaniem relacji z mieszkańcami niż miejscowi poznawaniem turystów. Należy to rozumieć jako wynik ciekawości turystów: „kilkukrotnie dochodziły nas słuchy, że wycieczki krajoznawcze, które organizowaliśmy były bardzo zainteresowane życiem mieszkańców” [SW2] lub „rodziny z dziećmi chciały zobaczyć, jak krowa wygląda, jak krowę się doi, skąd się bierze mleko i tak dalej, czy nawet jak się robi miód. I poszli do tych gospodarzy, nigdy nie było sytuacji, że im odmówiono zaspokojenia ich ciekawości, a szczególnie ciekawości dzieci” [AG9]. Należy podkreślić, że takie relacje mogą wywołać chęć rozwoju agroturystyki u innych rolników [AG9].

Niestety, wielu właścicieli lub zarządców, z którymi przeprowadzono wywiady, nie wykażało jakichkolwiek relacji instytucjonalnych między obiektami noclegowymi a lokalnymi i ponadlokalnymi interesariuszami rozwoju turystyki. Niektórzy narzekali na postawę władz lokalnych:

„(...) pytałem się parę razy gminy o takie różne rzeczy, w urzędzie gminy, ale nie jest w ogóle zainteresowana rozwojem turystyki. Fizycznym rozwojem turystyki, już nie mówię, że ktoś tam mówił coś na ten temat. Nie mam tutaj żadnej pomocy takowej ze strony gminy. Nie wiem nawet jak ona miałaby nawet wyglądać. Ale temat w ogóle nie istnieje”. [AG1]

„Nie ma żadnej współpracy z gminą naszą. Pani wójt jeszcze jak tyle lat jesteśmy, jej noga tu nie stanęła. (...) Także tu współpracy nie ma żadnej i nie wpływa żadna współpraca, ponieważ Pani wójt u nas nic nie robi, nie pomaga, nie promuje nas, także no, no cóż ja mogę powiedzieć, nie będę Pani ściemniać. W normalnych sytuacjach, no to jak jest współpraca z samorządem to wiadomo, że jedno na drugie się przekłada, a tu nie ma takiej współpracy”. [SW1]

Niektórym właścicielom i zarządcom trudno jest nawiązać jakąkolwiek współpracę z innymi przedsiębiorstwami czy instytucjami turystycznymi [AG1, AG2]. Z drugiej strony na-

leży podkreślić wiele przykładów udanej współpracy, m.in. z Urzędem Marszałkowskim Województwa Łódzkiego [AG2, SW2], Parkami Krajobrazowymi Województwa Łódzkiego [SW2], oddziałem Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego [AG5], regionalnym ośrodkiem doradztwa rolniczego [AG5], lokalną jednostką Ochotniczej Straży Pożarnej [AG8], poprzez członkostwo w lokalnych organizacjach turystycznych [AG6, AG8, HO1, HO3], Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego [AG8, AG9, HO2] i innych organizacjach pozarządowych promujących destynacje turystyczne [AG9]. Pojawia się także współpraca z władzami lokalnymi [AG8, HO3], lokalnymi działaczami [AG3] lub innymi podmiotami, w tym również konkurencją [AG7, AG9, HO3]. Właściciel gospodarstwa agroturystycznego AG4 był bardzo pozytywnie nastawiony do relacji z mieszkańcami:

„Staramy się żyć, żyć w zgodzie. Zresztą też wspieramy OSP (...), więc tu jakby pomagamy sobie. Rolnicy pomagają nam, my pomagamy im, bo mamy na przykład sporo łąk, które oni sobie mogą wykosić. Bo my nie potrzebujemy aż tyle. Więc jest bardzo, bardzo pomocnie. Sąsiedzko”.
[AG4]

