



Artur Bosek • Ludwik Mazurkiewicz

O PEWNEJ METODZIE POMIARU NIERYNKOWEJ WARTOŚCI OBIEKTU DZIEDZICTWA KULTUROWEGO

Artur Bosek, mgr – Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

Ludwik Mazurkiewicz, dr hab., prof. AWF – Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

adres korespondencyjny:

Wydział Turystyki i Rekreacji

ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa 45

e-mail: katedra.turystyka@awf.edu.pl

ABOUT A METHOD OF CULTURAL HERITAGE OBJECT VALUE ESTIMATION

SUMMARY: Every object of a cultural heritage has its total economic value that can be expressed in money. Only a part of it, however, can be evaluated using market prices. The remaining part is calculated without reference to the market, and therefore it is known as a non-market value. In the paper the method to assess this value is described. It's based on the assumption that the best way of such assessment is to refer to tourists as those for whom the object is so important to be visited that they are ready to give up other forms of spending their leisure time in order to admire its values. Starting point is to define the needs of tourists. Knowing them makes it possible to estimate the benefits, provided by the object. The paper says how to express this value in money. The method was applied to measure the non-market value of the medieval Grodno Castle in the Sudety Mountains.

KEY WORDS: public cultural good, non-market value, the lower limit of the cultural good value, the value of the time for tourism activity

Uwagi wstępne

Pojęcie wartości nierynkowej pojawia się w odniesieniu do różnych dóbr, wśród których sporo uwagi poświęca się obszarom chronionym, gdzie za nierynkową przyjmuje się, między innymi, ich wartość rekreacyjną i turystyczną¹. Obszary chronione stanowią sporą i ważną część dziedzictwa kulturowego, w skład którego jednak wchodzi także szeroko rozumiane dziedzictwo będące dziełem człowieka. Również w tym przypadku można mówić o wartości nierynkowej mającej związek z jego walorami turystycznymi i rekreacyjnymi i pokusić się o pomiar ich wartości.

Dziedzictwo kulturowe stanowiące dzieło ludzkich rąk jest definiowane na wiele sposobów. Tutaj przyjęto definicję stosowaną przez *The World Tourism Organization* (UNWTO). Zgodnie z nią wyróżnia się pięć podstawowych rodzajów obiektów składających się na to dziedzictwo. Są to: pomniki, grupy budynków, miejsca, krajobrazy kulturowe i dziedzictwo niematerialne, prezentujące wyjątkową wartość o uniwersalnym znaczeniu z punktu widzenia historii, sztuki i nauki². Wprawdzie definicja dotyczy obiektów unikatowych w skali świata, tym niemniej coraz częściej jest stosowana również w odniesieniu do dóbr kultury spoza objętych klasyfikacją UNESCO³. Wszystkie one prezentują niezmierzone bogactwo rzeczy i zdarzeń, od wyrobów rękodzieła przez monumentalne pomniki, duże kompleksy pałacowo-ogrodowe, czy wręcz całe miasta, do arcydzieł malarstwa, spektakli teatralnych, kinowych i operowych, wydarzeń historyczno-kulturowych. W miarę postępu cywilizacyjnego oraz poprawy jakości życia ich rola w życiu społecznym i gospodarczym jest coraz bardziej widoczna i odczuwalna. Rośnie zainteresowanie dziedzictwem kulturowym, rośnie także popyt na dobra kulturowe, a to powoduje, że coraz wyraźniej i częściej pojawia się problem ich wartości oraz jej oceny. Jak zauważa S. Connor „myślenie o kulturze [...] sprowadza się do myślenia o wartości. [...] Wartość w dyskursie kulturowym jest kwestią „nieuniknioną” i nie chodzi tu tylko o [...] koncepcję samej wartości, lecz także procesy szacowania, przypisywania, modyfikowania, potwierdzania, a nawet odmawiania wartości, krótko mówiąc, procesy oceny”⁴. Procesy te przybierają dwie różne formy w związku z podziałem dóbr kulturowych na dwa podstawowe rodzaje. Pierwszy rodzaj to dobra występujące „w formie dóbr prywatnych, dla których przynajmniej potencjalnie istnieje pewien zespół cen rynkowych”,

¹ Por. M. Czajkowski, *Nierynkowe metody wyceny*, w: J. Kronenberg, T. Bergier, *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Kraków, 2010, s. 14; także wiele artykułów w czasopiśmie „Ekonomia i Środowisko”.

