

Paulina RUTECKA

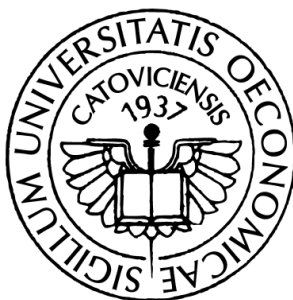
Zrównoważony rozwój polskich przedsiębiorstw agroturystycznych



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego
w Katowicach

Paulina RUTECKA

**ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ
POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW
AGROTURYSTYCZNYCH**



Katowice 2025

Komitety redakcyjny

Tomasz Ingram (przewodniczący), Monika Ogrodnik (sekretarz),
Agata Austen, Monika Kulikowska-Pawlak, Małgorzata Pańkowska,
Aleksandra Pethe, Jacek Pietrucha, Anna Skórska, Marzena Strojek-Filus,
Edyta Szafranek-Stefaniuk, Tomasz Wachowicz, Ewa Ziemia

Recenzent

Joanna Paliszkiewicz

Redakcja i korekta językowa

Patrycja Keller

Skład tekstu

Marzena Safian

Projekt okładki

Emilia Gumulak

Ilustracja na okładce © mehdi33300 – Photogenica

ISBN 978-83-7875-948-5

doi.org/10.22367/uekat.9788378759485

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach 2025



Publikacja na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa
(CC BY 4.0), <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.pl>



WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KATOWICACH
ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, tel.: +48 32 257-76-33
<http://www.wydawnictwo.ue.katowice.pl>, e-mail: www.wydawnictwo.ue.katowice.pl
Facebook: @wydawnictwouekatowice



SPIS TREŚCI

SŁOWNICZEK SKRÓTÓW	5
WPROWADZENIE	7
Podejście Design Science Research	10
Rozdział 1. ZRÓWNOWAŻONE PRZEDSIĘBIORSTWA W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU	15
1.1. Koncepcja zrównoważonego rozwoju – zarys historyczny	16
1.2. Definicja, tłumaczenie pojęcia, cele i zadania zrównoważonego rozwoju na lata 2015–2030.....	17
1.3. Pomiar realizacji celów i zadań zrównoważonego rozwoju.....	21
1.4. Zrównoważony rozwój w biznesie i CSR	22
1.5. Cele i zadania zrównoważonego rozwoju dla biznesu	35
1.6. Zrównoważenie przedsiębiorstwa	38
1.7. Diagnozowanie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw, korzyści i bariery aplikacji.....	43
1.8. Model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych	48
1.9. Podsumowanie.....	50
Rozdział 2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ TURYSTYKI	53
2.1. Zrównoważona turystyka.....	54
2.2. Definicje, geneza, cele oraz zadania zrównoważonej turystyki	54
2.3. Wskaźniki pomiaru realizacji celów zrównoważonej turystyki	59
2.4. Problem zmian klimatycznych, odbioru społecznego i spójności politycznej	61
2.5. Turystyka zrównoważona czy odpowiedzialna	68
2.6. Zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne	71
2.7. Problemy wdrażania koncepcji w strategię przedsiębiorstw turystycznych	72

2.8. Certyfikacja zrównoważonych przedsiębiorstw turystycznych	73
2.9. Podsumowanie.....	80
Rozdział 3. AGROTURYSTYKA JAKO ZRÓWNOWAŻONE	
PRZEDSIĘBIORSTWO	82
3.1. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich.....	83
3.2. Znaczenie turystyki w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich	88
3.3. Agroturystyka	92
3.4. Historia powstawania agroturystyki	94
3.5. Charakterystyka działalności agroturystycznej	95
3.6. Typy gospodarstw agroturystycznych.....	98
3.7. Zrównoważony rozwój agroturystyki.....	98
3.8. Certyfikacja agroturystyki w kontekście zrównoważonego rozwoju ...	100
3.9. Podsumowanie.....	105
Rozdział 4. DZIAŁANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU MOŻLIWE	
DO REALIZOWANIA W AGROTURYSTYCE.....	106
4.1. Postępowanie badawcze i zakres czasowy badań	107
4.2. Charakterystyka grupy badanej	107
4.3. Ograniczenia zidentyfikowane w procesie badawczym.....	108
4.4. Wyniki badań	108
4.5. Wnioski z badań i rekomendacje	124
Rozdział 5. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKICH GOSPODARSTW	
AGROTURYSTYCZNYCH	132
5.1. Postępowanie badawcze i zakres czasowy badań	133
5.2. Charakterystyka grupy badanej	134
5.3. Ograniczenia zidentyfikowane w procesie badawczym.....	134
5.4. Wyniki badań	134
5.5. Wnioski z badań i rekomendacje	164
ZAKOŃCZENIE.....	177
BIBLIOGRAFIA	179
SPIS RYSUNKÓW	199
SPIS TABEL.....	200
SPIS WYKRESÓW	202
ZAŁĄCZNIKI.....	204



SŁOWNICZEK SKRÓTÓW

SDGs – Sustainable Development Goals
ONZ – Organizacja Narodów Zjednoczonych
RP – Rzeczpospolita Polska
SOR – Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju
GUS – Główny Urząd Statystyczny
CSR – Corporate Social Responsibility
TBL – Triple Bottom Line
UNIC – United Nations Information Centre
GRI – Global Reporting Initiative
GRI Standards – Sustainability Reporting Standards
NGO – Non Governmental Organisation
IISD – International Institute for Sustainable Development
SMC – Sustainability Marketing Communication
WTTC – World Travel & Tourism Council
UNWTO – United Nations World Tourism Organization
UNEP – United Nations Environment Programme
GSTC – Global Sustainable Tourism Council
ICT – Information Communication Technology
PGR – Państwowe Gospodarstwa Rolne
LGD – Lokalne grupy działania
KGW – Koła Gospodyń Wiejskich
PKB – Produkt Krajowy Brutto
ODR – Ośrodek Doradztwa Rolniczego / Ośrodki Doradztwa Rolniczego
CAWI – Computer-Assisted Web Interview



WPROWADZENIE

Zagadnienia związane z rozwojem zrównoważonym znajdują się obecnie w szczególnym kręgu zainteresowań badaczy wielu dyscyplin (McNabb, 2019). Idea ta znajduje odzwierciedlenie w rozważaniach etycznych, prawnych, geologicznych, społecznych i wielu innych, a liczba publikacji na ten temat stale rośnie. Wielość konferencji i szczytów organizowanych przez specjalistyczne komisje, organizacje oraz państwa potwierdza, obok prac badaczy, rangę problemów państw i przedsiębiorstw w obszarach środowiskowych, społecznych i ekonomicznych. Znaczenie problemu urzeczywistniania koncepcji zrównoważonego rozwoju potwierdzają również wyniki międzynarodowych badań opinii publicznej. Biorąc pod uwagę rosnące zanieczyszczenie środowiska i towarzyszące temu problemy społeczne oraz mnogość wprowadzanych aktów prawnych dotyczących zrównoważonego rozwoju, należy stwierdzić, że zrównoważony rozwój stanowi współcześnie jeden z najważniejszych problemów cywilizacyjnych.

Problemy zbudowania zrównoważonej gospodarki, poprawa jakości życia, ochrona środowiska i eliminacja problemów społecznych ciąży nie tylko na jednostkach terytorialnych i organizacjach pozarządowych, ale również na przedsiębiorcach i konsumentach. Wbudowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju w strategię przedsiębiorstw ma szczególne znaczenie w gospodarce globalnej ze względu na konieczność ograniczenia wyrządzonych szkód środowiskowych i społecznych oraz na coraz większą wagę, jaką uczestnicy rynku przywiązują do polityki środowiskowej, społecznej i finansowej firm (Przychodzeń, 2013). Wśród dużych przedsiębiorstw można coraz częściej zauważyć, że prowadzą one lub deklarują prowadzenie działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju czy społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadto zjawiska z tym związane są tematem często poruszonym w polskiej i światowej literaturze. Pomimo istnienia znaczącego dorobku naukowego w obszarze zrównoważonego rozwoju, widoczna jest jednak luka badawcza w zakresie wskazań praktycznych oraz badań empirycznych nad stopniem realizacji koncepcji w praktyce gospo-

darczej, w szczególności w małych i mikroprzedsiębiorstwach, które stanowią znaczną część sektora biznesowego. Celem uzupełnienia zidentyfikowanej luki badawczej, w pracy określono główny problem badawczy, przedstawiony w formie pytania: Czy gospodarstwa agroturystyczne w Polsce realizują działania w zakresie zrównoważonego rozwoju?

Głównym celem monografii jest ustalenie, jakie działania w zakresie zrównoważonego rozwoju są podejmowane przez przedsiębiorstwa agroturystyczne w Polsce i określenie poziomu realizacji tych działań przez przedsiębiorstwa. Do osiągnięcia tego celu, niezbędne jest przeprowadzenie procesu badawczego obejmującego elementy, które jednocześnie stanowią cele szczegółowe pracy. Wśród tych celów należy wskazać cele teoriopoznawcze:

- Identyfikacja kluczowych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw branży agroturystycznej,
- Systematyzacja wiedzy o zrównoważonym rozwoju określonego typu przedsiębiorstw turystycznych: gospodarstw agroturystycznych,
- Diagnoza poziomu realizacji działań zrównoważonego rozwoju w polskich gospodarstwach agroturystycznych.

Metodologiczne:

- Opracowanie narzędzia statystycznego w postaci kwestionariusza do badania realizacji działań zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw agroturystycznych,
- Opracowanie narzędzia diagnozy zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw agroturystycznych.

A także cel użyteczny: Opracowanie wytycznych do realizacji zasad zrównoważonego rozwoju dla gospodarstw agroturystycznych: Katalogu Działalności Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych.

Podmiotem badań w niniejszej pracy są gospodarstwa agroturystyczne położone na terenie Polski, a przedmiotem – ich działalność na rzecz zrównoważonego rozwoju. Przedsiębiorstwa te, prowadzone na terenach wiejskich w ramach działalności rolnej lub gospodarczej, w dużej mierze są firmami rodzinnymi. Wybór tego rodzaju przedsiębiorstw jako podmiotu badań był nieprzypadkowy. Ich umiejscowienie na terenach wiejskich, tak istotnych z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju kraju, a także możliwości wprowadzania przez te przedsiębiorstwa proekologicznych i prospołecznych rozwiązań niewielkim nakładem kosztów oraz możliwość prowadzenia działalności edukacyjnej, zarówno wśród interesariuszy, pracowników, jak i przyszłej kadry zarządzającej, sprawiają, że przedsiębiorstwa te stanowią dobrą grupę do badania zjawiska, w tym związanych z nim zagrożeń i szans.

Właściwe zrozumienie idei zrównoważonego rozwoju, propagowanie oraz wdrażanie działań przez przedsiębiorców oddziałuje na poprawę jakości życia

i zachowanie zasobów naturalnych dla przyszłych pokoleń. Waga realizacji tych działań spoczywa nie tylko na dużych przedsiębiorstwach, ale też na tych najmniejszych. Zauważalny jest brak konkretnych wskazań dla przedsiębiorstw i organizacji społecznych, których bezpośrednie działania przyczyniają się do realizacji idei zrównoważonego rozwoju. Pomimo tego, że istnieją ogólne wytyczne dla przedsiębiorstw, w tym turystycznych, to wymagają one od przedsiębiorstwa ich dostosowania do uwarunkowań lokalnych, co dla małych przedsiębiorstw może stanowić wyzwanie.

Podjęte w niniejszej monografii rozważania teoretyczne i wnioski płynące z przeprowadzonych badań empirycznych mają znaczenie w praktyce zarządzania strategicznego małych przedsiębiorstw turystycznych. Rekomendacje dla przedsiębiorstw, które stanowią jeden z efektów niniejszej pracy, mogą pozwolić na sprawne włączanie zagadnień zrównoważonego rozwoju do strategii przedsiębiorstw. W pracy dokonano również diagnozy działań zrównoważonego rozwoju podejmowanych przez przedsiębiorstwa agroturystyczne w Polsce.

Chcąc osiągnąć założone cele badawcze, konieczne było przeprowadzenie badań, zarówno na podstawie istniejącej literatury, jak też w oparciu o obserwację otoczenia biznesowego i w ścisłej współpracy z tym otoczeniem. Proces badawczy został podzielony na etapy, a badania prowadzone były zgodnie z paradygmatem Design Science Research zaproponowanym przez Hevnera i in. (2004).

W niniejszej monografii można wyodrębnić dwie główne warstwy: teoretyczną oraz empiryczną, na które składają się: pięć rozdziałów, wstęp oraz zakończenie. Rozdział pierwszy ma charakter teoretyczny i zawiera przegląd literatury w obszarze zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Rozpoczyna go objaśnienie pojęć, które są kluczowe dla badanej problematyki, przyjęcie określonych definicji jako wykorzystywanych w pracy, a także określenie już rozpoznanych obszarów, podsumowanie dotychczasowych prac, aby uniknąć ewentualnych powtórzeń, oraz wskazanie luki badawczej. Wyniki przeglądu literatury zawartego w tym rozdziale stanowią jednocześnie Krok 1 paradygmatu DSR: Identyfikacja problemu i motywacja i pozwoliły na sformułowanie szczegółowych celów badania (Krok 2 paradygmatu DSR). Przegląd literatury przeprowadzony w pierwszym etapie badań i opisany w pierwszym rozdziale stanowił także podstawę do budowy artefaktu roboczego: Kryteriów dla Zrównoważonej Agroturystyki. Rozdział drugi również ma charakter teoretyczny, a jego głównym celem było zidentyfikowanie kluczowych zagadnień (Zdonek i in., 2016), dotyczących tematu zrównoważonej turystyki w tym jej genezy i definicji, celów, zadań oraz metod pomiaru. W wyniku tego etapu opracowano pierwszy artefakt roboczy: Kryteria dla Zrównoważonej Agroturystyki, który następnie został przekształcony w Katalog Działów Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycz-

nych. W trzecim i zarazem ostatnim rozdziale teoretycznym zaprezentowano przegląd literatury dotyczącej zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich jako miejsca, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza badanych przedsiębiorstw oraz publikacji dotyczących agroturystyki, dla scharakteryzowania podmiotu badań. W wyniku krytycznej analizy piśmiennictwa w tym etapie, poprawiono opracowywany artefakt roboczy Kryteria dla Zrównoważonej Agroturystyki z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych i specyficznych dla branży. W rozdziale czwartym przedstawiono wyniki badań jakościowych prowadzonych metodą kwestionariuszową. Wykorzystany w badaniu kwestionariusz zawierał pytania otwarte (pierwotnie planowano przeprowadzenie badania w formie pogłębionego wywiadu osobistego, jednak z uwagi na przypadającą na okres trwania badania pandemię, jego realizacja w tej formie nie była możliwa) i został skierowany do ekspertów branżowych. Wnioski z badania pozwoliły na przekształcenie artefaktu roboczego opracowanego na drodze studiów literaturowych: Kryteriów dla Zrównoważonej Agroturystyki w artefakt docelowy: Katalog Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych. Piąty rozdział prezentuje wyniki badania, którego celem było sprawdzenie, czy polskie gospodarstwa agroturystyczne realizują działania zrównoważonego rozwoju. Badanie miało charakter ilościowy i przeprowadzono je w formie badania ankietowego wśród przedsiębiorców agroturystycznych w Polsce.

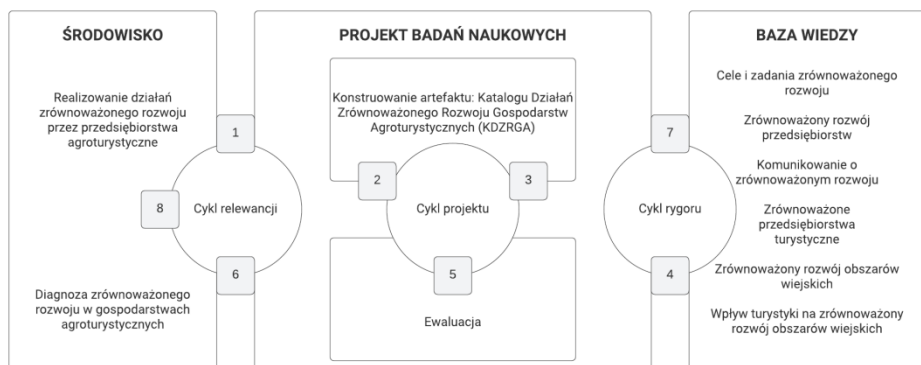
Podejście Design Science Research

Nauki o zarządzaniu są dyscypliną naukową ściśle powiązaną z jej praktycznym aspektem. Ich celem jest wzbogacanie i poszerzanie stanu wiedzy m.in. w zakresie funkcjonowania i rozwoju organizacji, ale jednocześnie dąży się w nich do weryfikowania już istniejącej wiedzy i testowania jej na gruncie praktycznym (Banaszyk, 2007; Niemczyk, 2015). Zgodnie z propozycją Sudoła (2012), efektem badań prowadzonych w obszarze nauk o zarządzaniu powinna być *społecznie użyteczna wiedza w postaci ustalonych prawidłowości życia gospodarczego lub społecznego i teorii, które tłumaczą określoną dziedzinę rzeczywistości i/lub – dostarczając projekty do zastosowania – pomagają tę rzeczywistość racjonalizować*. Rozwój nauk o zarządzaniu jest związany z przekształcaniem rzeczywistości, której służą i wymaga generowania wskazań i narzędzi, które ułatwiają organizacji funkcjonowanie (Szarucki, 2018). Nauki o zarządzaniu ponadto wspomagają projektowanie rozwiązań i modelowanie rzeczywistości organizacji.

Podejście Design Science Research (DSR) określane jest jako *paradygmat badań w nauce tworzenia artefaktów* (Pańkowska, n.d.). Najczęściej wykorzystywane jest w obszarze badań nad projektowaniem systemów informatycznych, jednak metoda ta znajduje zastosowanie wszędzie tam, gdzie pożądanym celem jest artefakt lub rekomendacja (Dresch i in., 2015). W naukach o zarządzaniu może być wykorzystane do projektowania artefaktów wspierających organizacje w rozwiązywaniu zidentyfikowanych problemów. DSR można zdefiniować również jako paradygmat badawczy, która koncentruje się na tworzeniu artefaktów do celów praktycznych (Figueiredo, García-Peñalvo, 2022). Zaprojektowane artefakty muszą być analizowane pod kątem możliwości ich wykorzystania i działania jako możliwych wyjaśnień lub ulepszeń w zachowaniu systemów, ludzi lub organizacji (Venable i in., 2016).