Dyskusja i wnioski

W przypadku Polski istotną alternatywą dla ontologii neoliberalnej są ontologie społeczności wiejskich. Poszukiwanie alternatyw rozwojowych powinno zatem odbywać się na obszarach wiejskich, które odnajdujemy jako miejsce spotkania ludności rdzennie wiejskiej i ludności napływowej (pochodzącej głównie z miast), odrzucającej ontologię neoliberalną, dla której odrzucenie wartości neoliberalnych mogło być powodem podjęcia migracji. Tę specyficzną ludność napływową Ashley i Maxwell (2001) nazywają „agentami zmiany”. W pozytywnym scenariuszu rozwoju obszarów wiejskich w Polsce Bański (2017) zakłada wzrost migracji tego typu. Istnienie, działalność i znaczenie ludności napływowej dla rozwoju obszarów wiejskich potwierdziliśmy w naszych badaniach. To grupa, która katalizuje rozwój funkcji turystycznej, pośrednicząc w relacjach między ludnością rdzenną a turystami (Matczak, 2015; Bański, 2017). Warto również zauważyć – co szczególnie podkreślali badani przez nas gestorzy bazy noclegowej – że motywacje turystów podejmujących decyzję o wyborze wsi jako docelowego miejsca wypoczynku są zbliżone do motywacji ludności migrującej na stałe do obszarów wiejskich. Wieś staje się azylem w neoliberalnym świecie, stwarza możliwość ucieczki od codziennego stylu życia, nacechowanego nadmiernym tempem, konsumpcją czy ilością bodźców.

Aktywizująca działalność ludności napływowej może mieć charakter integrujący dla społeczności lokalnych (Drobek et al., 2016). Jest to szczególnie ważne z perspektywy negatywnych, odczuwalnych do dzisiaj efektów procesu kolektywizacji rolnictwa na obszarach wiejskich w okresie gospodarki centralnie planowanej. Tak ważne dla rozwoju turystyki na obszarach wiejskich wartości działania wspólnotowego, spółdzielczości i kolektywności (Hwang i Stewart, 2017) zostały zdegradowane przez socjalistyczny paradygmat rozwoju (Buchowski, 2009). Z drugiej strony, ogromną wartość mają działania na rzecz rozwoju inicjowane bezpośrednio przez członków społeczności lokalnej, bez wsparcia ludności napływowej czy instytucji zewnętrznych. Działania takie wymagają jednak odpowiednio rozwiniętego lokalnego kapitału społecznego, przede wszystkim wzajemnego zrozumienia oraz zdolności do współpracy i koordynacji na rzecz osiągania wspólnych korzyści przez

członków społeczności lokalnych (Jones, 2005). Niezależnie od krytyki koncepcji rozwoju zrównoważonego zdiagnozować można wartościowe elementy zrównoważonej turystyki (wymiar ekologiczny podkreślany był przez naszych respondentów), której rozwój nie będzie możliwy w obszarach o zdegradowanym kapitale ludzkim czy społecznym. Bez odpowiedniego kapitału ludzkiego i społecznego skuteczne odniesienie się społeczności lokalnych do sposobów, w jaki państwo i sektor prywatny formułują swoje cele rozwojowe, nie będzie możliwy (Nunkoo, 2017).

Warto zwrócić uwagę – co wskazywali również badani przez nas właściciele gospodarstw agroturystycznych – że funkcja turystyczna na obszarach wiejskich ze względu na swoją skalę i sezonowy charakter będzie mieć zawsze charakter uzupełniający względem innych funkcji rozwojowych. Potwierdzają to również wyniki innych badań (Napierała et al., 2022a). Alternatywnie, rozwój turystyki na obszarach wiejskich może odbywać się poprzez rozwój tzw. drugich domów. Barke (2004) sugeruje, że chęć posiadania drugiego domu jest wręcz naturalnym dążeniem miejskiej ludności o korzeniach wiejskich; podobnie jest z chęcią uczestnictwa w turystyce wiejskiej przez tę część ludności miejskiej (Przezbórska-Skobiej, 2015). Bessiere (1998) pisze w tym kontekście o poszukiwaniu utraconej tożsamości. Wskazać należy na obiektywne korzyści dla obszarów wiejskich z rozwoju drugich domów. Dzięki niemu możliwe jest trwałe utrzymanie i pielęgnowanie relacji z turystami, którzy faktycznie mają związki z danym terenem, którzy lepiej rozumieją kulturę i tradycję danego obszaru lub wręcz identyfikują się z daną kulturą czy tradycją (Napierała et al., 2022a). Trzeba jednak pamiętać, że rozwój drugich domów może mieć negatywne konsekwencje dla lokalnych społeczności, które mogą zostać wykluczone z dostępu do lokalnego rynku nieruchomości (Cánoves et al., 2004). Szczegółowe rozważania w tym zakresie pozostają jednak poza głównym celem niniejszego tekstu.