² *Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention*, Intergovernmental Committee for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, WHC 12/01, Paris, July 2012, s. 13.

³ D. Crosby, *Ekonomia i kultura*, Warszawa 2010, s. 75-76.

⁴ S. Connor, *Theory and cultural value*, Oxford 1992, s. 8, w: D. Crosby, op. cit., s. 37.

drugi, to dobra kulturowe występujące „w formie dóbr publicznych, dla których ceny nie są zdefiniowane w żaden sposób”⁵.

Fakt, że te drugie nie dają się łatwo wycenić wynika z ich specyficznej natury, a dokładniej, z natury korzyści których dostarczają. Dzielą się one na korzyści użytkowe i pozaużytkowe. Z każdym rodzajem korzyści związane są z kolei wartości, które nazywane są także odpowiednio użytkowymi i pozaużytkowymi. Jedne i drugie składają się na całkowitą wartość ekonomiczną dobra. Sformułowano ją po raz pierwszy na potrzeby wyceny obszarów chronionych, obecnie stosowaną jest także do oceny wartości publicznych dóbr kulturowych⁶.

Na całkowitą wartość ekonomiczną kulturowego dobra publicznego składają się następujące wartości:

- bezpośrednia wartość użytkowa, związana z tymi korzyściami dobra kulturowego, na które istnieje popyt rynkowy, co pozwala w sposób bezpośredni (na rynku) ustalać ich cenę (wartość wymienną) – obejmuje ona wartość aktywów, na przykład budynków i ich zawartości oraz wartość świadczonych usług;
- pośrednia wartość użytkowa, która odnosi się do tych korzyści dobra kulturowego, które są użytkowe w tym sensie, że przyciągając ludzi stają się przedmiotem konsumpcji wizualnej i emocjonalnej, ale nie posiadają cen, gdyż nie ma rynków, na których mogłyby być przedmiotem wymiany;
- wartość opcyjna, która wynika z opcji (możliwości) użytkowania zasobów obszaru kiedyś w przyszłości;
- wartość poza użytkowa, która nie jest związana z jakimkolwiek sposobem użytkowania dobra kulturowego; odzwierciedla ona korzyść jakiej dostarcza przekonanie o samym fakcie jego istnienia oraz wiara i satysfakcja wynikająca z tego, że również inni mogą korzystać z jego walorów⁷.

Decydujący udział w całkowitej wartości ekonomicznej dobra kulturowego mają pierwsze dwie wartości. Wkład dwóch pozostałych jest natomiast trudny do określenia z racji kłopotów z ich identyfikacją, czego dowodem jest to, że prawie w ogóle nie można spotkać w literaturze prób ich estymacji. W dalszych rozważaniach interesuje nas pośrednia wartość użytkowa, jako ten ważny składnik całkowitej wartości ekonomicznej, który nie daje się wycenić posługując się kategorią ceny rynkowej. Dlatego określa się go także mianem wartości nierynkowej. Dla jego pomiaru zostały wypracowane metody noszące nazwę nierynkowych metod wyceny⁸.

Nierynkowe metody wyceny pojawiły się najpierw w badaniach nad obszarami chronionymi. Po raz pierwszy zastosowano je w odniesieniu do parków narodowych w USA. W 1946 roku komisja rządowa podała w wątpliwość opłacalność ich utrzymywania i w związku z tym powstał projekt obciążenia budżetu Zarządowi

⁵ D. Crosby, op. cit. s. 34-35.

⁶ P.F.J. Eagles, S.F. McCool, C.D. Haynes, *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management*, "Best Practice Protected Area Guidelines Series" 2002 nr 08; D. Crosby, op. cit., s. 78.

⁷ P.F.J. Eagles, S.F. McCool, C.D. Haynes, op. cit.; D. Crosby, op. cit., s. 7.

⁸ M. Czajkowski, op. cit., s. 14.