Zgodnie z zaproponowanym przez Hevnera (2007; Hevner i in., 2004) paradygmatem, badanie wykorzystujące DSR bazuje na trzech cyklach: relewancji, projektu oraz rygoru. W cyklu relewancji, projekt badań naukowych łączony jest ze środowiskiem, dla którego jest konstruowany, celem jego adaptacji w środowisku. W tym cyklu konieczne jest stwierdzenie, czy badanie odnosi się do rzeczywistości i czy w jego wyniku zostaną wygenerowane artefakty wzbogacające praktykę gospodarczą. Należy więc określić (Pańkowska, n.d.) na początku problem badawczy (1), a finalnie, w jaki sposób możliwe będzie testowanie wytworzonego artefaktu w środowisku (6) i czy oferuje on rozwiązanie dla właściwej grupy odbiorców w praktyce gospodarczej (8). W cyklu projektu, projekt jest tworzony oraz testowany w procesie iteracji. Trzeba zdefiniować, co jest artefaktem (2), z czego będą korzystać procesy badawcze w kolejnych iteracjach projektu (3) oraz w jaki sposób będą testowane w wewnętrznym procesie projektowym (5), aby mogły zostać udosконаlone.

Cykl rygoru ma na celu łączenie artefaktu z bazą wiedzy i odnoszenie się do stanu wiedzy w badanym obszarze, a także uzupełnianie tej wiedzy. Należy więc określić, z jakich teorii korzysta się podczas budowy artefaktu (4), a także jaka nowa wiedza wnoszona jest do bazy wiedzy, dzięki jego zaprojektowaniu (7). Podane w nawiasach liczby odnoszą się do poszczególnych etapów w cyklach prezentowanych przez rysunek 1.



Rysunek 1. Cykle Design Science Research dla budowy artefaktu Katalogu Działalności Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych (KDZRG)

Źródło: Na podstawie: Pańkowska (n.d.).

Do tworzenia artefaktów zaproponowana została sekwencja sześciu działań, których realizacja pozwala na prowadzenie badań zgodnie z paradygmatem DSR (Figueiredo, García-Peñalvo, 2022; Hevner i in., 2004; Pańkowska, n.d.; Peffers i in., 2007; Stange i in., 2022):

- Krok 1: Identyfikacja problemu i motywacja – określenie znaczenia problemu.
- Krok 2: Definicja celów badania – określenie celów ogólnych i szczegółowych.
- Krok 3: Budowa artefaktu – iteracyjne projektowanie i rozwój.
- Krok 4: Demonstracja – udowodnienie działania artefaktu na przykładach.
- Krok 5: Ewaluacja – ocena skuteczności w rozwiązaniu problemu.
- Krok 6: Komunikacja – przedstawienie problemu i metody jego rozwiązania.

Głównym celem praktycznym niniejszego badania jest zbudowanie Katalogu Działalności Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych oraz wspierająco narzędzia do diagnozy poziomu ich realizacji. Katalog działań stanowi artefakt, budowany według określonego planu postępowania badawczego DSR, a narzędzie do diagnozy – pomocniczy instrument do jego ewaluacji. Zidentyfikowany problem badawczy wynika z praktyki gospodarczej, a opracowany artefakt może pomóc przedsiębiorstwom we wdrożeniu koncepcji zrównoważonego rozwoju. Artefakt został skonstruowany w oparciu o wiedzę teoretyczną i praktyczne doświadczenia badacza, wspomagane w kolejnych iteracjach wybranymi metodami badań jakościowych i ilościowych.

W ramach badania empirycznego opisanego w rozdziale 4 zweryfikowano, czy działania spełniają określone cele dla zrównoważonej turystyki, a także czy różnią się lub uzupełniają istniejące kryteria globalne i systemy certyfikacji. Rozdział piąty prezentuje wyniki badania, których celem było sprawdzenie, czy polskie gospodarstwa agroturystyczne realizują działania zrównoważonego roz-

woju. Badanie miało charakter ilościowy i przeprowadzono je w formie badania ankietowego wśród przedsiębiorców agroturystycznych w Polsce. W toku analizy wyników przyjęto także kryteria poziomu realizacji działań. Przy ich określaniu wzorowano się na metodzie zastosowanej w pracy „Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Model – Diagnoza – Ocena” (Rojek-Nowosielska, 2017). Stanowiło to formę demonstracji działania artefaktu oraz jego ewaluacji. (Krok 4 i 5 paradygmatu DSR). Dzięki przeprowadzonemu badaniu możliwe było zweryfikowanie, w ramach cyklu relewancji DSR, czy artefakt jest odpowiedni dla środowiska.

1

Rozdział

ZRÓWNOWAŻONE PRZEDSIĘBIORSTWA W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Koncepcja zrównoważonego rozwoju jest wnikliwie analizowana przez badaczy w ramach różnych dyscyplin i dziedzin naukowych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości. Najczęściej rozpatrywana jest w ujęciu interdyscyplinarnym, ponieważ oddziałuje na różne aspekty życia ludzi i funkcjonowania społeczeństw oraz przedsiębiorstw. Jest koncepcją szeroką, a dyskusja wokół niej zapoczątkowała wiele innych teorii. W związku z powyższym, w tym rozdziale zdecydowano się na przybliżenie jej historii i genezy, nurtu teoretycznego, a także znaczenia pokrewnych pojęć, które dotyczą tej koncepcji w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem. Zdecydowano się również na analizę opracowanych w oparciu o ideę zrównoważonego aktów prawnych, dla osiągnięcia czytelnego obrazu ewolucji i stanu badań w tej dziedzinie, a także ujęć praktycznych i teoretycznych zrównoważonego rozwoju i jego implikacji dla zarządzania przedsiębiorstwem.

- RQ1.1: Czy cele, zadania i wskaźniki zrównoważonego rozwoju mogą być wykorzystywane przez przedsiębiorstwa agroturystyczne?
- RQ1.2: Jakie są pojęcia bliskoznaczne do zrównoważonego rozwoju w biznesie i czy ich znaczenia są ze sobą tożsame?
- RQ1.3: Czy sformułowane są wytyczne w zakresie realizacji działań zrównoważonego rozwoju i narzędzia pomiaru ich realizacji w przedsiębiorstwach?
- RQ1.4: Jakie bariery może napotkać przedsiębiorstwo w procesie włączania działań zrównoważonego rozwoju do swojej działalności?
- RQ1.5: Jakie korzyści może odnieść przedsiębiorstwo w wyniku włączania działań zrównoważonego rozwoju do swojej działalności?

Celem niniejszego rozdziału jest ustanowienie kontekstu, który pozwoli w konsekwencji na osiągnięcie zakładanych celów szczegółowych: identyfikacji kluczowych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw branży agroturystycznej oraz systematyzacji wiedzy o zrównoważonym rozwoju określonego typu przedsiębiorstw turystycznych – gospodarstw agroturystycznych.

1.1. Koncepcja zrównoważonego rozwoju – zarys historyczny

Sformułowanie „sustainability” w literaturze użyte zostało po raz pierwszy w 1713 roku przez Hansa Carla von Carlowitza w *Sylvicultura Oeconomica* (Du Pisani, 2006), choć nad konsekwencjami ingerencji człowieka w środowisko zastanawiali się już Arystoteles czy Platon (Jonker i in., 2011; Du Pisani, 2006). Przełomowe okazały się jednak konsekwencje gwałtownego rozwoju gospodarczego w latach 50. XX wieku, który spowodował m.in. silną eksploatację terenów rolniczych i masowe pozyskiwanie nowych terenów pod rolnictwo, przemysł i urbanizację. Te przemiany doprowadziły natomiast do wyginięcia niektórych gatunków roślin i zwierząt, które zapewniały stabilność ekosystemu (Werth, Avissar, 2002), a ich implikacje zainicjowały podjęcie konkretnych działań interwencyjnych. W 1968 roku założono Klub Rzymski, organizację skupiającą naukowców i specjalistów z różnych dziedzin, której zainteresowania obejmowały problemy polityczne, społeczne, środowiskowe, kulturowe i technologiczne. Członkowie Klubu Rzymskiego poszukiwali rozwiązań, które mogłyby zostać wdrożone w przypadku wyczerpania zasobów naturalnych. W związku z tym, że nie udało się określić takich rozwiązań, naukowcy w ogłoszonym w 1972 roku raporcie „Granice wzrostu” zwrócili uwagę na konieczność samoopraczenia ludzkości (Jonker i in., 2011) oraz odejścia od wizji nowoczesnego społeczeństwa przemysłowego w kierunku budowania mniejszych społeczności, które będą samowystarczalne, a ludzie będą żyć w zgodzie ze sobą i naturą (Du Pisani, 2006). W tym samym roku termin „sustainability” został umieszczony w słowniku Oxford English Dictionary (Du Pisani, 2006).

Pojęcie „sustainable development” znalazło się w międzynarodowych dokumentach w 1987 roku wraz z pierwszą definicją tego zjawiska, chociaż dokument ten nie był pierwszym, który nawiązywał do idei sustainability (Kenig-Witkowska, 2011; Schaefer, Crane, 2005). Stworzony przez Światową Komisję ds. Środowiska i Rozwoju, nazywaną także Komisją Brundtland raport pod tytułem „Nasza Wspólna Przyszłość” jako pierwszy definiował zrównoważony rozwój i definicja ta pozostaje do tej pory jedną z najczęściej używanych (Mensah, 2019; Schaefer, Crane, 2005). W raporcie przedstawiono apel o *utrzymywanie zdrowej równowagi między rozwojem i globalną ekologią* (Jonker i in., 2011). Efektem prac Komisji Brundtland była także konferencja ONZ: Szczyt Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 roku, a jej zwieńczeniem – Karta Ziemi, nazywana także Deklaracją z Rio, oraz Agenda 21 (Stanny, Czarnecki, 2011). W tym samym roku powstał raport „Przekraczanie granic”, stanowiący kontynuację raportu

„Granice Wzrostu” (Meadows i in., 1995), postulujący konieczność zahamowania konsumpcji i wzrostu populacji oraz jednocześnie zwiększenie efektywności użycia energii i zużycia materiałów.

W Polsce problematyka zrównoważonego rozwoju otrzymała rangę ustawową w 1997 roku, kiedy po raz pierwszy zapis dotyczący zrównoważonego rozwoju pojawił się w Konstytucji RP (Stanny, Czarnecki, 2011). W chwili obecnej, niemal wszystkie dokumenty strategiczne, zarówno międzynarodowe, wewnątrzwspólnotowe, krajowe czy dotyczące polityki regionalnej, zawierają odniesienia do koncepcji zrównoważonego rozwoju.

1.2. Definicja, tłumaczenie pojęcia, cele i zadania zrównoważonego rozwoju na lata 2015–2030

W Polsce termin „sustainable development” tłumaczono początkowo jako rozwój samopodtrzymujący, jednak w opinii wielu badaczy termin ten nie był właściwy (Stanny, Czarnecki, 2011). W chwili obecnej, najczęściej używanymi terminami są: rozwój zrównoważony oraz rozwój trwały, jednak tłumaczenie angielskiego terminu „sustainable development” jest przedmiotem burzliwej dyskusji w polskiej literaturze, w której znaleźć można wiele jego propozycji (Borys, 2011; Domański, 2007; Górka, 2007; Janikowski, 2004; Jankowska-Kłapkowska, 1991; Przychodzeń, 2013; Zacher, 2008). Niektórzy badacze opowiadają się też za stosowaniem pojęcia „rozwój zrównoważony i trwały”, unikając w ten sposób obawy o nieścisłości w terminologii (Dobrzański, Szymańska, 2014; Kosacka, Werner-Lewandowska, 2016; Przychodzeń, 2013; Stanny, Czarnecki, 2011; Wilkin, 2010; Zgrzywa-Ziemak, 2019). Tłumaczenie „sustainable development” jako rozwój zrównoważony jest użyte w oficjalnych przekładach dokumentów międzynarodowych oraz polskich dokumentach strategicznych i prawnych (Górka, 2007; Zgrzywa-Ziemak, 2019), w tym również w Konstytucji. W niniejszej monografii przyjmuje się więc za oficjalnym przełożeniem z dokumentów międzynarodowych termin zrównoważony rozwój (lub zamienienie – rozwój zrównoważony).

W literaturze zagranicznej, już pod koniec lat 80. XX wieku zostało zidentyfikowanych ponad 60 różnych definicji zrównoważonego rozwoju. W 2002 roku podano ich już 500 (Stanny, Czarnecki, 2011). W 2008 roku zidentyfikowano 50 różnych definicji tylko w literaturze polskiej (Papuziński, 2013), choć w rzeczywistości jest ich dużo więcej, jeżeli zostaną wzięte pod uwagę wszystkie możliwe tłumaczenia pojęcia „sustainable development”. Zgrzywa-Ziemak (2019) twierdzi, że tak duża liczba definicji wynika przede wszystkim ze złożoności

pojęcia i konieczności interdyscyplinarnego podejścia do jego zrozumienia, a ponadto przywołuje słowa Cabezas i Fatha (2002), że *jest to prawdopodobnie jedno z najtrudniejszych zagadnień pod względem koncepcyjnym i operacyjnym*. Liczba tłumaczeń i przytaczanych definicji wprowadza znaczny chaos i nie pozwala na skuteczne wdrażanie koncepcji. Niektórzy podnoszą, że koncepcja rozwoju zrównoważonego rozpatrywana jest niekiedy z pominięciem etymologii i historycznego kontekstu, a tworzenie kolejnych definicji i tłumaczeń porównują do budowania wieży Babel (Laszlo, 2008). Zwracają też uwagę, że nieustanna debata nad najlepszą definicją i najtrafniejszym tłumaczeniem spowalnia wdrożenie koncepcji, czy to w środowisku politycznym, czy w ramy biznesowe (Jonker i in., 2011). Sugerowane jest podejmowanie konkretnych działań, mających na celu spowolnienie destrukcyjnych dla ludzkości procesów.

Pierwsza i najczęściej wykorzystywana definicja to ta podana w raporcie „Nasza Wspólna Przyszłość”: Rozwój zrównoważony [jest to – P.R.] taki rozwój, w którym potrzeby obecnego pokolenia mogą być zaspokojone bez umniejszania szans przyszłych pokoleń na ich zaspokojenie (WCED, 1987). Bardzo słusznym wydaje się też zwięzłe określenie istoty zrównoważonego rozwoju wyrażone przez Borysa (2003), a przytaczane przez Piątek (2007, s. 5) jako integrowanie ładu środowiskowego, gospodarczego i społecznego.

Czudec i in. (2018, s. 23), twierdzą, że rozwój zrównoważony oznacza: [...] trudną do uzyskania komplementarność [...] sprowadzającą się do jednoczesnego wykorzystania czynników warunkujących taki rozwój, który określa kierunki i dynamikę przemian gospodarczych, społecznych i środowiskowych. Istotna jest przy tym względna równowaga między tymi czynnikami (a przynajmniej brak dominacji jednego z nich albo zupełne pomijanie innego). Z istoty zrównoważonego rozwoju wynika bowiem, że ograniczenie działania jednego z czynników zmniejsza możliwości wykorzystania pozostałych i limituje osiąganie założonych celów. Wszystkie definicje wskazują, że przede wszystkim należy dążyć do uzyskania harmonii rozwoju pomiędzy każdą z płaszczyzn, nie implikując nieodwracalnych zmian, szczególnie w środowisku.

Aktualne globalne cele i zadania zrównoważonego rozwoju określone zostały w końcowym dokumencie ze szczytu ONZ, w sprawie przyjęcia Agendy rozwojowej po roku 2015: *Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030 A/RES/70/1* (ONZ, 2015). Agenda przyjęta została przez wszystkie 193 państwa członkowskie ONZ (w tym również Polskę) we wrześniu 2015 roku w Nowym Jorku. Agenda rozwojowa po roku 2015, która nazywana jest też Agendą Post-2015 lub Agendą 2030 (Schramade, 2017) prezentuje 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals – SDGs), które zastąpiły osiem, realizowanych do 2015 roku, Milenijnych

Celów Rozwoju. Dokument ten określa również 169 zadań, w obrębie wskazanych 17 celów, które mają zostać osiągnięte do 2030 roku i okresie 15 lat obowiązywania zapisów Agendy będą stymulowały działania w 5 kluczowych obszarach, takich jak Ludzie, Planeta, Dobrobyt, Pokój i Partnerstwo. Cele i zadania określone w dokumencie weszły w życie z dniem 1 stycznia 2016 roku. W treści Agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju do roku 2030 podkreślono również, że *Cele Zrównoważonego Rozwoju i powiązane z nimi zadania są współzależne i niepodzielne oraz zapewniają równowagę pomiędzy trzema aspektami zrównoważonego rozwoju: gospodarczym, społecznym i środowiskowym* (ONZ, 2015, s. 1). Oznacza to, że każde działanie podejmowane w trosce o realizację celów i zadań zrównoważonego rozwoju powinno być rozpatrywane we wszystkich tych trzech aspektach jednocześnie, a nie wyłącznie na wybranej płaszczyźnie. Cele i zadania nastawione są na zmiany, które są *potrzebne, aby skierować świat na ścieżkę zrównoważonego i trwałego rozwoju* (ONZ, 2015, s. 1). Wskazuje to na potrzebę traktowania zrównoważonego rozwoju jako ciągłego procesu, a celów jako wyznacznika stanu idealnego jaki powinien być osiągnięty.

Pojawiają się jednak opinie poddające w wątpliwość możliwość skutecznej realizacji tak szerokiego programu (Font, McCabe, 2017; Gruchelski, Niemczyk, 2016) oraz obawy wynikające z niedostatecznej realizacji Milenijnych Celów Rozwoju ze względu na występujące w różnych krajach bariery m.in. polityczne, dotyczące wpływów kulturowych i religijnych na edukację, a także zachowania grup społecznych (Czaja, 2016). W związku z tym sposób realizowania celów i zadań powinien być dostosowywany do aktualnej sytuacji oraz uwarunkowań lokalnych kraju, w odniesieniu do którego są one realizowane. W Agendzie podkreślono, że ONZ uznaje fakt różnorodności kulturowej i przyrodniczej krajów, a rządy krajowe powinny wyznaczyć swoje zadania, ukierunkowane na realizację zadań globalnych, uwzględniając przy tym krajowe uwarunkowania i włączając je w procesy planowania, politykę i strategię (ONZ, 2015). Ministerstwo Rozwoju w opracowaniu pt. „Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju – implementacja w Polsce” również podkreśla, że Artykuł 21 Agendy uznaje odpowiedzialność każdego państwa za jej realizację na poziomie krajowym, regionalnym i globalnym, z uwzględnieniem realiów, możliwości i stopnia rozwoju, w oparciu o poszanowanie narodowych polityk i priorytetów rozwoju (Ministerstwo Rozwoju, 2017, s. 7).