Warto zauważyć, że zaangażowanie lokalnych społeczności wiejskich w Polsce jest relatywnie nowym zjawiskiem. To ludność, której emancypacja rozpoczęła się dopiero w czasie zaborów, ale faktyczne prawa uzyskała dopiero w okresie międzywojennym (Leszczyński, 2020). A przecież bez zaangażowania społeczności lokalnych na rzecz demokratycznego i zdecentralizowanego planowania trudno wyobrazić sobie trwały rozwój obszarów wiejskich (Ashley i Maxwell, 2001; Hwang i Stewart, 2017). Z tej perspektywy skoordynowane działania na rzecz budowania kapitału społecznego i wzmocnienia poczucia lokalnej tożsamości stają się koniecznością (Dai et al., 2021). Wskazać należy przede wszystkim na aktywizację ludności wykluczonej poprzez budowanie bezpośrednich więzi pomiędzy nią a lokalnymi aktorami inicjującymi rozwój turystyki na obszarach wiejskich (Hwang i Stewart, 2017). Wracamy zatem do udokumentowanego również w naszych badaniach znaczenia tzw. „agentów zmiany”, którymi najczęściej są osoby napływowe, wcześniej niezwiązane ze wsią, bądź przedsiębiorczy reprezentanci ludności nierolniczej zamieszkującej obszary wiejskie (Ashley i Maxwell, 2001; Matczak, 2015). Nie zawsze jednak, co również zdiagnozowaliśmy w naszych badaniach, zarządzający czy właściciele obiektów noclegowych nastawieni są na budowanie związków z miejscem, w którym realizują swoją działalność.

Uznać należy ogromne zróżnicowanie obszarów wiejskich (Ashley i Maxwell, 2001), a tym samym trzeba zaakceptować istnienie różnych założeń ontologicznych, w ramach których skuteczne mogą okazać się różne sposoby programowania rozwoju i – szerzej – różne paradygmaty rozwoju. Wybór preferowanego paradygmatu rozwoju powinien być decyzją lokalnej społeczności (Ghasemi i Hamzah, 2014; Rastegar et al., 2023). Niezależnie

od rozwoju funkcji turystycznej wydaje się, że znaczenie rolnictwa dla rozwoju obszarów wiejskich jest i pozostanie kluczowe, zarówno w kontekście gospodarczym, jak i społecznym (Bański, 2017). Podkreślić należy przede wszystkim znaczenie małych gospodarstw rolnych (Ashley i Maxwell, 2001). Rolnictwo i gospodarka żywnościowa w Polsce, podobnie jak w innych krajach europejskich, pozostają pod przemożnym wpływem interwencji władz regionalnych, państwowych i Unii Europejskiej (Randelli et al., 2014; Bański, 2017). Tym samym ewentualna zmiana paradygmatu rozwoju obszarów wiejskich uwarunkowana jest zmianami regionalnej, krajowej i europejskiej polityki rolnej; z drugiej strony ograniczona jest pesymistyczną perspektywą wzrostu znaczenia dużych, wysoce towarowych gospodarstw rolnych (Bański, 2017).