Parków Narodowych. Komisja uznała, że koszty ponoszone na utrzymywanie parków są dużo większe niż korzyści przez nie dostarczane, nie posiadając przy tym żadnych danych na temat tych ostatnich, gdyż trudno było uzasadnić, opierając się na ówczesnej wiedzy ekonomicznej, jakie te korzyści mogą być. Zarząd Parków, szukając pomocy zwrócił się do ekonomistów, w tym do laureata nagrody Nobla, H. Hotellinga. Przeprowadzone przez niego badania pokazały, że do parków przyjeżdża co roku setki tysięcy ludzi. Jego hipoteza była prosta – ludzie przyjeżdżają, bo parki mają dla nich określoną wartość. Jest ona na tyle duża, że są skłonni ponieść koszt dotarcia tam i z powrotem, mogąc te pieniądze przeznaczyć na coś innego. Koszt, jaki ponoszą można zatem traktować jako miarę wartości przypisywaną parkom, jako cenę, którą są gotowi zapłacić za ich odwiedzenie. A więc wartość danego parku jest taka, jaka jest ilość pieniędzy, żeby do niego dotrzeć, utrzymać się na czas pobytu i wrócić do domu⁹.

Podejście zastosowane przez H. Hotellinga nazwane zostało metodą kosztu podróży. Znajduje ona zastosowanie również w przypadku publicznych dóbr kultury. Znane obiekty dziedzictwa kulturowego, na przykład pałac czy muzeum są zdolne przyciągać turystów nieraz z bardzo dużych odległości. Znając rozkład podróży pod względem przebytych odległości i poniesionych kosztów, z uwzględnieniem kosztów pobytu na miejscu, konstruuje się krzywą popytu na korzyści oferowane przez obiekt i na jej podstawie oblicza ogólny koszt podróży poniesiony przez wszystkich turystów, stanowiący miarę przypisywanej mu wartości¹⁰.

Nie można jednak określić, czy obliczona w ten sposób wartość obejmuje wszystkie korzyści, jakich dostarcza obiekt. Koszt podróży i pobytu to pieniądze wydane na korzyści związane z przybyciem do obiektu, jego udostępnieniem oraz spędzonym tam czasem. Nie wyraża on jednak całej gamy różnych innych korzyści, przypuszczalnie o dużo większej wartości niż ta, jaka wynika z sumy przeznaczanej na przybycie, poruszanie się po obiekcie i utrzymanie się w odpowiedniej kondycji pozwalającej swobodnie obcować z jego walorami. Dlatego koszt dotarcia i pobytu określany jest w literaturze jako dolna granica wartości miejsca (obiektu)¹¹. Dodatkowe korzyści, dla których koszt podróży i pobytu nie może stanowić miary ich wartości, a więc prezentujące wartość ponad dolną granicę wartości miejsca (obiektu), to te, które związane są z podstawowymi wartościami reprezentowanymi przez dobro kulturowe. W literaturze przedmiotu wyróżnia się sześć takich wartości: wartość estetyczną, wartość duchową (przyczyniającą się do budowania poczucia tożsamości w ramach określonej społeczności), wartość społeczną (sprzyjającą zapewnieniu stabilności i spójności w danej społeczności), wartość historyczną (sprzyjającą kształtowaniu tożsamości grupy zapewniając ciągłość z przeszłością), wartość symboliczną (pomagającą

⁹ M. Giergiczyński, *Rekreacyjna wartość Białowieskiego Parku Narodowego*, „Ekonomia i Środowisko” 2009 nr 2(36), s. 118.

¹⁰ D. Crosby. op. cit., s. 80.

¹¹ M. Czajkowski, op. cit., s. 14-16, 30-33.

zinterpretować tożsamość grupy i określić jej kulturową osobowość) oraz wartość autentyczności. Ich suma stanowi wartość dobra kulturowego¹².

Powyższych wartości, a więc dolnej granicy wartości dobra oraz jego wartości kulturowej, nie da się oszacować opierając się na cenach rynkowych. Jedynym sposobem jest odwołanie się do świadomości tych, którzy je konsumują. Nie prezentują oni jednak jednolitego zbioru. Rozpadają się raczej na różne grupy, z których każda ma inny stosunek do dobra kulturowego w zależności od tego, które spośród powyższych wartości, a dokładniej jakie ich kombinacje, preferuje. Dlatego punktem wyjścia przy szacowaniu wartości dobra kulturowego jest określenie kto (jaka grupa odbiorców lub, jak to określa się coraz częściej, beneficjentów), stanowi odniesienie przedmiotowe. Pomiaru wartości dokonuje się opierając się na badaniach dotyczących ich opinii.