W polskich dokumentach strategicznych przyjęta została definicja zrównoważonego rozwoju określona w raporcie „Nasza wspólna przyszłość” (WCED, 1987). Pierwszymi polskimi dokumentami, w których pojawia się określenie rozwoju zrównoważonego, są uchwały Sejmu o tytule „Polityka Ekologiczna Państwa” – pierwsza z 1991 roku, druga z 1999 roku (Mazur-Wierzbińska, 2006).

Dotyczyły one głównie polityki ekologicznej. Za dokument wyjściowy, szerzej odnoszący się do koncepcji zrównoważonego rozwoju, można uznać „Polska 2025 – Długookresowa Strategia Trwałego i Zrównoważonego. Rozwoju” przyjętą w 2000 roku (Ignatowicz, 2015), której konieczność opracowania wynikała z Rezolucji Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 marca 1999 roku (Mazur-Wierzbicka, 2006). Dokument ten odnosił się do celów i zadań zawartych w Agendzie 21, jednak w 2007 roku został uchylony. Kolejnym, przyjętym w 2006 roku, była Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015. Aktualne cele, zadania i działania w zakresie zrównoważonego rozwoju w Polsce przedstawiono w Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 roku) przyjętej w 2017 roku (Rada Ministrów, 2017). Odniesienie do zrównoważonego rozwoju znalazło również swoje miejsce w zapisach Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. art. 5 (Ministerstwo Rozwoju, 2017, s. 2): *Rzeczpospolita Polska strzeże niepodległości i nienaruszalności swojego terytorium, zapewnia wolności i prawa człowieka i obywatela oraz bezpieczeństwo obywateli, strzeże dziedzictwa narodowego oraz zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju.*

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju (SOR) do roku 2020 (z perspektywą do 2030 roku), przedstawia nowy model rozwoju – rozwój odpowiedzialny (Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, 2019, s. 7). Przedstawiony model zakłada, że: *[...] budując siłę konkurencyjną z wykorzystaniem nowych czynników rozwojowych, zapewnia udział i korzyści wszystkim grupom społecznym zamieszkującym różne miejsca naszego kraju. Jednocześnie w nowym modelu potrzeby obecnego pokolenia będą realizowane bez umniejszania szans przyszłych pokoleń.*

SOR zakłada realizację głównego celu, jakim jest *stworzenie warunków dla wzrostu dochodów mieszkańców Polski przy jednoczesnym wzroście spójności w wymiarze społecznym, ekonomicznym, środowiskowym i terytorialnym* (Rada Ministrów, 2017, s. 7). Realizacja głównego celu ma odbywać się poprzez działania o charakterze prawnym, instytucjonalnym i inwestycyjnym w ramach trzech celów szczegółowych (Rada Ministrów, 2017):

1. Trwały wzrost gospodarczy oparty coraz silniej o wiedzę, dane i doskonałość organizacyjną.
2. Rozwój społecznie wrażliwy i terytorialnie zrównoważony.
3. Skuteczne państwo i instytucje służące wzrostowi oraz włączeniu społecznemu i gospodarczemu.

Działania, jakie mają być podjęte w ramach celów szczegółowych, zostały podzielone na obszary przypisane do danego celu. Zwrócono też uwagę na obszary wpływające na osiągnięcie celów SOR takie jak Kapitał ludzki i społecz-

ny, Cyfryzacja, Transport, Energia, Środowisko i Bezpieczeństwo narodowe, dla których określono działania szczegółowe. Zrealizowanie tych działań w zamierzonej formie ma, zgodnie z założeniem SOR, doprowadzić do stabilności makroekonomicznej kraju.

Dla każdego obszaru określono jego diagnozę, cel i oczekiwane efekty, wskaźniki i kierunki interwencji, w ramach których przedstawiono działania, jakie będą realizowane do roku 2020 oraz po roku 2020 (perspektywa do roku 2030), a także projekty strategiczne. Wśród aneksów dokumentu znajduje się pełna lista projektów strategicznych oraz wskaźników realizacji celów wraz z definicjami. SOR nie zawiera jednak zestawienia celów i zadań (określonych jako kierunki interwencji) w ramach obszarów. Zestawienie zostało opracowane i przedstawione w Załączniku 1 do niniejszej pracy.

Oprócz obszernych dokumentów strategicznych, zmierzających do określania celów długookresowych, które odnoszą się do celów i zadań Agendy 2030 poruszających zagadnienie zrównoważonego rozwoju w wielu wymiarach, istnieją także dokumenty szczegółowe, dotyczące określonego obszaru gospodarczego i poszczególnych polityk (np. społecznej, gospodarczej, ekologicznej), a także wytyczne realizacji projektów strategicznych. Wszystkie nawiązują do celów określonych w dokumentach strategicznych i stanowią ich doprecyzowanie we wskazanym obszarze.

1.3. Pomiar realizacji celów i zadań zrównoważonego rozwoju

Metoda pomiaru realizacji celów i zadań zrównoważonego rozwoju jest postępowaniem skomplikowanym i wielowymiarowym. Prace nad budową wskaźników podejmowane były przez wiele instytucji, m.in. Bank Światowy, OECD, United Nations Department for Policy Coordination and Sustainable Development (Kowalczyk, 2011). Jako najbardziej uniwersalne dla monitorowania postępów w osiąganiu Celów Zrównoważonego Rozwoju uznaje się 232 wskaźniki globalne (SDG indicators), aktualizowane i udostępnione na stronie internetowej United Nations Statistics Division¹ (United Nations Statistics Division, n.d.). Wskaźniki te służą monitorowaniu postępów w realizacji celów zrównoważonego rozwoju na poziomie globalnym oraz regionalnym. W obrębie danego kraju może zostać zastosowany własny, opracowany przez państwo, zestaw wskaźników, pozwalający na lepsze monitorowanie najistotniejszych z punktu

¹ <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/>

widzenia kraju problemów i obszarów. Rozwiązanie to przyjęte zostało również w Polsce, gdzie za monitorowanie postępów odpowiedzialny jest Główny Urząd Statystyczny (UNIC Warsaw, 2020), który pierwszy raz udostępnił zestaw wskaźników dla priorytetów krajowych w 2018 roku. W kolejnych latach trwały prace nad aktualizacją zestawu, dla uzyskania silniejszego powiązania z priorytetami krajowymi. Zaktualizowany zestaw wskaźników jest dostępny na Platformie SDG (UNIC Warsaw, 2020).

Wskaźniki są dzielone, zarówno w literaturze, jak też instytucjonalnie, na różne poziomy zarządzania: międzynarodowy, krajowy, regionalny oraz lokalny, i w zależności od tego poziomu istnieją różne zestawy wskaźników, zgrupowane w obszarach tematycznych i ładach – społecznym, gospodarczym i środowiskowym (lub środowiskowo-przestrzennym). Pomimo zaawansowanej metody analizy wskaźnikowej na różnych poziomach zarządzania, jest wiele sektorów, dla których wskaźniki nie zostały dotychczas sformułowane, co jest problematyczne z uwagi na różnorodność obszarów jednego kraju. Przykładem mogą być polskie obszary wiejskie, które są bardzo zróżnicowane w zależności od regionu i dla których nie jest możliwe zunifikowanie wskaźników ogólnokrajowych. Problem ten jest zwielokrotniony w dużych krajach, takich jak np. Stany Zjednoczone, których obszar (w tym tereny wiejskie) rozciąga się na kilka stref klimatycznych. Podczas próby określania wskaźników należy bowiem zwrócić uwagę na specyfikę danego miejsca związaną z warunkami ekonomicznymi i geograficznymi, doświadczeniami historycznymi, lokalną tradycją i kulturą (Roszkowska, Karwowska, 2014), a także na cele i aspiracje mieszkańców danego regionu i ich priorytety. Wskaźniki na gruncie lokalnym powinny być więc tworzone w procesie dyskusji i konsultacji z ekspertami, aby uniknąć ich arbitralnego przypisywania (Chiras, Corson, 1997). Jednocześnie nie jest możliwe pominięcie wytycznych i założeń instytucjonalnych, przewidzianych dla danego kraju lub poziomu lokalnego i należy wziąć je pod uwagę w procesie tworzenia wskaźników. Efektem tej pracy powinno być połączenie wskaźników instytucjonalnych oraz wypracowanych w wyniku konsultacji, uwzględniających specyficzne uwarunkowania miejsca (Śleszyński, 2017) oraz dostępność danych liczbowych (Czudec i in., 2018).

1.4. Zrównoważony rozwój w biznesie i CSR

Zdecydowana większość badaczy zajmujących się zagadnieniami związanymi ze zrównoważonym rozwojem jest zgodna, że przenoszenie wskaźników i założeń idei z poziomu globalnego na przedsiębiorstwo bez ich dostosowania

do skali organizacji jest błędne. W odpowiedzi na ten postulat, w latach 70. XX wieku, rozwinęła się koncepcja zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (Misztal, 2018). W podobnym czasie, na przełomie lat 60. i 70. XX wieku, w efekcie prób rozgraniczenia założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju na poziomie makro i mikroekonomicznym, zaczęła kształtować się koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (Klima, 2017).

Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność biznesu (Corporate Social Responsibility – CSR) są postrzegane jako dwie koncepcje, które z biegiem czasu zbiegły się i są połączone tymi samymi trzema filarami: ekonomicznym, społecznym i środowiskowym (van Marrewijk, 2003; Mihalic, 2016). CSR jest jednak pojęciem częściej wykorzystywanym i lepiej zrozumianym w środowisku biznesowym, a także mocniej wyeksponowanym medialnie.

Koncepcje CSR i zrównoważonego rozwoju mają różną genezę i korzenie historyczne, odpowiednio amerykańskie i europejskie (Schaltegger, 2011), jednak obie debaty podkreślają konieczność przemyślenia działalności przedsiębiorstw i koncepcji zarządzania, uwzględniających potrzeby szerokiego grona interesariuszy. U podstaw koncepcji zrównoważonego rozwoju widać bardzo mocne znaczenie kwestii ekologicznych (Ihlen, 2015), w tym utrzymania dobrej kondycji ekosystemów, zasobów naturalnych, zmniejszenia liczby odpadów i dbałości o środowisko w taki sposób, aby zapewnić przyszłym pokoleniom możliwość korzystania z zasobów planety. Natomiast u podstaw CSR leży problem etyki biznesu, której początki sięgają monopolistycznej działalności firm pod koniec XIX wieku (szantaże, uchylanie od płacenia podatków, wyzysk pracowniczy, zmonopolizowanie cenowe) oraz generowanie problemów społecznych w latach 60. XX wieku, które stanowiły konsekwencję działalności przedsiębiorstw (Kotler i in., 2012). Należy jednak zwrócić uwagę, że aktualne cele i zadania zrównoważonego rozwoju przeplatają te wątki, a rozwój zrównoważony nie dotyczy jedynie aspektów ekologicznych. Podobnie CSR porusza temat konieczności podejmowania przez firmy działań proekologicznych i inicjatyw zmierzających do poprawy stanu środowiska naturalnego. CSR jest więc aktualnie rozumiany przede wszystkim jako wkład biznesu w zrównoważony rozwój (van Marrewijk, 2003; Mihalic, 2016).

W wielu opracowaniach koncepcje te są rozumiane i rozpatrywane jako tożsame przy zamiennym użyciu nazewnictwa (Kubicka, 2018). W innych zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa stanowi element CSR (Jabłoński, 2013), a w jeszcze innych CSR jest przedstawiany jako element zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa (Bielińska-Dusza, Pająk, 2012; van Marrewijk, 2003) lub uznawane są za zagadnienia mocno powiązane, a w użyciu przyjmuje się termin „CSR i zrównoważony rozwój” (Jonker i in., 2011). Kolejne głosy wskazują na

rozróżnienie, w którym zrównoważony rozwój wiąże się z trwałą zmianą sposobu funkcjonowania działalności, podczas gdy CSR to działania o pozytywnym wpływie społeczno-ekologicznym, jednak oderwane od głównej działalności firmy. Schaltegger (2011) wskazuje główne różnice pomiędzy CSR, a zrównoważonym rozwojem (tabela 1).

Tabela 1. Główne różnice pomiędzy CSR a zrównoważonym rozwojem

Obszar	CSR	Zrównoważony rozwój
Dobrowolność	podjęmowanie działań przede wszystkim altruistycznych, dobrowolnych i nadobowiązkowych, wychodzących poza zobowiązania ekonomiczne	obejmuje zarówno dobrowolne działania, jak i kwestie obowiązkowe wynikające m.in z prawodawstwa
Reaktywność	koncentruje się na reagowaniu na określone potrzeby społeczeństwa	dąży do trwałego wyeliminowania niezrównoważonych produktów i rynków poprzez kreację bardziej zrównoważonych rozwiązań
Model biznesowy	zarządzanie kwestiami społecznymi i środowiskowymi towarzyszy działalności gospodarczej, a działania wychodzą poza cele biznesowe	zakłada rozwijanie biznesu i tworzenie modelu biznesowego w sposób, który wzmacnia bądź tworzy zrównoważony rozwój

Źródło: Na podstawie: Schaltegger (2011).

Dyskusja na temat definiowania CSR i zrównoważonego rozwoju poruszana jest w bardzo wielu opracowaniach naukowych. Do tej pory nie można wskazać jednej, uznanej we wszystkich kręgach definicji dla każdego z tych zagadnień. Są również głosy wskazujące, że zdefiniowanie zrównoważonego rozwoju i CSR w sposób bezstronny jest niemożliwe (Berger, Luckmann, 1966; Dahlsrud, 2008), a wszelkie próby ujmowania zagadnień zrównoważonego rozwoju lub CSR w jedną prostą definicję *stanowią skutek [...] braku zrozumienia dla rozległości kwestii* (Jonker i in., 2011). Można więc stwierdzić, że definiowanie zagadnień zrównoważonego rozwoju i CSR jest problemem bardzo złożonym i skomplikowanym, a zarazem dla wielu badaczy kontrowersyjnym. Wpływ na sposób postrzegania tych pojęć ma również dyscyplina naukowa, z której poruszający tematykę badacz się wywodzi. Definiuje ona punkt wyjścia do rozważań co finalnie ma duży wpływ na rezultaty badań i jest wyraźnie zauważalne w publikowanych pracach. W toku debaty pojawiło się także wiele innych, bliższych tematycznie pojęć, które rozpatrują problematykę zrównoważonego rozwoju m.in. w węższym ujęciu (np. przedsiębiorstw, branży) lub starając się zo-peracjonalizować tę obszerną koncepcję.

W Stanach Zjednoczonych próby poszukiwania nowego podejścia do postrzegania przedsiębiorstwa podejmowano już na początku XX wieku. Szukano możliwości tworzenia obopólnych korzyści dla uczestników rynku, a także możliwości generowania korzyści poprzez prowadzenie dialogu z lokalną społeczno-

ścią, czego prekursorką była Mary Parker Follett (Korombel, 2016). Jako pierwszą próbę teoretycznego ujęcia relacji między firmą a społeczeństwem uznano publikację Howarda Bowena z 1953 roku „Social Responsibilities of the Businessman” (Bowen, 2013; Wolak-Tuzimek, 2019), która zawierała pierwszy opis CSR i zwracała uwagę na problem społecznej odpowiedzialności, jaką powinien ponosić biznes. Publikacja ta doprowadziła również do zmian w systemie prawnym w Stanach Zjednoczonych, wprowadzając zapisy dotyczące ochrony praw konsumentów (Jonker i in., 2011). Niektórzy badacze upatrują źródeł tej koncepcji także we wcześniejszych dziełach związanych z etyką biznesu jak m.in. encyklice „Rerum Novarum” Leona XIII z 1891 roku i publikacji „The Fundamentals of Business Ethics” z 1926 roku (Drapińska, 2015). Jednym z ważniejszych bodźców do przemian w zakresie zaangażowania społecznego przedsiębiorstw było orzeczenie Sądu Najwyższego Stanów Zjednoczonych z lat 50. XX, które znosiło ograniczenia i zasady, uniemożliwiające firmom angażowanie się w sprawy społeczne. Wynikiem zniesienia tych ograniczeń było pojawienie się społecznej presji wywieranej na przedsiębiorstwa, które pod jej naciskiem angażowały się w sprawy społeczne (Kotler i in., 2012).

Przełomem w badaniach nad społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw było sformułowanie przez Carrolla w latach 70. XX wieku powszechnie akceptowanej definicji CSR (Kapera, 2018a) oraz tzw. Piramidy CSR, a w 1991 roku poparcie przez niego koncepcji CSR Bowena, gdzie podkreślił znaczenie społecznej odpowiedzialności w zrównoważonym rozwoju biznesu (Gahramanova, 2019; Wolak-Tuzimek, 2019). Bowen (2013) definiuje społeczną odpowiedzialności biznesu jako *odpowiedzialność przedsiębiorcy do wdrażania takiej polityki, podejmowania takich decyzji oraz prowadzenia takich działań, które są zgodne z wartościami społeczeństwa* (tłum. za: Przychodzeń, 2013).

Koncepcja CSR powstała na gruncie teorii interesariuszy Freemana (Wolak-Tuzimek, 2019) i jest ściśle powiązana ze społecznymi aspektami zrównoważonego przedsiębiorstwa (Przychodzeń, 2013). Przychodzeń (2013) stawia tezę, że *we współczesnej gospodarce rynkowej wszyscy interesariusze mają równe prawo do zgłaszania roszczeń wobec działalności przedsiębiorstw, a te powinny zająć odpowiedzialne stanowisko wobec tych oczekiwań*, powołując się na teorie Freemana (1984) i Clarksona (1994). CSR ma więc charakter koncepcji zarządzania i zakłada, że przedsiębiorstwa cechuje umiejętność i wola do prowadzenia dialogu z interesariuszami oraz reagowania na aktualne problemy społeczne. Niestety jeszcze w latach 90. XX wieku inicjatywy społeczne wspierane przez przedsiębiorstwa, wybierane były na podstawie odbioru społecznego. Jak określił to Kotler (Kotler i in., 2012), *chodziło o to, aby dobrze wyglądać*. Firmy unikały angażowania się w inicjatywy, które mogłyby być kojarzone z ich pro-

duktami, wybierając takie działania, które stawiały je w dobrym świetle w oczach opinii publicznej. W późniejszym okresie programy społeczne były bardziej powiązane z profilem firmy, często określając działania naprawcze względem osób, które ucierpiały w wyniku działalności przedsiębiorstwa (Laszlo, 2008).