Jak sugerują Slee et al. (1997), jako badacze zjawisk turystycznych jesteśmy zobligowani do poszukiwania rozwiązań pozwalających na możliwie najlepsze dopasowanie turystyki do warunków środowiskowych, społecznych i gospodarczych obszarów wiejskich. Celem powinno być przede wszystkim rozwiązanie opisanego przez Harveya (2009) antagonistycznego układu miasto-wieś, w którym miejskie systemy oparte o paradygmat neoliberalny są dominującym, o ile nie wyłącznym beneficjentem relacji miasto-wieś. Jeżeli turystyka wiejska uznawana jest współcześnie za odpowiedź na potrzeby turystyczne świata postindustrialnego (Cánoves et al., 2004), to być może różne formy turystyki na obszarach wiejskich okażą się równie dobrą odpowiedzią na potrzeby turystyczne świata postkapitalistycznego?

Serdecznie dziękujemy wszystkim studentom biorącym udział w projekcie seminaryjnym „Determinanty rozwoju bazy noclegowej na obszarach wiejskich” realizowanym na studiach licencjackich kierunku turystyka i rekreacja, prowadzonych na Wydziale Nauk Geograficznych Uniwersytetu Łódzkiego. Projekt realizowany był we współpracy z Regionalną Organizacją Turystyczną Województwa Łódzkiego. Pragniemy wymienić wszystkich studentów zaangażowanych w proces przeprowadzania wywiadów pogłębionych z właścicielami i zarządcami badanych obiektów noclegowych: Piotr Galewski, Dominik Kłósek, Justyna Kruk, Katarzyna Matczak, Adrianna Pacler, Anhelina Slobodianiuk, Patrycja Smolarek, Kacper Stańczyk, Ewelina Stępowska, Maciej Szewczyk, Adrian Szewczyk, Paulina Szymczak, Filip Walasik, Paulina Wasiel. Szczególne podziękowania kierujemy dla Marka Lawina, pełniącego w 2019 r. funkcję dyrektora Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego, za życzliwą pomoc w nawiązaniu kontaktu z zarządcami i właścicielami wybranych obiektów noclegowych.

Piśmiennictwo

- Alexander, N., & McKenna, A. (1998). Rural tourism in the Heart of England. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 203-207.
<https://doi.org/10.1108/09596119810227820>
- Apollo, M., Andreychouk, V., Moolio, P., Wengel, Y., & Myga-Piątek, U. (2020). Does the altitude of habitat influence residents' attitudes to guests? A new dimension in the residents' attitudes to tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100312.
<https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100312>