Przedmiot, cel i założenia dotyczące metody badania

Przedmiotem badania opisanego w artykule jest średniowieczny zamek Grodno położony w Sudetach oraz odwiedzający go turyści. Stanowili oni zróżnicowany zbiór pod względem cech demograficznych i społecznych. Jednak nie one były najważniejszym kryterium ich podziału na różne grupy beneficjentów. Takim kryterium, najlepiej odzwierciedlającym ich stosunek do wartości prezentowanych przez zamek, okazała się częstotliwość odwiedzin. Pozwoliła ona wyodrębnić dwie wyraźne grupy. Z jednej strony byli to ci, którzy zjawili się w zamku po raz pierwszy i nie potrafili udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy mają zamiar przyjeżdżać ponownie, głównie dlatego, że przybyli z daleka i raczej rzadko bywali w tej części kraju. Z drugiej strony, byli to turyści, którzy przyjeżdżali z miejscowości położonych bliżej, głównie na obszarze województwa dolnośląskiego, i odwiedzali zamek stosunkowo często, kilka, a w niektórych przypadkach nawet kilkanaście razy w roku. Jednych i drugich przyciągała specyficzna atmosfera zamku, jego malownicze położenie, piękne widoki z zamkowej wieży oraz możliwość aktywnego relaksu podczas wędrowki do niego i po okolicach. Pierwsza grupa preferowała takie wartości jak estetyczna, historyczna i wartość autentyczności, druga natomiast oprócz powyższych również duchową, społeczną i symboliczną, świadczące o miejscu zamku w ich świadomości, a także roli, jaką posiadał w tożsamości, szczególnie tych, którzy mieszkali bliżej niego. Na potrzeby badania wybrano drugą grupę, w jej stosunku do zamku ujawniały się bowiem wszystkie wartości, a to dawało gwarancję, że objęta zostanie badaniem całość jego wartości kulturowej. Badanie miało postać wywiadu i trwało dwa dni (10–11 września 2011 roku). Na pytania zgodziło się udzielić odpowiedzi 43 zwiedzających, spośród których do drugiej grupy zaliczono 31 osób.

Celem badania był pomiar wartości, jaką zamek posiadał w opinii wybranych respondentów, a dokładniej, pomiar jego wartości nierynkowej, posługując się

¹² D. Crosby, op. cit., s. 83.

wprowadzoną wcześniej terminologią. Wątpliwości budziło jednak założenie, że na wartość nierynkową zamku składają się tylko dwie wartości – dolna granica wartości zamku oraz jego wartość kulturowa. W proponowanym tutaj podejściu założono, że jest ich trzy. Wynikało to z przyjęcia dwóch poniższych założeń: Każdy wyjazd do zamku bierze się z aktualnej potrzeby konsumpcji korzyści związanych z jego walorami (wartością kulturową).

Zaspokojenie aktualnej potrzeby konsumpcji korzyści związanych z walorami zamku wymaga poniesienia kosztu dotarcia do niego. Wysokość tego kosztu, albo poziom do jakiego osoba jest gotowa poświęcić swoje zasoby żeby osiągnąć obiekt, traktuje się jako miarę wartości przypisywanej obiektowi. Jak już jednak wspomniano wcześniej nie jest to pełna wartość zamku i powinno się ją interpretować jako jej dolną granicę. Jej uzupełnieniem jest natomiast wartość generowana w trakcie pobytu na zamku, w drodze konsumpcji korzyści związanych z jego wartością kulturową.

Ludzie wyjeżdżający do zamku ujawniają potrzebę posiadania pewności, że powyższa konsumpcja będzie możliwa nie tylko teraz, ale również w przyszłości.

Ludziom zależy na zachowaniu powyższych korzyści w przyszłości. Wymaga to jednak poniesienia kosztów ich ochrony. Koszty te, a więc określona część zasobów, z jakich rezygnuje osoba odwiedzająca zamek, aby mieć możliwość kontaktu z jego walorami, nie tylko obecnie, ale także w późniejszym czasie, stanowią miarę wartości, jaką ludzie przypisują zamkowi z punktu widzenia zaspokojenia potrzeby korzystania z niego w przyszłości.