Jonker (2011) twierdzi, że CSR jest procesem, w którym koszty zewnętrzne, takie jak m.in. koszty redukcji zanieczyszczenia, edukacji czy opieki zdrowotnej, które w wyniku działalności przedsiębiorstwa ponoszone były przez społeczeństwo, są ponownie przyjmowane przez firmy, które przyczyniły się do ich powstawania. Daje to organizacjom możliwość oceny rzeczywistych kosztów związanych z produkcją i cyklem życia produktu i może stanowić realną przesłankę dla ich redukowania (Jonker i in., 2011; Shields, Shelleman, 2014). Laszlo (2008) wskazuje, że redukovanie kosztów i zmniejszanie ryzyka nie powinno być jedynym argumentem dla wdrażania działań odpowiedzialnych i zrównoważonych. Proponuje przy tym, że działania odpowiedzialne i zrównoważone są także sposobem na podnoszenie wartości marki i docieranie do nowego, szerszego grona klientów (Laszlo, 2008). Aktualnie inicjatywy podejmowane przez przedsiębiorstwa są często właśnie takimi, które pozwalają jednocześnie realizować cele biznesowe i marketingowe firmy w zakresie m.in. wzrostu udziału w rynku czy budowania wizerunku marki (Kotler i in., 2012), a także działać na rzecz społeczeństwa lub środowiska. Działania te nakierowane są na czynienie dobra w jak największym stopniu, a nie jedynie na prowadzenie działań pozorowanych, pozwalających na wykorzystanie w materiałach promocyjnych i komunikacji marki haseł dotyczących CSR czy zaangażowania w rozwój zrównoważony. Prowadzone przez przedsiębiorstwa działania wywierają wpływ na bardzo szerokie grono interesariuszy, bezpośrednio oraz pośrednio.

Dahlsrud (2008) dokonał porównania różnic i podobieństw pomiędzy 37 definicjami CSR funkcjonującymi w literaturze, zwracając uwagę na to, że pięć z tych definicji stanowi ponad 40% najczęściej używanych. Podkreślił także, że żadna z tych definicji nie daje odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób wartości poszczególnych łańcuchów CSR mają być przełożone na praktykę biznesową i co stanowi optymalne zrównoważenie przedsiębiorstwa, pozostawiając kluczowe obszary do swobodnej analizy – zarówno na poziomie makro, jak i mikroekonomicznym. Jedną z najczęściej cytowanych definicji CSR (Drzazga, Spyra, 2019) jest definicja pochodząca z opublikowanego w 2001 roku komunikatu Komisji Europejskiej, głosząca, że CSR to *konceptcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i środowiskowe w swoich operacjach biznesowych i w interakcjach z interesariuszami* (European Commission, 2001).

Poruszoną w tej definicji kwestię dobrowolności podważają jednak późniejsze dokumenty, m.in. odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z października 2011 (European Commission, 2011), która określa CSR jako *odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo*, czy definicja przedstawiona przez Światową Radę Biznesu ds. Zrównoważonego Rozwoju, mówiąca o tym, że jest to *zobowiązanie biznesu do etycznego zachowania i przyczynienia się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego* (Drzazga, Spyra, 2019, s. 27), a podstawą wprowadzenia CSR jest poszanowanie prawa.

Jonker (2011) przytacza badania Cramera (2004), na podstawie których wyróżniono cztery fazy prowadzące do wprowadzania CSR w firmie:

- uwrażliwianie – zwiększenie poziomu świadomości;
- odkrywanie – eksperymentowanie za pomocą niewielkich inicjatyw i projektów;
- włączanie – powiązanie inicjatyw CSR ze strategią biznesową przedsiębiorstwa;
- utrwalenie – uznanie CSR za jedną z kluczowych kompetencji firmy.

Należy zauważyć, że działania społecznie odpowiedzialne oraz zrównoważone mogą być przejawiane przez przedsiębiorstwa na wiele sposobów. Początkowo są to pojedyncze inicjatywy, takie jak np. zatrudnienie osób z niepełnosprawnością, przystosowanie infrastruktury przedsiębiorstwa dla potrzeb takich osób, segregacja odpadów, kultywowanie lub odtwarzanie tradycji regionu. W większości przypadków z czasem do tych działań dochodzą kolejne inicjatywy, do wprowadzenia których doprowadziły np. przekonania właściciela lub sugestie interesariuszy, osiągnięcie założonych rezultatów lub korzyści. Początkowe, pojedyncze inicjatywy mogą stanowić podstawę do opracowywania i wdrażania holistycznej strategii. Jonker (2011) wyróżnił pięć głównych podejść do wprowadzenia CSR w strategię firmy:

- oparte na zarządzaniu ryzykiem, motywowane strachem przed karami i utratą reputacji – określane też jako reaktywne (Gangi i in., 2020);
- oparte na dobroczynności, wynikające z tradycji dawania czegoś lokalnej społeczności w zamian za to, że możliwe było w firmie osiągnięcie sukcesu;
- oparte na kulturze organizacyjnej, które wynika najczęściej z przekonań osób zarządzających firmą;
- oparte na dywersyfikacji, motywowane chęcią rozszerzenia grupy odbiorców produktów i usług firmy;
- podejście innowacyjne, w którym CSR traktuje się jako okazję do wprowadzenia nowego modelu biznesowego, wyróżniającego firmę na tle konkurencji.

Strategia może być tworzona przez przedsiębiorstwo w wyniku obserwacji trendów i otoczenia oraz naśladowania konkurencji (outside-in) lub też może

być całkowicie innowacyjnym podejściem firmy, która wykorzystuje swoje atuty i mocne strony (inside-out), aby stać się liderem rynku. Te propozycje, dotyczące budowania zrównoważonej wartości w przedsiębiorstwach i etapów jej budowania, wydają się bardzo trafne. Niestety, wciąż przeprowadzono niewiele badań empirycznych, które mogłyby jednoznacznie potwierdzić lub wykluczyć, jakie procesy w tym zakresie rzeczywiście przebiegają w przedsiębiorstwach.

Podsumowując powyższe i mając na uwadze mierzalność efektów, można stwierdzić, że przedsiębiorstwo realizujące zasady CSR powinno:

- działać zgodnie z prawem lokalnym i normami międzynarodowymi,
- działać zgodnie ze standardami przyjętymi dla branży, w której funkcjonuje, realizować i wprowadzać dobre praktyki w swojej branży,
- dążyć do redukcji kosztów zewnętrznych ponoszonych przez społeczeństwo w wyniku działalności jego działalności,
- podejmować inicjatywy na rzecz edukacji, zdrowia i dobrobytu interesariuszy.

Liderami we wdrażaniu praktyk odpowiedzialnych i zrównoważonych są najczęściej przedsiębiorstwa średnie, prywatne lub częściowo prywatne, o przychodach w przedziale 100 mln – 2 mld dolarów (Laszlo, 2008), czyli takie, które mają swobodę decyzyjności, kapitał oraz zasoby ludzkie pozwalające na podejmowanie takich praktyk, a także realizują wartości wyznawane przez właściciela. Przedsiębiorstwa potrzebują społeczeństwa, w szczególności zdrowej siły roboczej, kompetentnych władz, dostępu do zasobów naturalnych (Porter, Kramer, 2011), a także odbiorców i nabywców proponowanych przez przedsiębiorstwo dóbr i usług, zapewniających jego przychody. Społeczeństwo do prawidłowego funkcjonowania potrzebuje biznesu, który tworzy i oferuje miejsca pracy, zapewnia produkty i usługi oraz wprowadza innowacyjne rozwiązania (Porter, Kramer, 2011). Przedsiębiorstwo, które wprowadza do swojej strategii biznesowej działania odpowiedzialne i zrównoważone, może być prekursorem zmian, motywować swoją konkurencję do wdrażania takich działań, jak również wdrażać kolejne m.in. z konieczności utrzymania pozycji rynkowej.

Jonker i in. (2011) zauważają, że firmy mogą stanowić, być może, jedyne instytucje, mające zdolność reagowania na istniejące problemy i wprowadzania szybkich zmian. Ponadto wskazują, że takich możliwości często nie posiadają państwa narodowe i organizacje międzynarodowe, a nadmierny interwencjonizm państwa i rozbudowane ustawodawstwo może być, w kontekście reagowania na problemy społeczne czy ekologiczne, nie tylko nieskuteczny, ale także deprymujący. Nie oznacza to jednak, że państwo czy organizacje międzynarodowe nie powinny opracowywać wytycznych związanych z CSR i zrównoważonym rozwojem. Istnieje bowiem ryzyko, że bez tych wytycznych, przy przyjęciu całkowitej autonomii przedsiębiorstwa w zakresie wprowadzanych działań związa-

nych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu i zrównoważonym rozwojem, mogłyby one niewłaściwie zrozumieć założenia koncepcji, albo zarzucić plany ich realizacji ze względu na konieczność samodzielnego przeniesienia bardzo szerokich definicji i przepisów na grunt przedsiębiorstwa. Na tak szeroką interpretację własną oraz przygotowanie obszernej dokumentacji, firmy, a w szczególności mikroprzedsiębiorstwa, często nie mają zasobów (Kachniewska, 2018; Shields, Shelleman, 2014). Ryzykiem związanym z ograniczaniem swobody działań przez ścisłą realizację założeń norm i przepisów prawa byłoby natomiast zatrącenie możliwości konkutowania przez przedsiębiorstwa – wszystkie działania bowiem w taki sam sposób.

Obawa o to, czy koncepcja jest właściwie rozumiana, może zniechęcać przedsiębiorców do podejmowania rzeczywistych działań. Z kolei działania mogą być realizowane przy jednoczesnej niechęci do komunikowania o nich w kontekście zrównoważonego rozwoju. Aby odejść od skojarzenia ze skomplikowanymi koncepcjami zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu, zaczęto tworzyć nowe, bliskoznaczne koncepcje, często lepiej przyjmowane przez środowisko biznesowe.

Przykładem koncepcji bliskoznacznej, zbudowanej na niechęci firm do mówienia o zrównoważonym rozwoju, jest koncepcja Triple Bottom Line (TBL) stworzona przez Johna Elkingtona w latach 90. XX wieku. Założył on firmę konsultingową SustainAbility i zaproponował nową, bardziej akceptowalną terminologię dla rozwiązań i możliwości pomiaru w zakresie zrównoważonego rozwoju dla firm (Mihalic, 2016; Milne, Gray, 2013; Stoddard i in., 2012). Podejście to zostało spopularyzowane dzięki książce Elkingtona (1998) „Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business”. Koncepcja TBL zakłada, że firmy powinny angażować się w prowadzenie działalności w sposób odpowiedzialny, z troską o społeczeństwo i środowisko oraz że w ten sposób mogą osiągać korzyści finansowe (Dahlsrud, 2008; Gimenez i in., 2012; Y. Lee, Kozar, 2006). Bazuje na założeniu, że przedsiębiorstwa powinny mierzyć swoje wyniki w odniesieniu do szerokiego grona interesariuszy, a nie tylko do tych, z którymi mają bezpośrednie relacje (Hubbard, 2009).

Koncepcja TBL zakłada, że każde podejmowane przez przedsiębiorstwo działanie ma wpływ na trzy elementy nazywane wymiarami: środowiskowy, społeczny i ekonomiczny (Gimenez i in., 2012). Wymiary te określane są także jako 3P: People, Planet oraz Profit, a przedsiębiorstwo powinno monitorować z wykorzystaniem dedykowanego narzędzia pomiaru efektywności wpływ swoich działań na każdy z nich (Hubbard, 2009). Efektywność środowiskowa to wynik pomiaru dwóch składowych: ilości zasobów, które są wykorzystywane przez przedsiębiorstwo w ramach prowadzonej działalności (np. energii, ziemi, wody)

oraz produktów ubocznych, jakie wytwarza ta działalność (np. odpady, emisje do powietrza, pozostałości chemiczne itp.). Wyniki społeczne dotyczą wpływu, jaki przedsiębiorstwo wywiera na społeczność, w której działa (Hubbard, 2009) i są bardzo trudne do zbadania z uwagi na subiektywną wartość dla różnych grup interesariuszy, pomiędzy którymi może istnieć konflikt interesów.

Koncepcja TBL reprezentowana jest często w formie diagramu Venna, złożonego z trzech okręgów reprezentujących 3P: ludzi, środowisko i zysk przedsiębiorstwa. Pomiędzy dwoma sąsiadującymi okręgami (np. People-Planet, Planet-Profit, People-Profit) istnieje zależność oraz stan pośredni. Dopiero, kiedy działalność firmy ma pozytywny wpływ na wszystkie trzy wymiary, można mówić o zrównoważonym rozwoju przedsiębiorstwa.

Koncepcja TBL, a także wpływ działań środowiskowych i społecznych na wyniki finansowe, był wielokrotnie testowany. Niestety, wyniki badań są niejednoznaczne (Gimenez i in., 2012), co może być zależne m.in. od: branży, w której testowano założenia TBL, rodzaju podejmowanych inicjatyw, zgodności tych inicjatyw z oczekiwaniami interesariuszy przedsiębiorstwa, perspektywy długo- lub krótkoterminowej, wyników finansowych i innych.

Koncepcja TBL wykorzystywana jest w niektórych publikacjach także jako synonim zrównoważonego rozwoju lub zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa. Spotyka się to z krytyką niektórych badaczy, którzy uważają, że TBL jest czymś całkowicie od zrównoważonego rozwoju odmiennym, a nawet sprzecznym (Milne, Gray, 2013), oraz że może być wykorzystywane jako narzędzie wizerunkowe, pozwalając na wybieranie wyłącznie tych inicjatyw, w których przedsiębiorstwo osiąga dobre wyniki, ponieważ nie uwzględnia perspektywy całego systemu (Martin, Schouten, 2014). TBL nie posiada również mechanizmu optymalizacji skutków ekonomicznych, środowiskowych czy społecznych konkretnych decyzji (Martin, Schouten, 2014). Należy jednak stwierdzić, że dzięki pojawieniu się tej koncepcji wiele przedsiębiorstw zainteresowało się zrównoważonym rozwojem i CSR (Moyle i in., 2018), co samo w sobie jest zjawiskiem pozytywnym. Koncepcja TBL została zrozumiana przez menedżerów wielu przedsiębiorstw i realnie włączona do procesu zarządzania przedsiębiorstwem i raportowania, dzięki czemu zaobserwowane zostały praktyczne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Równocześnie, pomimo swojego uproszczonego charakteru, dla wielu organizacji koncepcja TBL jest nadal zbyt wymagająca. Jej przyjęcie oznacza bowiem konieczność raportowania oraz szerszego zobowiązania, które musi być połączone z normami prawnymi, oczekiwaniami klientów i zyskiem (Hubbard, 2009). Szczególnie dla małych przedsiębiorstw, które stanowią znaczną część rynku (World Trade Organization, 2016), podejście TBL może być nazbyt sformalizowane. Przedsiębiorstwa te identyfi-

kują mniejszą liczbę interesariuszy, mają raczej płaską strukturę, a wizja właściciela w praktyce jest rzadko dyskutowana (Shields, Shelleman, 2014). Ponadto raportowanie w takich przedsiębiorstwach nie stanowi wymogu i prawdopodobnie, nawet gdyby takie raporty powstały, niewiele osób zapoznałoby się z nimi. Również niewielka liczba osób dowiedziałaby się o wynikach osiągniętych przez te przedsiębiorstwa, ponieważ często nie mają one interesariuszy bezpośrednio zainteresowanych takimi raportami.

Koncepcja sformułowana jako CSR 2.0 została zaproponowana przez Vissera (2013), który dowodzi, że koncepcja CSR nie przyniosła do tej pory oczekiwanego sukcesu, a jednocześnie zrównoważony rozwój jest pojęciem nazbyt abstrakcyjnym dla wielu firm, aby z powodzeniem go realizować. Visser (2013) twierdzi, że chociaż wiele przedsiębiorstw wprowadziło do swojej działalności projekty i praktyki CSR, ulepszając swój model funkcjonowania, to jednak na poziomie makro prawie każdy wskaźnik zdrowia społecznego, środowiskowego i etycznego pogorszył się w ostatnich latach. Jest on zdania, że konieczne jest odrodzenie koncepcji CSR i proponuje podejście 2.0, tłumaczone jako Corporate Sustainability and Responsibility – Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność korporacyjna. Ponadto zaprezentował etapy rozwoju CSR przedsiębiorstw stwierdzając, że przedsiębiorstwa mogą rozpocząć działania od dowolnego etapu i płynnie przechodzić do następnego. Mogą też, co stanowi niestety częste zjawisko, pozostać na pewnym etapie i nie rozwijać się.



Rysunek 2. Etapy w rozwoju CSR przedsiębiorstwa

Źródło: Na podstawie: Visser (2013).

Visser (2013) wskazał pięć etapów w rozwoju CSR przedsiębiorstw. W pierwszym etapie, określanym jako etap chciwości, przedsiębiorstwa dążą do maksymalizacji zysku i działają jedynie reaktywnie w sytuacjach kryzysowych. W drugim etapie, filantropii, przedsiębiorstwa podejmują działania społeczne i charytatywne. Trzeci etap, marketingu, polega na wykorzystaniu CSR do budowania pozytywnego wizerunku i konkurencyjności przedsiębiorstwa. Na etapie zarządzania, zrównoważony rozwój jest włączany do strategii przedsiębiorstwa. Ostatnim etapem jest odpowiedzialność. Na tym etapie zrównoważony rozwój jest naczelną wartością przedsiębiorstwa, a decyzje podejmowane są z uwzględnieniem jego celów, aby osiągnąć lepsze efekty w ujęciu globalnym (Rojek-Nowosielska, 2017; Stecko, 2012; Visser, 2013). Propozycję etapów

Vissera (2013) można uznać za dobre podejście do określania motywacji przedsiębiorstwa do podejmowania działań zrównoważonych i odpowiedzialnych w kontekście problemu etyki i wykorzystać do diagnozowania przedsiębiorstw w zakresie realizacji działań zrównoważonego rozwoju.