- Ashley, C., & Maxwell, S. (2001). Rethinking rural development. *Development Policy Review*, 19(4), 395-425. <https://doi.org/10.1111/1467-7679.00141>
- Bański, J. (2017). The future of rural Poland: The main trends and possible scenarios. *Eastern European Countryside*, 23(1), 71-102. <https://doi.org/10.1515/eec-2017-0004>
- Bański, J., & Czapiewski, K.Ł. (2008). *Identyfikacja i ocena czynników sukcesu społeczno-gospodarczego na obszarach wiejskich*. Warszawa: IGiPZ PAN. https://www.igipz.pan.pl/tl_files/igipz/ZGWiRL/Projekty/Ekspertyza_obszary_sukcesu.pdf
- Barke, M. (2004). Rural tourism in Spain. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 137-149. <https://doi.org/10.1002/jtr.480>
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Buchowski, M. (2009). Property relations, class, and labour in rural Poland. W: L. Kürti & P. Skalnik (red.), *Postsocialist Europe: Anthropological perspectives from home* (s. 51-75). Beggahn.
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. K., & Blanco, A. (2004). Rural tourism in Spain: An analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.03.005>
- Chojnicki, Z. (1999). *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Dai, M., Fan, D. X. F., Wang, R., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' social capital in rural tourism development: Guanxi in housing demolition. *Journal of Destination Marketing & Management*, 22, 100663. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100663>
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Drobek, W., Gawlik, A., & Woś, B. (2016). Obiekty hotelarskie na terenach wiejskich jako czynnik rozwoju opolskiej wsi. *Studia KPZK PAN*, 167, 172-179.
- Duarte, M. E., & Belarde-Lewis, M. (2015). Imagining: creating spaces for Indigenous ontologies. *Cataloging & Classification Quarterly*, 53(5-6), 677-702. <https://doi.org/10.1080/01639374.2015.1018396>
- Durydiwka, M. (2012). *Czynniki rozwoju i różnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski.
- Durydiwka, M. (2013). Czynniki rozwoju funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce. W: R. Pawlusiński (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki* (s. 255-266). Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26(4), 493-501. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.10.003>
- Fois, F. (2017). Shamanic spiritual activism: Alternative development in the Brazilian Itambaotá valley. *Third World Thematics: A TWQ Journal*, 2(2-3), 338-355. <https://doi.org/10.1080/23802014.2017.1411208>
- Gartner, W.C. (2005). A perspective on rural tourism development. *Journal of Regional Analysis & Policy*, 35(1), 33-42.
- Ghasemi, M., & Hamzah, A. (2014). An investigation of the appropriateness of tourism development paradigms in rural areas from main tourism stakeholders' point of view. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 144, 15-24. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.269>
- Gierańczyk, W., & Gierańczyk, W. (2013). Przestrzenne różnicowanie infrastruktury turystycznej w Polsce w świetle typologii obszarów wiejskich według OECD i EUROSTAT. *Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy*, 11(1), 45-55. <https://doi.org/10.56583/br.1137>

- Gralak, K., & Kacprzak, M. (2021). *Trendy i kierunki rozwoju agroturystyki w kontekście ekonomii doświadczeń*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Hall, D. (2004). Rural tourism development in Southeastern Europe: Transition and the search for sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 165-176.
<https://doi.org/10.1002/jtr.482>
- Harvey, D. (2009). *Social justice and the city*. University of Georgia Press.
- Hwang, D., & Stewart, W.P. (2017). Social capital and collective action in rural tourism. *Journal of Travel Research*, 56(1), 81-93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- Idziak, W. (2011). Turystyka społeczna—inspiracje dla turystyki wiejskiej. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis*, 288(64), 9-18.
- Ionela, G.-P., Constantin, B. M., & Dogaru, L.-D. (2015). Advantages and Limits for Tourism Development in Rural Area (Case Study Ampoi and Mureş Valleys). *Procedia Economics and Finance*, 32, 1050-1059. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01567-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01567-1)
- Jagusiewicz, A., & Byszewska-Dawidek, M. (2010). *Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju*. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Jalinik, M. (2010). Uwarunkowania i czynniki rozwoju usług turystycznych na obszarach wiejskich. *Problemy Zarządzania*, 8(3), 119-137.
- Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 303-324. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.06.007>
- Klein, E., & Morreo, C.E. (2019). Introduction. W: E. Klein & C. E. Morreo (red.), *Postdevelopment in practice: Alternatives, economies, ontologies*. Routledge.
- Leszczyński, A. (2020). *Ludowa historia Polski: Historia wycisku i oporu. Mitologia panowania*. Wydawnictwo W.A.B.
- Leśniewska-Napierała, K., & Napierała, T. (2017). Funkcja hotelarska w rewitalizacji obszarów wiejskich: Studium przypadków w województwie pomorskim. *Turyzm*, 27(2), 65-76.
<https://doi.org/10.18778/0867-5856.27.2.06>
- Leśniewska-Napierała, K., Napierała, T., Tobiasz-Lis, P., & Wójcik, M. (2019). Sustainable tourism development towards spatial justice: Evidence from Masłomęcz, Poland. W: K. Birdir (red.), *The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability (Futourism 2019)* (s. 407-410). Mersin University. <http://hdl.handle.net/11089/30512>
- Liu, Y.-L., Chiang, J.-T., & Ko, P.-F. (2023). The benefits of tourism for rural community development. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 137.
<https://doi.org/10.1057/s41599-023-01610-4>
- Ludwig, D. (2016). Overlapping ontologies and Indigenous knowledge. From integration to ontological self-determination. *Studies in History and Philosophy of Science*, 59, 36-45.
<https://doi.org/10.1016/j.shpsa.2016.06.002>
- Łącka, I. (2015). Ekoturystyka jako obszar działalności podmiotów ekonomii społecznej. *Europa Regionum*, 23, 195-210. <https://doi.org/10.18276/er.2015.23-16>
- Łysoń, P., Kraśniewska, W., Tupaczewska, A., Jasiukiewicz, D., & Uchman, J. (2020). *Zeszyt metodologiczny: Statystyka turystycznej bazy noclegowej*. Departament Badań Społecznych GUS, Urząd Statystyczny w Rzeszowie. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/zeszyt-metodologiczny-statystyka-turystycznej-bazy-noclegowej>, 15,1.html
- Macbeth, J., Carson, D., & Northcote, J. (2004). Social capital, tourism and regional development: SPCC as a basis for innovation and sustainability. *Current Issues in Tourism*, 7(6), 502-522.
<https://doi.org/10.1080/1368350050408668200>