Z powyższego wynika, że wartość zamku tworzą trzy podstawowe wartości składowe:

- dolna granica wartości zamku, której miarą jest koszt podróży do niego,
- wartość kulturowa zamku,
- wartość wynikająca z potrzeby zachowania prezentowanych przez niego wartości w przyszłości.

Metoda proponowana w artykule polega na oszacowaniu poszczególnych wartości składowych. Założono, że ich suma stanowi w miarę poprawne przybliżenie wartości nierynkowej zamku nazywanej dalej, dla wygody, po prostu wartością zamku lub wartością zamku w ocenie turystów.

Kluczowe dla metody jest pojęcie wartości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny na zamek. Jest ono oparte na założeniu, że osoba wybierająca się w celach turystycznych ceni swój czas i posiada świadomość jego wartości. Wartość ta ujmowana jest w kategoriach utraconych możliwości. Jej definicja jest następująca: czas przeznaczony na wyjazd turystyczny wart jest tyle, ile wynosi minimalna, dająca się zaakceptować, suma pieniędzy dla jakiej osoba jest gotowa zrezygnować z korzyści płynących z wyjazdu do zamku podejmując w zamian czynności (pracę) pozwalającą zarobić te pieniądze. Pojęcie czasu przeznaczanego na turystykę ma jednostkowy wymiar – dotyczy jednej godziny poświęconej wyjazdowi turystycznemu.

Opierając się na pojęciu wartości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny na zamek, oszacować można dwie pierwsze wartości składowe:

1. Dolną granicę wartości zamku, której miarą jest koszt podróży do niego (tam i z powrotem).

Obliczając dolną granicę wartości zamku, której miarą jest koszt dotarcia do niego, należy wziąć pod uwagę fakt, że podróż wymaga poniesienia dwóch rodzajów kosztu: kosztu transportu oraz kosztu czasu podróży. Ten pierwszy daje się wyrazić w pieniądzu, w przypadku drugiego natomiast, wygodne jest właśnie zastosowanie pojęcia wartości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny do zamku. Należy przy tym uwzględnić dwa różne sposoby, na jakie podróżujący traktuje czas spędzony w podróży. Z jednej strony, podróż do zamku może być odbierana jako strata czasu i wówczas koszt czasu podróży równy jest tej części wartości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny, która poświęcona została na podróż. Z drugiej strony, podróż do obszaru może NIE być odbierana jako strata czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny (jest częścią tego czasu) i wówczas koszt czasu podróży równa się zero. Dolna granica wartości zamku, z punktu widzenia kosztu dotarcia do niego, wynosi zatem tyle, ile wynosi obliczony powyższą metodą koszt czasu podróży plus koszt transportu plus koszt pobytu.

2. Wartość kulturową (wartość korzyści związanych z konsumpcją jego walorów kulturowych).

Dla oszacowania wartości zamku z punktu widzenia korzyści dostarczanych w drodze konsumpcji jego walorów kulturowych można również wykorzystać kategorię wartości czasu przeznaczanego na turystykę. Z definicji wynika, że wartość czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny do zamku jest odzwierciedleniem świadomości tego, jakich korzyści pozbawia się osoba rezygnując z tego wyjazdu, a więc świadomości, jaka jest wartość tych korzyści. Jeżeli zatem osoba posiada taką świadomość, to istnieje możliwość oszacowania wartości korzyści związanych z walorami kulturowymi zamku. Jest ona równa wartości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny do zamku. Przyjmuje się założenie, że każdy pobyt na zamku to nowa porcja korzyści. Korzyść ma zatem charakter addytywny i rośnie wraz z liczbą i długością pobytów. Jej wartość szacuje się jako iloczyn długości czasu spędzonego na zamku i wartości czasu przeznaczanego na turystykę. Za jednostkę odniesienia przyjmuje się jeden rok.

Wartość zamku z punktu widzenia potrzeby zachowania jego walorów określa się opierając się na innej metodzie.