Kwestia etyki ma duże znaczenie w dyskusji dotyczącej zrównoważonego rozwoju i CSR, a opinie w tej sprawie są bardzo zróżnicowane. Z jednej strony, podejściem skrajnym jest stanowisko prezentowane czasem w Europie i Japonii, że biznes jest zobowiązany, aby służyć społeczeństwu i naturze (Laszlo, 2008), które wyraża pogląd, jakoby dążenie do maksymalizacji zysków przez firmy było niemoralne.

Podważa się jednak w ten sposób ich podstawową funkcję, jaką jest generowanie korzyści materialnych dla akcjonariuszy (Carroll, 1991; Sudoł, 2006), która wynika wprost z definicji przedsiębiorstwa. Zgodnie z definicją, przedsiębiorstwo jest to: *[...] jednostka prowadząca motywowaną chęcią uzyskania korzyści majątkowych działalność gospodarczą, mającą na celu zaspokojenie potrzeb innych podmiotów życia społecznego przez wytwarzanie produktów i/lub świadczenie usług, przy czym działalność ta prowadzona jest samodzielnie na ryzyko właściciela* (Sudoł, 2006, s. 36).

Z innej, bardziej powiązanej z koncepcją zrównoważonego rozwoju definicji wynika, że jest to organizacja [...] *zajmująca się mobilizowaniem zasobów w celach produkcyjnych, aby wytwarzać bogactwo i inne korzyści (a nie celowo je niszczyć, zwiększać ryzyko lub powodować szkody) dla różnorodnych, zainteresowanych stron, zwanych interesariuszami* (Post i in., 2002, tłum. za: Laszlo, 2008).

Wskazując na najważniejsze cechy, jakie charakteryzują przedsiębiorstwo, wynikające z różnych jego definicji, należy stwierdzić, że jest to działalność biznesowa, gospodarcza: prowadzona w celu osiągnięcia korzyści; mająca na celu zaspokojenie potrzeb innych (osób/podmiotów); wytwarzająca dobra lub świadcząca usługi; prowadzona na ryzyko właściciela; mobilizująca zasoby własne.

Peter Drucker (1985) zauważa, że ekonomia wykonywanej działalności jest podstawą, bo bez niej przedsiębiorstwo nie mogłoby realizować żadnych innych działań i podejmować żadnej innej odpowiedzialności (Drucker, 1985; Wolak-Tuzimek, 2019). Jednak maksymalizacja zysku nie może być najważniejszym celem podejmowanej działalności. Podobne wnioski wynikają z przedstawionej przez Carrola (1991) piramidy CSR, zgodnie z którą podstawową odpowiedzialnością przedsiębiorstwa jest odpowiedzialność ekonomiczna. Carroll (1991) wykazał, że przedsiębiorstwo, które generuje straty, nie jest w stanie utrzymać się na rynku, zapewnić stabilności zatrudnienia i tworzyć dobrych warunków pracy, a tym bardziej nie jest w stanie angażować się w działania na rzecz społeczności

czy inicjatywy proekologiczne (Mazur-Wierzbicka, 2019) i dążyć do najwyższych standardów proponowanych w ramach międzynarodowych norm.

Stanowisko całkowicie odmienne zajmuje Milton Friedman, który w opublikowanym przez niego w 1970 roku artykule stwierdził, że przedsiębiorstwo nie ma innych niż zysk zobowiązań społecznych i że biznes odpowiada jedynie za ekonomię swojego działania (Wolak-Tuzimek, 2019). Stanowisko Friedmana jest najczęściej przytaczanym poglądem opozycyjnym (Drucker, 1985; Font, McCabe, 2017; Jabłoński, 2013; Porter, Kramer, 2011; Przychodzeń, 2013; Unuczek, 2022; Wolak-Tuzimek, 2019; Zgrzywa-Ziemak, 2019) do społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa.

Istotną kwestią etyczną z kolei jest motywacja właścicieli przedsiębiorstwa do przyjmowania odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Zgrzywa-Ziemak (2019) postuluje, że podstawą zrównoważenia przedsiębiorstwa jest zmiana postawy moralnej właścicieli. Takie podejście oznaczałoby jednak, że bez zmiany postaw moralnych, żadne pozytywne działania na rzecz środowiska i społeczeństwa nie mogłyby mieć miejsca. Trudno jest także jednoznacznie stwierdzić, jakie są prawdziwe motywacje właścicieli przedsiębiorstwa do angażowania się w wybrane problemy środowiskowe i społeczne. Problematiczną w tym kontekście jest również sytuacja, kiedy przedsiębiorstwo prowadzone jest w formie spółki, a w zarządzie zasiadają jej przedstawiciele o różnych postawach moralnych.

Ladd (1970), będący jednym z oponentów CSR, twierdził, że organizacje są nieśmiertelne, to znaczy, że mogą funkcjonować również po śmierci ich założycieli, a każda osoba w organizacji może zostać zastąpiona bez wpływu na jej działalność (Jonker i in., 2011). Uważał również, że organizacja, jako maszyna czy agregat, nie potrafi odróżniać dobra od zła (Wawro, 2005). Chociaż nie można odmówić słuszności samemu stwierdzeniu, że organizacja nie jest jednostką ludzką obdarzoną uczuciami i moralnością, to jednak, wraz z kreowaniem marki, tworzy system wartości, który stoi u jej podstaw. Całkowita rewolucja w zakresie organizacji, w tym zmiana systemu wartości może sprawić, że będzie to już inna organizacja, choć wciąż posługująca się tą samą nazwą i proponująca ten sam zakres usług.

Specyficznym jest również przypadek firm rodzinnych, w którym należy uwzględnić kwestię wychowania i wartości, jakie przekazywane są następcy, przygotowywanemu do przejęcia funkcji zarządczej w organizacji. W tej sytuacji mamy więc dwa systemy wartości, najczęściej spójne, rodzinny i marki. Dodatkowo marka firmy rodzinnej często związana jest z samym założycielem tak mocno, że próba zmiany jej systemu wartości mogłaby spowodować spadek zaufania klientów i zainteresowania jej usługami, a w konsekwencji – upadek firmy.

Samo stwierdzenie, że to nie organizacja podejmuje decyzje, a jej właściciele i/lub akcjonariusze, nie jest jednoznaczne z tym, że będą to decyzje dobre. Dzieje się tak z wielu powodów. Przede wszystkim każda jednostka ludzka inaczej rozumie pojęcie moralności. Różni ludzie mogą więc inaczej oceniać, co jest dobre, a co jest złe. Ponadto coś może być dobre lub złe w kontekście określonej idei lub punktu odniesienia. Można wskazać bowiem przykłady sytuacji, których nie można ocenić jednoznacznie jako etyczne lub nieetyczne. Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami może być więc uznawane za przejaw odpowiedzialności i etycznego zachowania przedsiębiorstwa, równocześnie może być pojmowane jako próba redukcji kosztów zatrudnienia w związku z pozyskaniem w ten sposób przez firmę dofinansowania do zatrudnienia takich pracowników. Należy jednak zauważyć, że wiele inicjatyw, podejmowanych w wyniku różnych pobudek moralnych, może prowadzić do zmian w postawie moralnej właścicieli, a nie z niej wynikać. Pracodawca zatrudniający osobę niepełnosprawną, kierując się możliwością otrzymania dofinansowania, może w ten sposób zauważyć potencjał takich pracowników, przełamać często istniejącą obawę w relacjach z osobami niepełnosprawnymi lub dostosować miejsce pracy do potrzeb takich osób, co w konsekwencji może prowadzić do długotrwałej i owocnej współpracy pomiędzy większą liczbą osób z niepełnosprawnościami.

Prawdopodobne jest również wystąpienie sytuacji, w której niektóre działania, w danej chwili wydające się być dobrymi, mogą w przyszłości przynieść niespodziewane negatywne konsekwencje. Za przykład takich działań może posłużyć tworzenie nowoczesnych, proekologicznych gospodarstw agroturystycznych, których oferta skierowana jest do mieszkańców dużych miast. Takie obiekty łączą oryginalny charakter wsi z nowoczesnym wyposażeniem i kreują styl życia, niespotykany często w prawdziwym otoczeniu wiejskim. Chociaż nie można jednoznacznie stwierdzić, że trend ten jest dobry lub zły, wpływa on na sposób postrzegania siedlisk wiejskich. Klienci takich obiektów poznają idylliczne wyobrażenie wsi. Czasem, na podstawie tego doświadczenia, decydują się na migrację na wieś. Potencjalnym zagrożeniem, wynikającym z takiej migracji ludności miejskiej, u której powstał fałszywy obraz polskiej wsi, mogą być konflikty z lokalną społecznością, biorące się z różnych przyzwyczajeń, odmiennego sposobu myślenia czy lokalnych tradycji. Korzyścią wynikającą z tworzenia takich miejsc jest ich wkład w popularyzację wsi, zwrócenie uwagi na jej atrakcyjność, a fakt, że wypoczynek w takim miejscu może wpłynąć na decyzję o migracji na tereny wiejskie, których populacja stale się zmniejsza, również jest aspektem pozytywnym. Przesiedlanie się ludności miejskiej, często o wysokim statusie materialnym i wyższym wykształceniu, może prowadzić do transferu wiedzy do wsi czy tworzenia pozarolniczych miejsc pracy, ale jednocześnie wieś może w ten sposób ztracać swój charakter, tradycje i lokalną kulturę.

Zarówno przykład zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami, jak i nowoczesnych agroturystyk pokazują, że w szerokiej perspektywie trudno jest mówić jednoznacznie, jakie działania są „dobre”, a jakie „złe”. Każde działanie przedsiębiorstwa niesie za sobą złożone, wielopłaszczyznowe konsekwencje dla systemu gospodarczego, społecznego i naturalnego, wpływa na otoczenie, ale także zmienia się pod jego wpływem (Kowalska-Styczeń, 2015; Zgrzywa-Ziemak, 2019). Laszlo (2008) postuluje, że nie powinno dokonywać się wyboru czy do zrównoważonego rozwoju podchodzić w kategorii etyki czy zysku, ale że działania powinny dawać jednocześnie wartość i dla interesariuszy i dla akcjonariuszy.

1.5. Cele i zadania zrównoważonego rozwoju dla biznesu

Cele i zadania zrównoważonego rozwoju określone w dokumentach strategicznych, definiują działania, jakie powinny zostać podjęte oraz cele, jakie powinny zostać osiągnięte w wymiarze globalnym. Wskaźniki pomiaru wykorzystywane do określania poziomu realizacji tych celów dedykowane są rządowi i organizacjom międzynarodowym. Skuteczna realizacja zadań oraz konsekwentne dążenie do realizacji celów nie są możliwe bez zmiany sposobu patrzenia na zagadnienia środowiskowe, społeczne i ekonomiczne przez społeczeństwo oraz przedsiębiorstwa, a także ich ścisłą współpracę. Punkt 28 Rezolucji „Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030” podkreśla zobowiązanie do: [...] *dokonywania zasadniczych zmian we wzorcach, według których nasze społeczeństwa produkują i konsumują towary i usługi. Rządy, organizacje międzynarodowe, sektor biznesu i inne podmioty niepaństwowe oraz obywatele muszą przyczynić się do zmiany niezrównoważonych wzorców konsumpcji i produkcji* (ONZ, 2015, s. 9).

Choć zobowiązanie to podkreśla zmianę, która w efekcie ma przyczynić się do osiągnięcia zrównoważenia w krajach rozwijających się, to przypomina też, że wzorce te muszą płynąć ze zrównoważonego rozwoju krajów rozwiniętych. W punkcie 52 Rezolucji proklamowano połączenie działań rządów, struktur ONZ i instytucji międzynarodowych, władz lokalnych, społeczeństwa obywatelskiego, biznesu, sektora prywatnego, środowisk akademickich, rdzennej ludności i wszystkich ludzi na rzecz zrównoważonego rozwoju (ONZ, 2015, s. 14).

Ośrodek Informacji ONZ UNIC Warszawa postuluje, że globalne cele powinny być przekładane na działania lokalne i stać u podstaw lokalnego biznesu (UNIC Warsaw, 2019). W Polsce najbardziej rozpoznawalną inicjatywą zachęcającą przedstawicieli polskiego biznesu do angażowania się w realizację celów Agendy jest „Kampania 17 celów” prowadzona przez CSR Consulting (2020).

Partnerami merytorycznymi projektu są w chwili obecnej²: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Global Compact Poland, Główny Urząd Statystyczny oraz Krajowa Izba Gospodarcza. Warto jednak zwrócić uwagę, że działania GUS i CSR Consulting w procesie tworzenia wskazań dla biznesu odwołują się bezpośrednio do treści Agendy 2030, a nie do polskiej Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 roku), za stworzenie i realizację której odpowiada Ministerstwo Rozwoju³, obejmujące „Kampanię 17 celów” patronatem honorowym. W ramach „Kampanii 17 celów” dla każdego celu Agendy 2030 zaproponowane zostały cele dla biznesu, których realizowanie powinno stać się elementem indywidualnej strategii przedsiębiorstwa. Możliwość realizacji tych celów uzależniona jest w znacznym stopniu od wielkości przedsiębiorstwa, jego umiejscowienia, branży i profilu działalności (CSR Consulting, 2020).

Pomiar zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie jest zadaniem trudnym, ponieważ konkretne działania w obszarze każdego z celów uzależnione są od indywidualnej strategii biznesowej przedsiębiorstwa. Instytucje odpowiedzialne za określanie celów, zadań i wskaźników Zrównoważonego Rozwoju podkreślają rolę raportowania celem pomiaru poziomu zrównoważenia. Przyjęte najszerzej standardy raportowania zrównoważonego rozwoju zostały stworzone przez założoną w 1997 roku w Bostonie organizację Global Reporting Initiative (GRI). Pierwsze ramy zostały opublikowane w 2000 roku, a aktualnie obowiązującymi są Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ogłoszone w 2016 roku (Czaja-Cieszyńska, 2018; Shields, Shelleman, 2014), które w czerwcu 2018 roku zastąpiły ramy GRI G4. Na swojej stronie internetowej GRI (2020) podaje, że *93% największych z 250 korporacji na świecie informuje o swojej wydajności w zakresie zrównoważonego rozwoju*. W wyniku wprowadzenia przez Unię Europejską obowiązków wynikających z dyrektywy 2014/95/UE implementowanych do polskiego prawa ustawą z dn. 15 grudnia 2016 r. (Dz.U. z 2017 r. poz. 61), największe firmy i instytucje publiczne, określone kryteriami ww. ustawy, mają obowiązek od 1 stycznia 2017 roku raportowania informacji niefinansowych. Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej podaje, że szacowana liczba podmiotów w skali Unii Europejskiej, której przepisy te dotyczą to ok. 6000 organizacji (Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, 2019).

Obszerność dokumentacji oraz brak tłumaczenia na język polski aktualnych ram GRI Standards, mogą stanowić determinanty braku raportowania wśród firm i organizacji pozarządowych (NGO). Z analizy prowadzonej przez Czaję-

² Partnerzy projektu zmieniają się corocznie. Pełna lista partnerów, w tym partnerów głównych i wspierających na stronie internetowej projektu – <https://kampania17celow.pl> (dostęp: 10.10.2022).

³ W okresie od 12 stycznia 2018 do 15 listopada 2019 Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologi.

-Cieszyńską w 2018 roku na podstawie danych z GRI's Sustainability Disclosure Database wynika, że w latach 2015–2017 zarejestrowano łącznie 118 raportów zrównoważonego rozwoju według wytycznych/ standardów GRI w Polsce, w tym w 2015 – 44 raporty, w tym 1 raport NGO, w 2016 – 43 raporty, w tym 2 raporty NGO, a w 2017 – 31 raportów, w tym 0 raportów NGO (Czaja-Cieszyńska, 2018). Dane za lata 2018–2020 nie są dostępne w ww. bazie (GRI's Sustainability Disclosure Database, n.d.). GRI deklaruje, że przygotowane wytyczne wspierają firmy w ujawnianiu informacji na temat zrównoważonego rozwoju zgodnie z międzynarodowymi standardami. Podkreśla też, że ujawnianie informacji inspirowane odpowiedzialnością, poprawia zarządzanie i relacje z interesariuszami, a także buduje zaufanie (GRI, 2020).

W literaturze pojawiają się jednak głosy krytyki w stosunku do standardów raportowania GRI. Zarzuca się im m.in. wyłącznie wizerunkowy wydźwięk, skupianie się bardziej na samym fakcie raportowania niż dbałości o zrównoważony rozwój (Milne, Gray, 2013), czy też generowanie konfliktów na linii społeczeństwo – organizacja, związanych z polityką przejrzystości (Dingwerth, Eichinger, 2010). Organizacje w ramach dobrowolnych raportów mogą prezentować nieprawdziwe informacje lub nie publikować niewygodnych informacji.

W opinii badaczy wskaźniki, które wykorzystywane są do pomiaru zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie, należy dostosować do specyfiki jego działalności z uwzględnieniem różnic kulturowych i gospodarczych krajów (Kosacka, Werner-Lewandowska, 2016). W odpowiedzi na wyzwanie, jakim jest dostosowanie wskaźników ONZ dla biznesu, a także z uwagi na skomplikowane i czasochłonne wdrożenie standardów raportowania GRI w przedsiębiorstwie, GUS zaproponował zestaw wskaźników SDGs dla biznesu w Polsce w ramach „Kampanii 17 celów”. W ramach tej kampanii powstało narzędzie „Barometr Wpływu”, które ma umożliwić pomiar wpływu biznesu na realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Opracowanie narzędzia nastąpiło we współpracy z GUS i zawiera 30 wskaźników mierzących kluczowe obszary sześciu SDGs uznanych za priorytetowe dla polskiego biznesu (CSR Consulting, 2020). Wskaźniki te zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Barometr Wpływu. Wskaźniki SDG dla biznesu

Cel 3: Dobre zdrowie i jakość życia	• Średnie wydatki na zdrowie pracownika
Cel 4: Dobra jakość edukacji:	• Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadających na pracownika. • Liczba uczniów i studentów objętych wsparciem edukacyjnym w stosunku do liczby pracowników. • Odsetek pracowników przeszkolonych w zakresie zrównoważonego rozwoju. • Odsetek pracowników zaangażowanych w inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju. • Liczba osób objętych edukacją na temat zrównoważonego rozwoju w stosunku do liczby pracowników

cd. tabeli 2

Cel 5: Równość płci	• Odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych. • Stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn. • Różnica w przyjęciach aplikujących w rekrutacjach kobiet w stosunku do mężczyzn. • Odsetek pracowników przeszkolonych w zakresie przeciwdziałania mobbingowi, molestowaniu seksualnemu, przemocy lub dyskryminacji. • Różnica w korzystaniu z programów wsparcia ułatwiających opiekę nad dziećmi, starszymi rodzicami i innymi osobami zależnymi przez kobiety w stosunku do mężczyzn. • Różnica w korzystaniu z urlopów rodzicielskich przez kobiety w stosunku do mężczyzn
Cel 8: Wzrost gospodarczy i godna praca	• Wartość dodana firmy w przeliczeniu na pracownika. • Odsetek zatrudnionych na podstawie umowy o pracę. • Stosunek najwyższego do najniższego wynagrodzenia w firmie. • Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej. • Fluktuacja pracowników. • Odsetek osób z niepełnosprawnościami wśród pracowników. • Stosunek liczby zgłoszonych naruszeń kodeksu etycznego do liczby pracowników. • Odsetek zakupów, których dostawcy podlegają weryfikacji w zakresie kryteriów CSR
Cel 9: Innowacyjność, przemysł, infrastruktura	• Wydatki na działalność innowacyjną w odniesieniu do przychodu. • Odsetek wydatków przeznaczonych na zrównoważone rozwiązania w ramach wydatków działalność innowacyjną. • Liczba projektów badawczych prowadzonych we współpracy z instytucjami naukowymi w ostatnich 3 latach
Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja	• Efektywność materiałowa. • Efektywność energetyczna. • Udział wykorzystywanej energii ze źródeł odnawialnych. • Emisja gazów cieplarnianych. • Efektywność wodna. • Odsetek odpadów poddanych recyklingowi lub ponownemu wykorzystaniu. • Odsetek surowców i materiałów pochodzących ze zrównoważonych źródeł

Źródło: Na podstawie: Główny Urząd Statystyczny (2020).