- Malewska-Szałygin, A. (2021). Countermovements: Rural social imaginaries confronting neoliberal economics and politics in Southern Poland. *Europe-Asia Studies*, 73(9), 1641-1657. <https://doi.org/10.1080/09668136.2021.1957084>
- Marciniuk-Kluska, A. (2014). Turystyka jako determinanta rozwoju obszarów wiejskich. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, 101.
- Martín Martín, J.M., Salinas Fernández, J.A., Rodríguez Martín, J.A., & Ostos Rey, M. del S. (2020). Analysis of tourism seasonality as a factor limiting the sustainable development of rural areas. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 45-75. <https://doi.org/10.1177/1096348019876688>
- Matczak, A. (2015). Ewolucja turystyki na obszarach wiejskich. *Studia KPZK PAN*, 162, 63-82.
- Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N. G., & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 286-295. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.001>
- Murdoch, J. (2000). Networks—A new paradigm of rural development? *Journal of Rural Studies*, 16(4), 407-419. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00022-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00022-X)
- Napierała, T. (2019). Usługi hotelowe na obszarach wiejskich w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich*, 53, 51-62. <https://doi.org/10.7163/SOW.53.4>
- Napierała, T., Leśniewska-Napierała, K., Nalej, M., & Pielesiak, I. (2022a). Co-evolution of tourism and industrial sectors: The case of the Bełchatów industrial district. *European Spatial Research and Policy*, 29(2), 149-173. <https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.09>
- Napierała, T., Tobiasz-Lis, P., & Wójcik, M. (2022b). Just Tourism Destination. W: D. Buhalis (red.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (s. 11-13). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.just.tourism.destination>
- Neumeier, S. (2017). Social innovation in rural development: Identifying the key factors of success. *The Geographical Journal*, 183(1), 34-46. <https://doi.org/10.1111/geoj.12180>
- Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 277-285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)
- Park, D.-B., Lee, K.-W., Choi, H.-S., & Yoon, Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33(6), 1511-1520. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.005>
- Połucha, I. (2021). Agroturystyka jako antidotum w pandemicznej egzystencji. W: E. Kmita-Dziasek & M. Szandula (red.), *Turystyka wiejska i dziedzictwo wsi w kontekście pandemii SARS-CoV-2* (s. 23-39). Instytut Zootechniki, Państwowy Instytut Badawczy.
- Przebórska-Skobieł, L. (2015). Uwarunkowania rozwoju rynku turystyki wiejskiej w Polsce. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 3, 101-115. <https://doi.org/10.22630/TIRR.2015.3.9>
- Randelli, F., Romei, P., & Tortora, M. (2014). An evolutionary approach to the study of rural tourism: The case of Tuscany. *Land Use Policy*, 38, 276-281. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2013.11.009>
- Rastegar, R., Higgins-Desbiolles, F., & Ruhanen, L. (2023). Tourism, global crises and justice: Rethinking, redefining and reorienting tourism futures. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2219037>
- Roman, M., & Niedziółka, A. (2017). *Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*. Wydawnictwo SGGW.