Wartość wynikająca z potrzeby zachowania walorów zamku w przyszłości daje się oszacować posługując się metodą opartą na deklarowanych preferencjach¹³. Respondentów pyta się o to, jaką sumę są gotowi zadeklarować aby zachować obecny stan jego walorów. Prezentuje ona poziom, do jakiego są gotowi poświęcić swoje zasoby, aby zaspokoić potrzebę posiadania pewności, że walory będą dostarczać co najmniej tych samych korzyści również za jakiś czas i stanowi

¹³ M. Czajkowski, op. cit., s. 14-16; patrz także idem, *Metoda wyboru warunkowego i wyceny warunkowej*, w: M. Czajkowski, A. Kopańska, A. Markowska, T. Żylicz, *Wartości nierynkowych korzyści z lasów. Metody wyceny oraz zastosowanie wyników w analizach ekonomicznych*, Warszawa 2010, s. 28-64.

miarę wartości przypisywanej przez nich zamkowi z punktu widzenia zaspokojenia tej potrzeby.

Metoda badania i materiał

Zaproponowana metoda polegała na oszacowaniu wymienionych wyżej trzech wartości składowych: dolnej granicy wartości zamku, jego wartości kulturowej oraz wartości związanej z potrzebą zachowania walorów zamku. Ich suma prezentuje wartość (nierynkową) zamku w opinii wybranej grupy odwiedzających. Dla pomiaru tej wartości zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. W jej ramach posłużono się kwestionariuszem wywiadu standaryzowanego. Kwestionariusz służył zgromadzeniu materiału badawczego w postaci danych uzyskanych od respondentów. Docierano do nich posługując się metodą doboru celowego. Turystów w okresie badania było stosunkowo niewiele ze względu na nie najlepszą pogodę, wybierano więc tych, którzy byli częstymi gośćmi na zamku i deklarowali przyszłe przyjazdy (druga grupa) oraz nie odmawiali przeprowadzenia wywiadu.

Kwestionariusz wywiadu składał się z czterech grup pytań.

Pierwsza grupa służyła oszacowaniu wartości czasu przeznaczanego na wyjazd i pobyt w zamku. Respondentowi proponowano wspólne wykonanie obliczenia pozwalającego ustalić ile wart jest jego czas poświęcony wyjazdowi. Pytania nie zawierały prośby o podanie wysokości zarobków. Respondent proszony był jedynie o to, żeby obliczyć fundusz swobodnej decyzji (odjąć od swojego miesięcznego dochodu sumę wydatków przeznaczonych na stałe pozycje budżetu domowego), a resztę podzielić przez liczbę dni roboczych i podać wysokość dniówki lub idąc jeszcze dalej, podzielić tę wysokość przez liczbę godzin pracy i podać wysokość zarobku za godzinę (badający wręczał kalkulator). Godzinowa czy też dzienna stawka zestawiana była następnie z ilością czasu poświęconego wyjazdowi do zamku, dzięki czemu możliwe stało się określenie maksymalnej wysokości zarobku przy jakiej respondent skłonny był zrezygnować z określonej ilości czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny. Ta wysokość równa była wartości czasu przeznaczanego na taki wyjazd.

Druga grupa pytań miała za zadanie ustalić jak traktowany był czas spędzony w podróży. Mógł on być interpretowany na dwa sposoby: jako nieodłączny fragment wyprawy turystycznej i wówczas należało przyjąć, że koszt czasu podróży wynosił zero lub jako odrębny jej fragment i wtedy koszt czasu podróży równał się tej części czasu poświęconego na imprezę turystyczną, który został stracony na podróż.

Trzecia grupa pytań miała za zadanie ustalić wartość kulturową zamku w kategoriach wartości czasu spędzonego na wyjeździe turystycznym. Jak już wspomniano wcześniej, jest to wielkość wynikająca z przemnożenia wartości czasu przeznaczanego na wyjazd przez liczbę godzin w roku, w których respondent przebywał na zamku.

Czwarta grupa pytań dotyczyła pomiaru wartości związanej z potrzebą zachowania walorów zamku w przyszłości. Były to pytania związane ze scenariuszem, w którym respondentom zaprezentowano koszty jakie muszą zostać poniesione, aby utrzymać zamek w obecnym stanie w dłuższym okresie czasu. Pytania dotyczyły gotowości partycypacji w inwestycji i poniesienia związanych z tym wydatków. Jak już wspomniano, ich wysokość stanowiła miarę potrzeby zachowania walorów zamku w przyszłości.