Niestety w ramach prowadzonych badań nie udało się pozyskać tego narzędzia do wglądu, co utrudnia ustosunkowanie się do jego treści. Z zaproponowanych wskaźników (bez informacji o jednostkach pomiaru), do których dostęp jest powszechny, można jednak wnioskować, że wymagają one od przedsiębiorstwa mechanizmów pomiaru ilościowego. Obliczanie wskaźników dotyczących obszaru pracowniczego staje się łatwiejsze w dużych przedsiębiorstwach, gdzie zatrudnianych jest kilku – kilkunastu pracowników na tych samych stanowiskach, niż w mikroprzedsiębiorstwach, gdzie na danym stanowisku pracuje jedna osoba, a różnice w wynagrodzeniu wynikają w dużej mierze z obowiązków pracownika. Wskaźniki SDGs dla biznesu opracowane przez GUS mogą być wskazówką dla przedsiębiorstw, na jakie aspekty działalności powinny zwrócić uwagę.

1.6. Zrównoważenie przedsiębiorstwa

Kwestia definiowania CSR i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa jest niezwykle trudna i wzbudza wiele kontrowersji. W 2019 roku Zgrzywa-Ziemak (2019) dokonała systematycznego przeglądu literatury w zakresie defi-

niowania zrównoważonego przedsiębiorstwa i wskazała na 14 kluczowych definicji tego pojęcia. Listę definicji otwiera zaproponowana w 1992 roku przez International Institute for Sustainable Development (IISD). Pomimo tego, że w toku niemal 30 lat badań podano wiele kolejnych definicji, ta wydaje się wyjątkowo dobrze obrazować problem, zwracając przy tym uwagę na wszystkie najważniejsze aspekty: zaspokojenie obecnych i przyszłych potrzeb przedsiębiorstwa (wymiar ekonomiczny), zaspokojenie potrzeb interesariuszy (zakres przestrzenny), ochronę zasobów ludzkich (wymiar społeczny), zasobów naturalnych (wymiar ekologiczny) oraz zachowanie zasobów dla przyszłych pokoleń (orientacja czasowa). Zgodnie z definicją IISD, zrównoważenie przedsiębiorstwa oznacza [...] *przyjmowanie strategii biznesowych i działań, które zaspokajają obecne potrzeby przedsiębiorstwa i jego interesariuszy, jednocześnie chroniąc, podtrzymując i wzmacniając ludzkie i naturalne zasoby, które będą potrzebne w przyszłości* (International Institute for Sustainable Development, 1992, tłum. za: Zgrzywa-Ziemak, 2019, s. 80).

W sceptycznych rozważaniach dotyczących zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach pojawiają się głosy dotyczące problemu zachowania czy nawet dążenia do równowagi pomiędzy obszarami społecznym, ekologicznym i ekonomicznym w przedsiębiorstwie. Warto zwrócić uwagę, że nie zawsze rozwój zrównoważony definiowany jest jako *koncepcja harmonijnie kojarząca ład ekologiczny, ekonomiczny i społeczny* (Milewski, Załoga, 2015, s. 142), chociaż taka definicja jest popularna, a w literaturze można odnaleźć nawet zobrazowanie wspomnianej równowagi na szalach wagi (Kazojć, 2014). To właśnie podejście wskazujące, że przedsiębiorstwo zrównoważone miałoby osiągnąć stan równowagi pomiędzy skonfliktowanymi obszarami, wzbudza szczególne obiekcje. Rozwój gospodarczy do tej pory prowadził najczęściej do degradacji środowiska naturalnego i wpływał negatywnie na społeczeństwo, a ekonomiczne sukcesy często realizowane były przez przedsiębiorstwa kosztem środowiska. Równie krytyczne podejście uwidacznia się w stosunku do koncepcji czerpania korzyści ekonomicznych z rozwoju proekologicznego i prospołecznego przedsiębiorstw, co może wynikać z obawy, że kadra menedżerska przekroczy granicę, za którą proekologiczne czy prospołeczne działania nie służą już środowisku czy społeczeństwu, ale jedynie osiągnięciu zysków.

Zupełnie inne spojrzenie na rozwój zrównoważony przedsiębiorstwa klaruje się, kiedy przytaczane są inne definicje tego zjawiska. Przychodzeń (2013) definiuje zrównoważone przedsiębiorstwo jako jednostkę gospodarczą, która: [...] *osiąga cele biznesowe w sposób zgodny ze standardami etycznymi i mający na uwadze kreowanie wartości dla interesariuszy (obszar społeczny), prowadzi do poprawy wydajności pracy i wizerunku firmy, zwiększając przychody (obszar*

finansowy) oraz sprzyja wbudowywaniu czynników związanych ze środowiskiem przyrodniczym w podstawowe kompetencje firmy (obszar środowiskowy).

Ta definicja zwraca uwagę na konieczność uwzględnienia w działaniach firmy dbałości o środowisko przyrodnicze, tworzenia przyjaznych i wydajnych miejsc pracy przy jednoczesnym kreowaniu wartości dla interesariuszy.

Bardzo ważnym aspektem podniesionym w definicjach zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa jest kreowanie wartości, a zarazem wsłuchiwanie się w potrzeby interesariuszy. Każda z tych grup potrzebuje do funkcjonowania przedsiębiorstw, które odnoszą sukcesy i wprowadzają na rynek innowacyjne produkty i usługi spełniające ich potrzeby, jednocześnie tworząc nowe miejsca pracy (Porter, Kramer, 2011). Przedsiębiorstwa potrzebują natomiast interesariuszy wyedukowanych: partnerów biznesowych dostarczających produkty i usługi wysokiej jakości w sposób terminowy; wykwalifikowanych i zdrowych pracowników, którzy szanują i identyfikują się z wartościami prezentowanymi przez firmę; kompetentnych władz i adekwatnych przepisów oraz świadomych konsumentów. Dbłość o środowisko i zasoby naturalne, przeciwdziałanie marnowaniu żywności, redukcja odpadów (aspekt środowiskowy), tworzenie dobrej jakości miejsc pracy, współpraca z jednostkami oświatowymi i podnoszenie kompetencji pracowników (obszar społeczny) stanowią dla przedsiębiorstw drogę do pozyskania zdrowej i wykwalifikowanej siły roboczej, a jednocześnie konsumentów, którzy będą zainteresowani oferowanymi produktami i usługami. To natomiast jest niezbędnym czynnikiem dla poprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa w obszarze ekonomicznym.

Prezentowanie przez firmy w kampaniach marketingowych działań społecznie odpowiedzialnych i zrównoważonych daje możliwość propagowania wiedzy dotyczącej globalnych i lokalnych zagrożeń, zwiększając świadomość konsumentów i w dłuższej perspektywie czasowej oddziałując na zmiany we wzorcach konsumpcyjnych (Dummet, 2006; Przychodzeń, 2013). Niezmiernie istotne jest, aby dyskusje i przekazy medialne mające związek z działaniami zrównoważonego rozwoju realizowanymi przez biznes, miały pozytywny odbiór w przestrzeni publicznej, jednak nie może to stanowić ich celu. Konieczne jest prowadzenie komunikacji firmy dotyczącej zrównoważonego rozwoju w sposób rzetelny, a jednocześnie pozytywny. Podawanie w wątpliwość kwestii moralnych, jakie miałyby stać za działaniami firmy, umniejsza wadze działań i realizowanych zmian.

Dummet (2006) wskazał takie czynniki determinujące zmiany w zakresie wprowadzania przez firmy działań odpowiedzialnych i zrównoważonych jak: ustawodawstwo rządowe, oszczędność kosztów, przewaga rynkowa, unikanie ryzyka, reagowanie na wypadek lub zagrożenie środowiskowe, ochrona lub wzmocnienie reputacji marki, presja ze strony akcjonariuszy, presja ze strony

konsumentów, presja ze strony organizacji pozarządowych i oczekiwania społeczne. Na schemacie presja ze strony akcjonariuszy, konsumentów, organizacji pozarządowych i oczekiwania społeczne zostały zgrupowane jako presja interesariuszy. Relacja między poszczególnymi czynnikami jest relacją dwukierunkową.

Jak obrazuje rysunek 3, ustawodawstwo może determinować działania społecznie odpowiedzialne, ale również takie działania mogą wpłynąć na zmianę w ustawodawstwie. Potrzeba ochrony lub wzmocnienia reputacji marki może być determinantą do wprowadzenia działania społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonego przez firmę, ale też podjęcie działania może skutkować ochroną lub wzmocnieniem reputacji marki. Presja wywierana przez interesariuszy może zmobilizować firmę do podjęcia działania społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonego, ale też wprowadzenie działania przez firmę, może rozbudzić oczekiwania i wpłynąć na świadomość ekologiczną i społeczną interesariuszy oraz na ich oczekiwania w przyszłości zarówno w stosunku do produktów, usług i działań tej firmy, jak i konkurencyjnych przedsiębiorstw. Potrzeba oszczędności kosztów może być determinantą działania społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonego, ale też ograniczenie ilości używanych surowców z innych przyczyn może doprowadzić do zmniejszenia kosztów. Chęć uzyskania przewagi rynkowej może być bodźcem dla firmy do wdrożenia działania społecznie odpowiedzialnego i zrównoważonego, które pozwoli na uzyskanie takiej przewagi, ale również wprowadzenie działania z innych przyczyn może doprowadzić do efektu uzyskania przewagi rynkowej. Przeciwdziałanie ryzyku lub działanie będące następstwem wypadku może być determinantą do poszukiwania przez przedsiębiorstwo innowacyjnych rozwiązań, ale też innowacyjne rozwiązania podejmowane z innych przyczyn mogą przeciwdziałać ryzyku i chronić przed wypadkami oraz eliminować negatywny wpływ na środowisko.



Rysunek 3. Czynniki wpływające na podejmowanie działań odpowiedzialnych i zrównoważonych przez firmy

Źródło: Na podstawie: Dummett (2006).

Zobrazowanie dwustronności w zależności pomiędzy determinantą a podejmowaniem działań przez przedsiębiorstwo, wskazuje również powiązania przyczynowo-skutkowe pomiędzy różnymi czynnikami, np. wdrożenie działania mającego na celu uzyskanie oszczędności poprzez wtórne wykorzystanie surowców może doprowadzić do wytworzenia produktu, który pozwoli na uzyskanie przewagi rynkowej itd. Ten konkretny przykład unaocznia kolejny postulat w stosunku do biznesu, który przytacza Jonker (2011) – konieczność przejścia z gospodarki linearnej w kierunku gospodarki cyklicznej. Produkty i usługi firmy powinny być zaprojektowane w taki sposób, aby *tworzyć największą możliwą wartość użytkową w możliwie najdłuższym czasie przy możliwie minimalnym niszczeniu zasobów naturalnych* (Jonker i in., 2011). Produkty w tym podejściu powinny być wytwarzane z użyciem możliwie najmniej emisyjnych technologii, przy jak najmniejszym zużyciu zasobów naturalnych (np. poprzez użycie materiałów z recyklingu) i dając przy tym możliwość późniejszego ponownego użycia, w innej formie, powstałego odpadu w momencie zakończenia cyklu życia produktu.

Wzajemne wpływy społeczeństwa, przedsiębiorstw i prawodawstwa potwierdzają powszechną opinię, że wdrażanie koncepcji zrównoważonego rozwoju nie jest możliwe bez udziału biznesu (Barkemeyer i in., 2014; Jonker i in., 2011; Laszlo, 2008; Zgrzywa-Ziemak, 2019). Te same czynniki i ich wzajemne powiązania wskazują, że zmiany zachodzące w przedsiębiorstwie wpływają na zmianę otoczenia i odwrotnie. Dlatego rozwój zrównoważony przedsiębiorstwa należy traktować w kategoriach procesu, a nie stanu, gdyż zmieniające się uwarunkowania zewnętrzne (gospodarcze, środowiskowe i społeczne) zmieniają kryteria stanu ostatecznego. Zgrzywa-Ziemak (2019, s. 11) rozdziela pojęcie zrównoważone przedsiębiorstwo, definiując je jako stan idealny, od pojęcia zrównoważenie przedsiębiorstwa rozumianego jako *zobowiązanie i działanie przedsiębiorstwa na rzecz wkładu w rozwój zrównoważony i trwały*.

W niniejszej pracy przyjmuje się sformułowanie rozwój zrównoważony przedsiębiorstwa celem podkreślenia procesualnego charakteru zjawiska, przyjmując jednocześnie za wiążącą w ramach monografii definicję International Institute for Sustainable Development z 1992 roku, odświeżoną w ramach publikacji IISD z 2001 roku zgodnie z którą (International Institute for Sustainable Development, 2001, s. 1): *[...] dla przedsiębiorstwa zrównoważony rozwój oznacza przyjęcie strategii i działań biznesowych, które zaspokajają obecne potrzeby przedsiębiorstwa i jego interesariuszy, jednocześnie chroniąc, utrzymując i ulepszając zasoby ludzkie i naturalne, które będą potrzebne w przyszłości*.

Przedsiębiorstwa planujące prowadzenie działań społecznie odpowiedzialnych i zrównoważonych powinny jasno je określić i zestawić z celami i ich oto-

czeniu tak, aby działania te nie miały cech przypadkowości, a stanowiły element komplementarny do polityki firmy. Tworzony jest w ten sposób określony wzorzec działań, zestawiony z otoczeniem przedsiębiorstwa, który determinuje skuteczność osiągania założonych celów, czyli strategia biznesowa przedsiębiorstwa (Håkansson, Snehota, 1989). Właściwie skonstruowana strategia pozwala na osiąganie korzyści ekonomicznych przez przedsiębiorstwo w jej otoczeniu. Definicja strategii biznesowej przedsiębiorstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju została przedstawiona m.in. w „Encyklopedii celów zrównoważonego rozwoju ONZ” z 2019 roku i nawiązuje ona do definicji rozwoju zrównoważonego przedsiębiorstwa IISD (Long, 2019, s. 975): *Strategia biznesowa na rzecz zrównoważonego rozwoju to integracja celów ekonomicznych, środowiskowych i społecznych z celami, działaniami i planowaniem firmy w celu stworzenia długoterminowej wartości dla firmy, jej interesariuszy i szerszego społeczeństwa. Oznacza to, że strategia jest formułowana i realizowana w taki sposób, aby potrzeby firmy i jej interesariuszy były już dziś zaspokajane, przy jednoczesnej ochronie, utrzymaniu i wzbogacaniu zasobów naturalnych, które będą potrzebne w przyszłości.*

W powyższej definicji strategii biznesowej zwrócono uwagę na konieczność integrowania celów ekonomicznych, środowiskowych i społecznych z celami przedsiębiorstwa. Oznacza to, że firma, która chce działać zgodnie z koncepcją zrównoważonego rozwoju, powinna przyjąć w strategii takie działania, które zwracając uwagę na problemy społeczne i środowiskowe jednocześnie przynoszą dochody organizacji. Efektem wdrożonej strategii biznesowej, zgodnej z koncepcją zrównoważonego rozwoju, powinno być wytworzenie takich produktów i usług, które niosą wartość dla interesariuszy i społeczeństwa, jednocześnie chroniąc zasoby naturalne oraz przynosząc korzyści (w tym również finansowe) dla organizacji.

1.7. Diagnozowanie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw, korzyści i bariery aplikacji

Problemy pogarszającego się stanu środowiska, zużywania zasobów naturalnych czy nierówności społecznych są obecnie faktem. Pomimo że wprowadzenie działań zrównoważonych przez przedsiębiorstwa może być formą strategii podnoszącej jego konkurencyjność, to przede wszystkim należy patrzeć na zmianę w kierunku zrównoważenia jako na zmianę reaktywną. Wprowadzanie tych działań, a tym samym wejście przedsiębiorstwa na drogę rozwoju w kierunku zrównoważenia, stanowi element transformacji przedsiębiorstwa, która jest aktualnie nie tylko oczekiwana, ale i wymagana. Przedsiębiorstwa mają

możliwość realnego oddziaływania na całe swoje otoczenie – bezpośrednio i pośrednio. Mogą przyczynić się do poprawy stanu środowiska, walki z dyskryminacją i nierównościami społecznymi, czy wspierać edukację i badania.

Rozwój rozumiany jako proces wymaga ciągłych zmian. Aby skutecznie zarządzać tymi zmianami, należy zrozumieć ogólną sytuację systemu i znaleźć czynniki, które utrudniają realizację tych zmian. Biorąc natomiast pod uwagę cel wprowadzanych zmian, można zrównoważenie rozpatrywać również w kategorii doskonalenia organizacji. Niemniej dążenie do działania w sposób odpowiedzialny nie powinno narażać przedsiębiorstwa na straty, w tym wizerunkowe, co stałoby w sprzeczności z filarem ekonomicznym zrównoważonego rozwoju.