- Safonov, A., Hall, C. M., & Prayag, G. (2023). Non-collaborative behaviour of accommodation businesses in the associational tourism economy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.12.007>
- Saxena, G., & Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism: A border case study. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 233-254. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.010>
- Schroeder, H., & González, C.P.N. (2019). Bridging knowledge divides: The case of indigenous ontologies of territoriality and REDD+. *Forest Policy and Economics*, 100, 198-206. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2018.12.010>
- Slee, B., Farr, H., & Snowdon, P. (1997). The economic impact of alternative types of rural tourism. *Journal of Agricultural Economics*, 48(1-3), 179-192. <https://doi.org/10.1111/j.1477-9552.1997.tb01144.x>
- Soulard, J., Knollenberg, W., Boley, B.B., Perdue, R.R., & McGehee, N.G. (2018). Social capital and destination strategic planning. *Tourism Management*, 69, 189-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.011>
- Spychała, A., Graja-Zwolińska, S., Tacu, G., & Păduraru, T. (2017). Perception of modern agritourism: Wielkopolskie Province (Poland) and the Northeast Region (Romania) case study. *European Journal of Service Management*, 23, 63-70. <https://doi.org/10.18276/ejasm.2017.23-08>
- Szwichtenberg, A. (1993). Turystyka alternatywna i ekoturystyka—nowe pojęcia w geografii turystyki. *Turystyka*, 3(2), 51-59. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.3.2.04>
- Ver Beek, K.A. (2000). Spirituality: A development taboo. *Development in Practice*, 10(1), 31-43. <https://doi.org/10.1080/09614520052484>
- Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J., & Van Es, J.C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138. <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>
- Wojciechowska, J. (2007). Systematyka i wyróżniki pojęć dotyczących turystyki na obszarach wiejskich. W: W. Kurek, M. Mika (red.), *Studia nad turystyką: Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S., & B. Milanés, C. (2020). Why community-based tourism and rural tourism in developing and developed nations are treated differently? A Review. *Sustainability*, 12(15), 5938. <https://doi.org/10.3390/su12155938>

Summary

It is today possible to observe a dynamic increase in the availability of accommodation services in Poland's rural areas. This reflects the presence of services typical for rural areas – i.e. farms engaged in agritourism; as well as such further entities as hotels, leisure and recreation centres, conference centres, and facilities providing spa and wellness services (Napierała, 2019). The diversity is such that owners and managers of the different accommodation facilities present in rural areas may have different understanding of the development being experienced, as well as the contribution their facilities are making to it. And acceptance of varied ontological perspectives on development, especially as adopted by local communities (Rastegar et al., 2023), was thus the starting point for discussion in the work detailed by this article.

Full effectiveness of rural development based around the tourism function is greatly dependent on whether the areas involved become true travel destinations, as opposed

to just places visited *en route* (Wilson et al., 2001). Development in rural areas dependent on the tourism function thus relates closely to an increase in accommodation services (Gierańczyk & Gierańczyk, 2013; Leśniewska-Napierała & Napierała, 2017; Przezbórska-Skobieł, 2015). Indeed, development in this regard is the primary point of reference in the discussion on the development of rural areas as based around the tourism function. Nevertheless, the possibility of different ontological perspectives being distinguished encourages a look being taken at human and social factors as triggers of rural areas' development, regardless of the developmental paradigm adopted.