Z danych uzyskanych od władz lokalnych w 2011 roku wynikało, że prace renowacyjne zaplanowano na 6-7 lat, a ich koszt szacowano na nieco ponad 8 mln zł, co dawało w przybliżeniu 1,25 mln zł rocznie. Przewidywano, w oparciu o dotychczasowe dane, że rocznie będzie przyjeżdżać 30-35 tys. turystów. Gdyby rozłożyć roczne koszty renowacji na liczbę przyjezdnych, wypadałoby 38,4 zł na głowę rocznie. Respondentów pytano, czy byłiby gotowi płacić przez 6 najbliższych lat sumę 40 zł na rok, aby poprawić obecny stan zamku (prezentując im co zostanie poprawione) i zachować w tym stanie na okres następnych kilkunastu lat. Pytany miał trzy opcje: (zgłosić gotowość zapłacenia podanej sumy, wyrazić gotowość zapłacenia mniejszej sumy bądź sumy większej, podając za każdym razem, jaka będzie jej wysokość).

Wyniki badania

Wartość zamku obliczana była dla jednego roku. Stanowiła sumę trzech składników:

- rocznego kosztu podróży, na który składały się każdorazowy koszt podróży (transportu) oraz każdorazowy koszt czasu przejazdu do zamku w ciągu roku – roczny koszt podróży stanowił, jak już wspomniano wcześniej, miarę dolnej granicy jego wartości,
- rocznej wartości czasu spędzonego na zwiedzaniu zamku – równej iloczynowi wartości czasu przeznaczanego na wyjazd (zł/godz.) oraz długości czasu spędzonego na wszystkich pobytach na zamku w ciągu roku,
- gotowość do poniesienia rocznego wydatku na rzecz inwestycji pozwalających utrzymać obecny stan zamku w przyszłości.

Obliczenia powyższych wielkości dokonano opierając się na następujących równaniach:

- roczny koszt podróży (transportu) do zamku = liczba wizyt na zamku w ciągu roku \times średni koszt podróży do zamku,
- roczny koszt czasu podróży do zamku = wartość czasu przeznaczanego na wyjazd turystyczny do zamku (zł/godz.) \times średni czas podróży do zamku \times wyrażony w procentach poziom straty czasu w związku z podróżą \times liczba wizyt na zamku w ciągu roku,
- roczna wartość czasu spędzonego na zwiedzaniu zamku = wartość 1 godziny czasu poświęconego na wyjazd turystyczny do zamku \times liczba wizyt na zamku w ciągu roku \times średni czas jednej wizyty,

gotowość do zapłacenia określonej kwoty na rzecz inwestycji poniesionych w jednym roku w celu utrzymania obecnego stanu zamku w przyszłości.

Dane zebrane od jednego wybranego respondenta potrzebne do obliczenia rocznej wartości zamku przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Dane na potrzeby pomiaru rocznej wartości zamku zebrane na podstawie wywiadu z jednym, wybranym respondentem

Wyszczególnienie	Wartości
Wartość czasu przeznaczanego na wyjazd do zamku [zł/godz.]	50
Liczba wizyt na zamku w okresie jednego roku	4
Średni koszt podróży do zamku tam i z powrotem [zł]	15
Średni czas podróży do zamku tam i z powrotem [godz.]	4
Czy czas podróży do zamku był czasem straconym (w jakim stopniu)?	tak (25%)
Średni czas jednej wizyty na zamku [godz.]	2
Gotowość do zapłacenia kwoty (na rzecz inwestycji) w wysokości [zł]	30

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Opierając się na danych z tabeli 1, przeprowadzić można pomiar rocznej wartości zamku zgodnie z zaproponowanym wyżej algorytmem:

- roczny koszt podróży do zamku = 4 wizyty \times 15 zł = 60 zł
- roczny koszt czasu podróży = $((50 \text{ zł} \times 4 \text{ godz.}) \times 0,75) \times 4 = 600 \text{ zł}$
- roczna wartość czasu spędzonego na zamku = 50 zł \times 4 wizyty \times 2 godz. = 400 zł
- gotowość do zapłacenia kwoty na renowację = 30 zł.