Niezależnie od tego, czy jako punkt wyjścia do wprowadzania zrównoważonego rozwoju przyjęty zostanie reaktywne zarządzanie zmianą czy doskonalenie organizacji, w obu przypadkach pierwszym krokiem jest wdrożenie działań diagnostycznych (Griffin, 2017). Diagnoza jest rozumiana przede wszystkim jako *rozpoznanie badanego stanu rzeczy przez zaliczenie go do znanego typu* (Ziemski, 1973, za: Gołuchowski, 1997, s. 18) lub też jako *rozpoznanie wyróżnionego zdarzenia ze względu na planowane działanie* (Pszczółowski, 1978, za: Gołuchowski, 1997, s. 18). Niezbędnym w procesie diagnozowania jest określenie czynników, które wspierają lub utrudniają realizację tych zmian.

Istnieje wiele czynników, które nie pozwalają przedsiębiorstwom skutecznie włączać elementów zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu do swojej strategii biznesowej, które są akcentowane w literaturze. W oparciu o badania literaturowe w ramach niniejszej monografii zidentyfikowano ograniczenia i przeszkody, które zostały autorsko podzielone na cztery grupy: koncepcyjne, proceduralne, strukturalne wewnętrzne i strukturalne zewnętrzne.

Do barier koncepcyjnych, związanych z definiowaniem paradygmatu zrównoważonego rozwoju, należy zaliczyć:

- mnogość definicji (Dahlsrud, 2008; Zgrzywa-Ziemak, 2019),
- liczba tłumaczeń pojęcia „sustainable development” (Stanny, Czarnecki, 2011),
- mnogość koncepcji pokrewnych (Rojek-Nowosielska, 2017),
- poziom skomplikowania teorii (Mensah, 2019),
- rozległość programu (Font, McCabe, 2017; Gruchelski, Niemczyk, 2016),
- obawa o to, czy koncepcja jest właściwie rozumiana m.in. przez brak zgodności w tym zakresie w środowisku akademickim.

Do barier proceduralnych, określających sposób realizowania wyzwań zrównoważonego rozwoju, można zaliczyć:

- brak konkretnych wytycznych w zakresie praktycznej realizacji założeń zrównoważonego rozwoju (Kosacka, Werner-Lewandowska, 2016),

- brak uznanej metodyki oceny przedsiębiorstwa w zakresie realizacji założeń zrównoważonego rozwoju (Kosacka, Werner-Lewandowska, 2016),
- brak dostosowania celów i zadań do specyfiki miejsca, jego historii i kultury (Roszkowska, Karwowska, 2014),
- brak dostosowania celów i zadań do specyfiki działalności gospodarczej,
- często zmieniająca się polityka krajowa,
- wynikające z przepisów krajowych ograniczenia lub przepisy stojące w sprzeczności z polityką rozwoju zrównoważonego (Jaźwińska, 2016),
- skomplikowane systemy raportowania (Czaja-Cieszyńska, 2018),
- konieczność nadmiernego raportowania (Dingwerth, Eichinger, 2010),
- ujawnienie danych wrażliwych w ramach raportów (Dingwerth, Eichinger, 2010),
- brak poczucia odpowiedzialności lub nakazu diagnozowania, czy prowadzona działalność ma pozytywny lub negatywny wpływ na środowisko (Zuzek, 2017).

Barriere strukturalne podzielone zostały na dwie grupy: strukturalne wewnętrzne, dotyczące samego przedsiębiorstwa i jego zasobów wewnętrznych, oraz strukturalne zewnętrzne, dotyczące przedsiębiorstwa w jego relacji z otoczeniem.

Do barier strukturalnych wewnętrznych można zaliczyć:

- brak zrozumienia lub znajomości pojęcia wśród kadry zarządczej i pracowników,
- brak zainteresowania przedsiębiorców problemem (Zuzek, 2017),
- brak wiedzy o możliwości aplikacji działań w biznesie (Jonker i in., 2011),
- niechęć do realizowania działań jako pierwszy podmiot na rynku (Laszlo, 2008),
- niechęć do zmiany przyzwyczajeń (Jaźwińska, 2016; Zuzek, 2017),
- wybiórcza świadomość ekologiczna (Seroka-Stolka, 2011),
- brak czasu przedsiębiorców (Popescu i in., 2013; Shields, Shelleman, 2014),
- koszty wdrożenia strategii (Popescu i in., 2013; Shields, Shelleman, 2014),
- mentalność pracowników (Jaźwińska, 2016),
- ryzyko procesu zarządzania zmianą (Griffin, 2017),
- brak zaangażowania pracowników w realizację strategii (Jaźwińska, 2016),
- brak środków na własną interpretację programu (Kachniewska, 2018; Shields, Shelleman, 2014),
- przekonanie o ograniczonym wpływie na sytuację globalną,
- obawy związane z odbiorem społecznym prowadzonych działań,
- ryzyko oskarżenia o prowadzenie działań pozorowanych (w tym *greenwashing*).

Do barier strukturalnych zewnętrznych, związanych z rynkiem i interesariuszami zewnętrznymi przedsiębiorstwa można zaliczyć:

- sytuacja na rynku i popyt na produkty (Jaźwińska, 2016),
- brak zainteresowania interesariuszy (Jaźwińska, 2016),
- niechęć do zmiany przyzwyczajeń konsumentów (Jaźwińska, 2016; Zuzek, 2017),
- świadomość ekologiczna interesariuszy (Seroka-Stolka, 2011),
- wpływy kulturowe i religijne na edukację i zachowania społeczne (Czaja, 2016),
- odbiór społeczny działań realizowanych przez przedsiębiorstwa.

Bariery te sprawiają, że pomimo licznych deklaracji dotyczących implementowania działań z zakresu zrównoważonego rozwoju, przedsiębiorstwa realnie koncentrują na pojedynczych, wybranych i jak wskazują badacze – często przypadkowych (Miecznikowski, 2019). Przykładami takich wybiórczych działań mogą programy związane ze społecznym lub środowiskowym zaangażowaniem (Laszlo, 2008) lub wdrożenie systemu raportowania (Jonker i in., 2011). Przypadkowość może prowadzić zaś do odrzucenia kontroli efektów prowadzonych działań i przyjęcia a priori założenia o braku znaczącego wpływu działań przedsiębiorstwa na społeczeństwo czy środowisko.

Jak wynika z licznych badań, prowadzenie i komunikowanie działań przedsiębiorstwa, zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, może mieć pozytywny wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstwa i jego wyniki finansowe (Fan, 2005; Do, Nguyen, 2020; Marquina, Morales, 2012; Santos i in., 2019; Stojanovic i in., 2020; Xie i in., 2019; Zatwarnicka-Madura i in., 2019), a także na inne obszary działalności przedsiębiorstwa, w tym na: lojalność pracowników (Do, Nguyen, 2020), wybory konsumenckie (Chahal, Sharma, 2006; Fan, 2005; Marquina, Morales, 2012), czy przychylność instytucji finansowych i inwestorów (Chahal, Sharma, 2006; Drapińska, 2015; Quan i in., 2018). Działania zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju i CSR wzmacniają reputację firmy i jej ekologiczny wizerunek (Gangi i in., 2020; Melo, Garrido-Morgado, 2012) odróżniając w ten sposób przedsiębiorstwo od konkurencji.

Kotler i in. (2012) w książce „Dobro płaca”, za wynikami badań Business for Social Responsibility wymieniają szereg korzyści, jakie przedsiębiorstwo realizujące założenia zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu może osiągnąć:

- wzrost sprzedaży i udziału w rynku,
- wzmocnienie pozycji marki,
- poprawa wizerunku i siły przebicia firmy,
- wzrost zdolności przyciągania, motywowania i zatrzymywania pracowników,

- spadek kosztów operacyjnych,
- wzrost atrakcyjności dla inwestorów i analityków finansowych.

Także Gahramanowa podsumowuje zalety, jakie odnoszą przedsiębiorstwa realizujące zasady społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju:

- możliwość stosowania wyższych cen dla produktów zrównoważonych,
- zwiększona lojalność konsumentów wobec społecznie zaangażowanej marki,
- możliwość budowania trwałych relacji z dostawcami dzięki większej wiarygodności,
- możliwość rekrutowania utalentowanych pracowników, dzięki pozytywnej reputacji,
- zwiększona szansa na wsparcie rządowe lub instytucjonalne w sytuacji kryzysowej,
- większa szansa pozytywnego przyjęcia na rynkach zagranicznych,
- możliwość pozyskania inwestorów strategicznych, którzy zwracają uwagę na wyniki przedsiębiorstwa na różnych płaszczyznach, nie tylko finansowej (Gahramanowa, 2019).

Na poparcie swojej tezy Gahramanowa (2019) wskazuje także, na podstawie zestawień „Forbes”, że przedsiębiorstwa, które odnoszą w ostatnich latach największe sukcesy na rynku, jednocześnie są przedsiębiorstwami przykładającymi dużą wagę do kwestii CSR (Gahramanowa, 2019) i zrównoważonego rozwoju. Wskazane zalety stanowią jednocześnie czynniki, które mogą w znaczny sposób pomóc przedsiębiorstwom w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku.

Jedną z najbardziej powszechnych koncepcji biznesowych, służących włączaniu wartości ważnych dla społeczeństwa w działania przedsiębiorstw, jest zaproponowane przez Portera i Kramera (2011) podejście do tworzenia wspólnej wartości (Creating Shared Value) i zasada win-win (wygrana-wygrana), zgodnie z którą przedsiębiorstwa powinny tworzyć wartość przynoszącą korzyści jednocześnie firmie i społeczeństwu. Wartość ta musi być rozpatrywana w kontekście korzyści, jakie za sobą niesie i względem kosztów, jakie przedsiębiorstwo musi ponieść dla jej wdrożenia. Zgodnie z tą propozycją przedsiębiorstwa nie powinny prowadzić działań, które niosą korzyści wyłącznie dla jednej ze stron tj. firmy lub społeczeństwa (Porter, Kramer, 2011). Tworzenie przez przedsiębiorstwo wartości dla społeczeństwa, z pominięciem rozpatrywania kosztów, mogłoby mieć negatywne skutki dla odpowiedzialności ekonomicznej, tj. zdolności przedsiębiorstwa do utrzymywania się na właściwym poziomie i generowania zysku. Porter i Kramer (2011), proponując podejście typu win-win, nawiązują do teorii potrójnej linii przewodniej (TBL) Elkingtona (1998), co jest zgodne z koncepcją Carolla (1991), zgodnie z którą zysk stanowi podstawę dalszych działań, mogą-

cych nieść korzyść dla społeczeństwa. Możliwość czerpania korzyści ekonomicznych i wizerunkowych z wdrażania odpowiedzialnych i zrównoważonych praktyk w przedsiębiorstwie popiera także Laszlo (2008), wskazując, że uświadomienie sobie konkretnych rezultatów przez przedsiębiorstwa, mogłoby z dużym prawdopodobieństwem skłonić je do przemyślenia kwestii wprowadzenia praktyk odpowiedzialnych i zrównoważonych oraz zmniejszyć obawy o utratę zysków i strach przed eksperymentowaniem z takimi działaniami, które mogą spotkać się z ich negatywnym odbiorem przez akcjonariuszy i interesariuszy przedsiębiorstwa (Laszlo, 2008). Nie wszyscy badacze uznają jednak zasadność, a przede wszystkim etyczność podejścia win-win uważając, że odpowiedzialność i zrównoważenie przedsiębiorstwa musi wynikać ze zmiany postawy moralnej właścicieli i obejmować wszystkie aspekty i gałęzie produkcji lub usług świadczonych przez przedsiębiorstwo (Higgins-Desbiolles, 2018; Zgrzywa-Ziemak, 2019).

Wykorzystanie potencjału (ekonomicznego, kadrowego czy infrastrukturalnego) istniejących przedsiębiorstw i zmiana ich podejścia do zrównoważonych praktyk w działalności nie musi być jednak wynikiem zmiany postawy moralnej. Podejście to jest zgodne z propozycją modelu budowania zrównoważonej wartości autorstwa Laszlo (2008), który zaproponował, że przedsiębiorstwo nie musi zaczynać budowania tej wartości od pierwszego obszaru i podejmowania zobowiązania, ale może zacząć budowanie takiej wartości właśnie od podjęcia dowolnej inicjatywy, która spotka się z pozytywnym odbiorem interesariuszy i w ten sposób zwrócona zostanie uwaga kadry zarządzającej na potencjał istniejący w dalszym rozwoju firmy w kierunku jej zrównoważenia (Laszlo, 2008). Podobne spostrzeżenia nasuwa propozycja CSR 2.0 Vissera (2013).

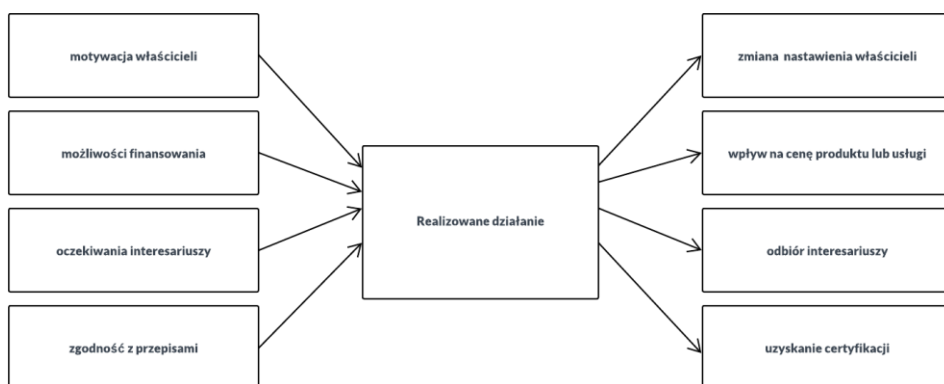
W opinii autorki wykonanie konkretnego kroku do czynienia dobra, który w konsekwencji wymiernych efektów (na różnych płaszczyznach) będzie zachęcał przedsiębiorcę do kolejnych działań, jest ważne i może nieść za sobą pozytywne implikacje. Autorka nie popiera stanowiska, że zmiana światopoglądowa właścicieli i akcjonariuszy jest konieczna, aby możliwe było w realizowanie działań zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju.

1.8. Model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych

W wyniku badań literaturowych zidentyfikowano wiele korzyści z wprowadzania działań zrównoważonego rozwoju przez przedsiębiorstwo. Osiągnięcie niektórych korzyści nie jest jednak możliwe bez komunikowania o realizowa-

nych działaniach, w szczególności jeżeli oczekiwana jest reakcja interesariuszy. Komunikacja powinna być prowadzona z wykorzystaniem odpowiedniej strategii i kanału komunikacji.

Następnie przyjęto, że przedsiębiorstwo świadomie przystępujące do wdrażania działań zrównoważonych i odpowiedzialnych, poradziło sobie ze zdefiniowanymi wcześniej barierami lub ich większością. Przyjmując ten stan przedsiębiorstwa, w którym decyduje się ono na wdrożenie działań, na podstawie badań literaturowych opracowano model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych w przedsiębiorstwie prezentujący najważniejsze determinanty wdrażania określonych działań zrównoważonego rozwoju oraz implikacje wynikające z ich wdrożenia.



Rysunek 4. Model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych

Za najważniejsze determinanty uznaje się:

- motywację właścicieli – przyjmując za Visserem (2013), że wdrażanie koncepcji rozwoju zrównoważonego i odpowiedzialnego może następować z dowolnego etapu i płynnie przechodzić w następny lub utrzymywać się na tym samym etapie, można wyróżnić pięć poziomów motywacji: chciwość, filantropię, marketing, zarządzanie i odpowiedzialność;
- możliwości finansowania – fakt, czy przedsiębiorstwo znajduje się w kondycji finansowej pozwalającej na wdrożenie działania, jeżeli jego wdrożenie wiąże się dla przedsiębiorstwa z dodatkowymi kosztami (Drucker, 1985; Wolak-Tuzimek, 2019) lub czy istnieje możliwość pozyskania dofinansowania na realizację działania np. z programów dofinansowań wspierających realizację celów zrównoważonego rozwoju (Moyle i in., 2018; Vasilenko, Arbačiauskas, 2012);
- oczekiwania interesariuszy – czy interesariusze przedsiębiorstwa, w tym jego klienci, oczekują wprowadzenia takiej zmiany, akceptują ją, lub w wyniku zmiany możliwa będzie dywersyfikacja interesariuszy (Dummett, 2006);

- zgodność z przepisami – czy wprowadzane działanie nie stoi w sprzeczności z przepisami prawa.

W efekcie wprowadzenia wybranego działania w zakresie zrównoważonego rozwoju, na tych samych poziomach może dojść do istotnych zmian:

- zmiana motywacji właścicieli – kadra menedżerska oraz akcjonariusze (lub właściciele) mogą zmienić swoje nastawienie do realizacji działań związanych ze zrównoważonym rozwojem w wyniku efektów działania (np. obserwowalna poprawa lub pogorszenie w wybranym obszarze, wzrost lub spadek dochodów);
- wpływ na cenę produktu lub usługi – w wyniku poniesionego kosztu cena usługi może być wyższa lub też w wyniku zmiany mogą obniżyć się koszty wytworzenia produktu lub usługi, w konsekwencji cena może być niższa;
- odbiór interesariuszy – pozytywny, negatywny lub neutralny odbiór realizowanego i komunikowanego działania, który może być zróżnicowany w zależności od rodzaju interesariuszy (np. zmiana pozytywnie odebrana przez klientów, ale negatywnie przez dostawców);
- uzyskanie certyfikacji – możliwy, obok uzyskania zgodności z normami ISO czy uniknięcia kar, pozytywny skutek realizacji działań odpowiedzialnych zgodnie z przepisami.

1.9. Podsumowanie

Obecnie niemal każdy dokument strategiczny, zarówno w polityce krajowej, jak i globalnej, nawiązuje do koncepcji zrównoważonego rozwoju. Wszystkie definicje zrównoważonego rozwoju zgodnie wskazują, że jego głównym celem jest dążenie do uzyskania harmonijnego rozwoju na płaszczyznach: środowiskowej, społecznej i ekonomicznej przy jednoczesnym zachowaniu zasobów dla przyszłych pokoleń. Globalne cele i zadania zrównoważonego rozwoju, określone w Agendzie 2030, powinny być traktowane jako wyznacznik stanu idealnego, do którego powinny dążyć wszystkie organizacje na świecie. W tym ujęciu również państwo powinno być traktowane jako organizacja. Szczegółowe cele i zadania, a także metody pomiaru powinny być ustalane na poziomie organizacji, z uwzględnieniem jej uwarunkowań lokalnych w tym ekonomicznych i kulturowych. Przy kształtowaniu wytycznych, zadań i narzędzi pomiaru zrównoważonego rozwoju dla organizacji lub grup podobnych organizacji powinno wykorzystywać się założenia instytucjonalne i wziąć je pod uwagę, jednak ustalenie ich powinno odbywać się w procesie konsultacyjnym z udziałem ekspertów, aby właściwie uwzględnić uwarunkowania lokalne oraz kontekst środowi-

ską, w którym funkcjonują. Nie jest właściwym przenoszenie zadań wprost z poziomu globalnego czy krajowego na jakiekolwiek przedsiębiorstwo (RQ1.1).