In the first place, rejection of neoliberal ontology (which equates the notion of 'development' with the 'growth' paradigm) opens the situation up to other ontologies. Their adoption may allow for development not denoting negative consequences of an ecological, social, cultural or economic nature. But, while theoretical studies on development are quite popular, there remains a lack of empirical work on how development is understood by social groups who do not accept the neoliberal growth paradigm (Fois, 2017).

This article thus aims to present work done on the different ontological perspectives adopted or represented by owners and managers of the various types of accommodation facility present in rural areas; in an understanding that the various ontologies open up rural areas with a tourist function to different developmental paradigms. Specifically, the research detailed here has sought to answer two main questions, i.e. 1) What developmental paradigms are identified in rural areas? and 2) What is the importance of human and social factors for the development of rural areas within the framework of different developmental ontologies? Structured individual in-depth interviews constituted the core method used in the research detailed here, with these being run in 2019, with 14 owners and managers of accommodation facilities in Poland's Łódź Voivodeship.

Concepts such as Alternative Tourism, Community-Based Tourism, Community Benefit Tourism Initiatives, Pro-Poor Tourism, or Justice Tourism all stimulate discussion about new paradigms of rural development (including rural tourism development), with empowerment, participation and transfer of benefits regarded as in a position to replace growth (Ghasemi & Hamzah, 2014; Idziak, 2011; Jones, 2005; Napierała et al., 2022b; Rastegar et al., 2023; Schwichtenberg, 1993). It is worth emphasising that the abovementioned concepts of tourism that break with the neoliberal growth paradigm do require appropriate injections of both human and social capital (Park et al., 2012).

In Poland's case, the ontologies present in rural communities can be seen as alternatives to the neoliberal ontology. A search for development alternatives thus needs to take place in rural areas, which our work finds to be places in which an indigenous rural population meets up with people migrating from urban territories. These people reject the neoliberal ontology, to the extent that their opposition to neoliberal values might actually be the reason for them to migrate. Ashley and Maxwell (2001) regard this specific incoming population as consisting of 'agents of change' ('change agents'). What is more, Bański (2017) assumes an increase in this type of migration as underpinning his positive scenario for rural development in Poland.

Our research confirmed the existence, activity and importance of people migrating from urban to rural areas in Poland. This group catalyses the development of the tourism function by mediating in the relations pertaining between the indigenous people of rural areas and tourists (Bański, 2017; Matczak, 2015). It is also worth noting (all the more so given the particular emphasis among the interviewed owners and managers of accommo-

dation facilities) that the motivations of tourists choosing the countryside as a destination for recreation do not differ greatly from those among people actually settling in rural areas. Basically, the countryside is becoming or has become an asylum from the neoliberal world, creating an opportunity to escape from an everyday lifestyle that is characterised by excessive pace, consumption and redundant stimuli.

As the enormous diversity of rural areas is a fact (Ashley & Maxwell, 2001), it is further necessary to accept the existence of various ontological perspectives and differentiated developmental paradigms. A choice of a preferred developmental paradigm should be a matter for a local community to decide (Ghasemi & Hamzah, 2014; Rastegar et al., 2023). Equally, it is evolution in regional, national and European rural-policy conditions that ushers in change in the paradigm for rural developmental. However, a pessimistic prospect of large, highly-commercial farms assuming ever-great importance is considered sufficient to limit the abovementioned change (Bański, 2017).

Slee et al. (1997) suggested that researchers are obliged to look for solutions that allow for best-possible adjustment of tourism to the environmental, social and economic conditions present in and characteristic for given rural areas. The main aim should be to address the antagonistic urban-rural system described by Harvey (2009), in which cities rooted in the neoliberal paradigm are the dominant and even exclusive beneficiary of the urban-rural relationship. If rural tourism is currently considered a response to the tourist needs of the post-industrial world (Cánoves et al., 2004), then perhaps the various forms of tourism in rural areas might represent a response to the tourist needs of the post-capitalist world.