Suma powyższych wielkości daje roczną wartość zamku w opinii respondenta, która wynosi 1090 zł.

Tytułem przykładu, wyniki dotyczące rocznej wartości zamku według oceny kilku wybranych respondentów przedstawiono w tabeli 2. W pierwszym wierszu odtworzono przedstawione wyżej obliczenia, a w kolumnach 2-4 podano wyniki obliczeń dla pozostałych respondentów, zachowując kolejność obliczeń przyjętych w algorytmie.

Tabela 2

Roczna wartość zamku według oceny wybranych respondentów

Respondent	Koszt podróży	Koszt czasu podróży	Wartość czasu spędzonego na zamku	Gotowość do zapłacenia za renowację	Roczna wartość rekreacyjna zamku
3	60	600	400	30	1090
10	75	1530	510	40	2080
16	60	225	135	20	440
23	50	150	150	20	390
30	90	495	198	0	783

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Obliczona opisaną metodą, roczna nierynkowa wartość zamku wyniosła w ocenie respondentów 33 600 zł.

Podsumowanie

Badanie opisane w artykule posiada jakościowy charakter mimo, że otrzymane wyniki prezentują ilościową postać. Przedstawiona metoda dotyczyła sytuacji, w której miejsce (zamek) odwiedzany był nieregularnie przez grupy ludzi o zmiennej strukturze i liczebności, co powodowało, że miało się do czynienia z niestabilnym zbiorem, niepozwalającym dokonać losowego doboru próby. W rezultacie, nie może ona być traktowana jako reprezentatywna, co oznacza, że wyniki badania nie mogą zostać odniesione do populacji, z której pochodzi. Jedynym sposobem aproksymacji rzeczywistej wartości zamku w oczach turystów (jego wartości nierynkowej) jest powtarzanie pomiaru w sposób regularny w długim okresie, aby objąć możliwie największy zbiór odwiedzających.

Decydujący udział w wartości zamku miał koszt czasu podróży (tabela 2). Dominuje on nie tylko w tabeli, ale również w przypadku danych dotyczących pozostałych respondentów. Koszt był ilorazem liczby wizyt oraz ich średniego kosztu. Zamek położony jest blisko granicy z Czechami, a więc na tyle na uboczu, że dotarcie do niego z którejkolwiek części województwa dolnośląskiego, skąd pochodziła wyraźna większość badanych, zabierało stosunkowo dużo czasu.

Dруга pod względem udziału była wartość czasu spędzonego na zamku. Jak wynika z algorytmu, zależała one przede wszystkim od wartości czasu przeznaczonego na wyjazd turystyczny. Ta nie zmieniała się zdecydowanie w zbiorze badanych, stąd wyniki dotyczące wartości czasu spędzonego na zamku nie różnią się bardzo między sobą, zarówno w tabeli 2, jak i całym zbiorze badanych. Ponieważ podobna sytuacja ma również miejsce w odniesieniu do wspomnianego już kosztu czasu podróży, roczna wartość zamku, stanowiąca w głównej mierze wypadkową obydwu wielkości, nie przyjmuje diametralnie różnych wielkości w opinii różnych respondentów.

Literatura

Connor S., *Theory and cultural value*, Oxford 1992

Crosby D., *Ekonomia i kultura*, Warszawa 2010

Czajkowski M., *Metoda wyboru warunkowego i wyceny warunkowej*, w: M. Czajkowski, A. Kopańska, A. Markowska, T. Żylicz, *Wartości nierynkowych korzyści z lasów. Metody wyceny oraz zastosowanie wyników w analizach ekonomicznych*, Warszawa 2010

Czajkowski M., *Nierynkowe metody wyceny*, w: J. Kronenberg, T. Bergier, *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Kraków, 2010

Eagles P.F.J., McCool S.F., Haynes C.D., *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management*, "Best Practice Protected Area Guidelines Series" 2002 nr 08

Giergiczny M., *Rekreacyjna wartość Białowieskiego Parku Narodowego*, „Ekonomia i Środowisko” 2009 nr 2(36)

Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention, Intergovernmental Committee for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, WHC 12/01, Paris, July 2012