W toku wieloletnich badań oraz praktyki biznesowej powstały koncepcje bliskoznaczne, które w opinii części środowiska naukowego stanowią synonim dla zrównoważonego rozwoju. Część badaczy jest natomiast zdania, że są to koncepcje całkowicie różne od zrównoważonego rozwoju, lub że koncepcje te się uzupełniają lub przeplatają (RQ1.2). Do najważniejszych pojęć bliskoznacznych dla zrównoważonego rozwoju w biznesie należy zaliczyć: społeczną odpowiedzialność biznesu, TBL, a także zrównoważony rozwój i odpowiedzialność korporacyjną. Obecnie CSR jest często utożsamiany z pojęciem zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. Inne koncepcje, budowane na gruncie zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu, tworzone są najczęściej jako odpowiedź na potrzeby środowiska biznesowego, które oczekuje łatwiejszego wyjaśnienia i bardziej precyzyjnych wskazań działań, jakie powinny być podjęte. Ma to również istotne znaczenie w kontekście problemów etycznych, jakie niesie za sobą włączanie koncepcji zrównoważonego rozwoju do strategii biznesowej przedsiębiorstw.

W globalnych i krajowych dokumentach strategicznych sformułowane są cele zrównoważonego rozwoju dla biznesu, a w oparciu o nie powstały narzędzia pomiaru ich realizacji (RQ1.3). Choć narzędzia te są rozbudowane, to jednak rzadko wykorzystuje się je w praktyce gospodarczej. Ponadto z uwagi na fakt, że odnoszą się do ogólnych celów dla przedsiębiorstw, nie są dostosowane do specyfiki działalności konkretnych organizacji i nie uwzględniają różnic kulturowych i gospodarczych krajów, a także możliwości pomiaru w przedsiębiorstwach. Na podstawie analizy literatury zidentyfikowano lukę w postaci braku wytycznych do praktycznej realizacji założeń zrównoważonego rozwoju oraz narzędzi do oceny ich wdrożenia w przedsiębiorstwach różnego typu.

Chcąc skutecznie zarządzać przedsiębiorstwem w procesie zmiany w kierunku zrównoważonej organizacji, niezbędne jest określenie, w jakim stopniu organizacja realizuje działania zgodne z koncepcją zrównoważonego rozwoju. W większości przypadków przedsiębiorstwa realizują pewne działania zgodne z koncepcją zrównoważonego rozwoju, jednak robią to nieświadomie lub są to działania wybrane przypadkowo. W celu przeprowadzenia właściwej diagnozy, konieczne jest określenie tych czynników, które wspierają lub utrudniają wprowadzanie zmian. W toku analizy literatury zidentyfikowano liczne bariery dla przedsiębiorstw (RQ1.4), które zostały autorsko podzielone na cztery grupy: koncepcyjne, proceduralne, strukturalne wewnętrzne i strukturalne zewnętrzne, a następnie określone w literaturze bariery przyporządkowano do każdej z grup.

Przeanalizowano także wymieniane w literaturze korzyści (RQ1.5), jakie przedsiębiorstwa mogą odnieść w wyniku realizowania działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju. Stwierdzono także, że mogą one być zarówno czynnikiem motywującym do podejmowania działań, jak również skutkiem wprowadzenia działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju. W efekcie opracowano model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych w przedsiębiorstwie, który uwzględnia najważniejsze determinanty realizacji działań oraz implikacje z ich wdrożenia.

Turystyka jest niezwykle różnorodna i skupia wiele rodzajów przedsiębiorstw, które współdziałają ze sobą w wytwarzaniu wspólnego produktu turystycznego. Wszystkie organizacje, które oferują produkty lub usługi odpowiadające potrzebom klientów w trakcie podróży i wypoczynku, można określić jako przedsiębiorstwa turystyczne. Należą do nich m.in. firmy świadczące usługi w zakresie zakwaterowania, gastronomiczne, transportowe, organizatorzy turystyki, pośrednicy, ubezpieczyciele, przedsiębiorstwa oferujące możliwości uprawiania sportów, obiekty kulturalne i wiele innych. Turystyka dostarcza wielu, zróżnicowanych korzyści konsumentom tych usług, począwszy od samego wypoczynku, przez możliwość poznania innych miejsc i kultur, aż do samorealizacji i rozwoju osobistego. Podróżowanie pozwala spojrzeć na otaczający świat z perspektywy innych ludzi i lepiej zrozumieć globalne problemy, w tym między innymi potrzebę realizacji założeń zrównoważonego rozwoju.

W niniejszym rozdziale przeanalizowano zagadnienia związane ze zrównoważoną turystyką i zrównoważonym rozwojem przedsiębiorstw branży turystycznej. Przegląd literatury w tym rozdziale koncentruje się na określeniu już rozpoznanych zagadnień w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki i przedsiębiorstw turystycznych. Postawiono również pytania badawcze RQ2.1–RQ2.3, które wspierają cele niniejszej pracy:

- RQ2.1: Czy cele, zadania i wskaźniki pomiaru zrównoważonej turystyki mogą być wykorzystywane przez przedsiębiorstwa turystyczne?
- RQ2.2: Jakie są najważniejsze problemy zrównoważonej turystyki?
- RQ2.3: Czy sformułowano wytyczne w zakresie realizacji działań zrównoważonego rozwoju i narzędzia pomiaru ich realizacji w przedsiębiorstwach turystycznych?

2.1. Zrównoważona turystyka

Od momentu zastosowania maszyny parowej w XIX wieku, a następnie rozwoju lotnictwa w XX wieku podróże stały się bardziej dostępne za sprawą rozwijającej się sieci transportu. Przemieszczanie się, nawet na duże odległości, stało się tańsze, a w związku z tym, więcej osób mogło pozwolić sobie na podróżowanie. Zapoczątkowało to dynamiczny rozwój turystyki masowej, która stała się bardzo popularna w latach 70. XX. Obecnie turystyka jest jednym z największych sektorów gospodarki na świecie (Cembruch-Nowakowski, 2019; Gössling, 2017; Rabadán-Martín i in., 2019; Simão, Partidário, 2012). Według danych raportu World Travel, Tourism Council (WTTC) w 2019 roku turystyka odpowiadała za 10,3% światowego PKB, zapewniając 330 milionów miejsc pracy (WTTC, 2020).

W konsekwencji rozwoju masowej turystyki zaczęły pojawiać się problemy związane z wpływem działalności turystycznej na środowisko i lokalną społeczność. Z uwagi na jej oddziaływanie i znaczne zapotrzebowanie na zasoby, branża ta przestała być postrzegana jako przemysł czysty dla środowiska (Cembruch-Nowakowski, 2019; Gössling, 2017). Nie można było jej również dłużej traktować jako działalności neutralnej dla lokalnej ludności. Rosnąca świadomość negatywnych skutków turystyki masowej skłaniała do poszukiwania nowych form turystyki, które będą ograniczały jej negatywny wpływ środowiskowy i społeczny. Zaobserwowane problemy skłoniły do poszukiwania wspólnych płaszczyzn pomiędzy paradygmatem zrównoważonego rozwoju i turystyką (Jamal i in., 2013; Kapera, 2018a). Organizatorów turystyki i podmioty działające w branży wezwano do wzięcia odpowiedzialności za wpływ ich działalności na środowisko, podróżnych i ludność tubylczą terenów goszczących turystów (Krippendorf, 1999). W efekcie zaczęto pracować nad definiowaniem i wprowadzaniem nowych form turystyki, które nazywane były w różny sposób – od turystyki alternatywnej, przez wrażliwą, autentyczną, miękką, a nawet ludzką (Jamal i in., 2013). Formalnie w 1990 roku w raporcie Smitha, przyjęto definicję turystyki odpowiedzialnej (Stanford, 2006), która w swoim założeniu szanuje środowisko naturalne, architekturę i kulturę gospodarza turystyki oraz interesy wszystkich stron.

2.2. Definicje, geneza, cele oraz zadania zrównoważonej turystyki

Termin turystyka zrównoważona pojawił się dopiero pod koniec lat 80. XX wieku przy okazji dyskusji dotyczących Raportu Komisji Brundtland (Simão, Partidário, 2012), choć nawiązywał do koncepcji, które powstały znacznie wcześniej (Kapera, 2018a). Pierwsza definicja turystyki zrównoważonej

zaproponowana w 1993 roku przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO⁴) określała ją jako taką, *która zaspokaja potrzeby obecnych turystów i regionów przyjmujących, jednocześnie chroniąc i zwiększając możliwości na przyszłość*⁵ (UNWTO, 1993).

Tak jak w przypadku zrównoważonego rozwoju, problem definiowania oraz tłumaczenia pojęcia zrównoważenia turystyki (Butler, 1999) jest bardzo rozległy. Bajdor i Grabara (2012) wskazują na przykład, że tłumaczenie pierwszej definicji UNWTO brzmi: *turystyka, która prowadzi to zarządzania wszystkimi obszarami w taki sposób, aby potrzeby ekonomiczne, społeczne i ekologiczne były spełnione razem z integracją kulturalną, procesami ekologicznymi, bioróżnorodnością i wspieraniem rozwoju społeczeństw* (Bajdor, Grabara, 2012, s. 53). Z kolei Bramwell i in.. (1996, 2017) wskazali, że turystyka zrównoważona jest tym samym, czym turystyka odpowiedzialna. W kolejnych latach następowały uaktualnienia tej definicji oraz debata na jej temat. W chwili obecnej używane definicje nie odbiegają znacząco od pierwowzoru.

Koncepcja zrównoważonej turystyki wywodzi się wprost z koncepcji zrównoważonego rozwoju. Zapisy dotyczące turystyki znalazły się również w postanowieniach Agendy 21 (Hardy i in., 2002), dlatego niektórzy badacze posługują się terminem *zrównoważony rozwój w turystyce* (Butler, 1999). Tak jak w przypadku koncepcji zrównoważonego rozwoju, tak i koncepcja zrównoważonej turystyki ma swoich zwolenników i oponentów. Ze względu na swoje powiązanie z koncepcją zrównoważonego rozwoju, w odniesieniu do koncepcji zrównoważonej turystyki pojawiają się podobne zarzuty i prowadzony jest zbliżony sposób debaty, opierający się o podobne argumenty (Saarinen, 2006; Simão, Partidário, 2012). Jednym z głównych zarzutów jest to, że podobnie jak w przypadku zrównoważonego rozwoju, tak i tu trwa niekończąca się dyskusja dotycząca definiowania pojęć (Camilleri, 2014), bez podejmowania realnych działań.

Wszystkie definicje zgodnie zakładają jednak, że turystyka zrównoważona jest łagodniejsza, a zaangażowane firmy powinny być wrażliwe na problemy środowiskowe i starać się tworzyć harmonijne relacje między gospodarzami a turystami i społecznością lokalną (Kapera, 2018b). W ostatnich latach dyskurs dotyczący definiowania pojęcia słabnie (Moyle i in., 2021; Ruhanen i in., 2015), a aktualnie prowadzone badania starają się koncentrować na testowaniu i wdrażaniu teorii do praktyki gospodarczej.

Koncepcja zrównoważonego rozwoju charakteryzuje się holistycznym podejściem, zorientowanym na zachowanie aktywów świata na przyszłość, reali-

⁴ Wcześniej WTO (World Tourism Organization).

⁵ Tłumaczenie własne.

zowanym globalnie. Zrównoważona turystyka skupiła się natomiast głównie na rozwoju w skali lokalnej (Saarinen, 2006). Chociaż ta koncentracja na skali lokalnej jest często zarzutem w kierunku zrównoważonej turystyki, to jednak prawdopodobnie takie podejście ma szansę na zapoczątkowanie wdrażania tego zagadnienia w praktykę biznesową branży, ponieważ pozwala uwzględnić lokalne uwarunkowania. Należy jednak pamiętać, że to ochrona wspólnych aktywów, których eksploatacja jest niezbędna dla funkcjonowania branży turystycznej, takich jak zasoby środowiskowe i kulturowe, stanowi jeden z kluczowych obowiązków branży turystycznej dla zrównoważonego rozwoju.

Określenie jasnych wytycznych dla turystyki jest bardzo skomplikowane, co wynika ze złożoności i rozległości branży (Simão, Partidário, 2012). W zależności od typu przedsiębiorstwa turystycznego, łańcuch dostaw produktu turystycznego jest inny. W każdym przypadku opiera się on na współpracy pomiędzy wieloma zróżnicowanymi podmiotami, jednak dla każdego z typów przedsiębiorstw będą to różne podmioty. Tym samym odpowiedzialność przedsiębiorstw turystycznych różnych typów będzie różna. Zróżnicowana jest także możliwość wywierania wpływu na postawę innych przedsiębiorstw, które biorą udział w łańcuchu dostaw.

Każde przedsiębiorstwo turystyczne może dążyć do stania się bardziej zrównoważonym, a zdaniem Dobrzańskiego (Dobrzański i in., 2010), żadnej formy turystyki nie powinno się odrzucać z założenia. Turystyka masowa daje zdecydowanie większe efekty społeczne i ekonomiczne niż turystyka alternatywna. Duże hotele mają większą siłę oddziaływania na partnerów niż małe przedsiębiorstwa, np. agroturystyczne, które spełniają więcej kulturowych czy środowiskowych aspektów zrównoważonego rozwoju.

W niniejszej monografii przyjmuje się, że turystyka zrównoważona oznacza *stan turystyki oparty na zasadach zrównoważonego rozwoju, uwzględniający jej obecne i przyszłe skutki gospodarcze, społeczne i środowiskowe oraz odpowiadający na potrzeby zainteresowanych stron* (Waligo i in., 2013, s. 342). Odnosi się w ten sposób do samej koncepcji zrównoważonego rozwoju, która stoi u jej podstaw, przyjmuje założenia definicji zrównoważonej turystyki UNWTO i bierze pod uwagę potrzeby interesariuszy, w tym społeczności, w której działa.

Ogólne cele dla turystyki w zakresie zrównoważonego rozwoju zostały określone na poziomie Agendy 21. Jednak w toku dyskusji nad zagadnieniem były szczegółowo opracowywane i precyzowane przez różne organizacje w ramach różnych inicjatyw (Camilleri, 2014; Kapera, 2018a). Zagadnieniem zrównoważonej turystyki zajmuje się m.in. Program Środowiskowy Organizacji Narodów Zjednoczonych (UNEP), Światowa Organizacja Turystyki Narodów Zjednoczonych (UNWTO), Centrum Światowego Dziedzictwa UNESCO, Bank Światowy, Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) i inne organizacje (Hall, 2011;

Kapera, 2018a; Stoddard i in., 2012). Do innych organizacji często zaliczają się mniejsze jednostki, skupiające się na konkretnym fragmencie branży (np. federacje hotelarzy, operatorów turystycznych, statków wycieczkowych i inne). Organizacje te wypracowały wiele dokumentów dotyczących zrównoważonej turystyki, o różnym zasięgu. Żaden z nich nie ma charakteru wiążącego, stanowią one raczej wizję polityki, ogólne zadania i cele. W Polsce do dokumentów, które zawierają cele dla turystyki zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju można zaliczyć m.in. dokument „Kierunki rozwoju turystyki w Polsce do 2015 roku” przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 roku oraz dokument stanowiący jego kontynuację: „Program rozwoju turystyki do 2020 roku” opublikowany we wrześniu 2015 roku. W odwołaniu do programów i koncepcji krajowych, powstają dokumenty dotyczące polityki zrównoważonego rozwoju turystyki w poszczególnych regionach.

Dokumenty te nawiązują do ogólnych celów zrównoważonej turystyki, zredagowanych i przedstawionych przez Światową Organizację Turystyki w 1993 roku (UNWTO, 1993) w następującej formie:

- zachowanie podstawowych procesów ekologicznych, zasobów środowiska, dziedzictwa naturalnego i różnorodności biologicznej;
- poszanowanie społeczno-kulturowej autentyczności społeczności przyjmujących;
- zapewnienie opłacalnych, długoterminowych operacji gospodarczych, przynoszących korzyści społeczno-gospodarcze wszystkim zainteresowanym stronom.

Światowa Organizacja Turystyki zaproponowała działania, jakie powinny być podejmowane przez podmioty branży turystycznej, aby umożliwić realizację celów. Do działań tych należą: świadome angażowanie się wszystkich stron i budowanie konsensusu; monitorowanie oddziaływań; zapewnienie wysokiego poziomu obsługi i zadowolenia turystów przy jednoczesnym podnoszeniu ich świadomości dotyczącej potrzeby realizowania celów zrównoważonego rozwoju (Simão, Partidário, 2012). Cele zrównoważonej turystyki zostały rozbudowane w 2004 roku i szczegółowo opisane w dokumencie „Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers” (UNWTO/UNEP, 2005). W ramach tego dokumentu wymieniono 12 celów zrównoważonej turystyki:

1. Efektywność ekonomiczna – przedsiębiorstwa turystyczne powinny być konkurencyjne i rentowne, tak aby mogły prosperować i przynosić korzyści w długoterminowej perspektywie.
2. Lokalny dobrobyt – turystyka powinna być źródłem dobrobytu kraju oraz w szczególności dobrobytu lokalnego. Działalność branży turystycznej powinna pozytywnie oddziaływać na inne gałęzie gospodarki i poprawiać status ekonomiczny ludności.

3. Jakość zatrudnienia – przedsiębiorstwa turystyczne powinny dążyć do tworzenia nowych, wysokiej jakości miejsc pracy, w szczególności dla ludności lokalnej. Warunki pracy powinny być przynajmniej zgodne z krajowymi standardami, w tym w obrębie dyskryminacji.
4. Równość społeczna – działalność turystyczna powinna w możliwie najszerszym i sprawiedliwym zakresie dbać o korzyści ekonomiczne i społeczne dla ludności, poprzez m.in zatrudnianie osób zagrożonych wykluczeniem, organizowanie szkoleń, zachęcanie do korzystania z lokalnych usług i produktów.
5. Spełnienie wymagań odwiedzających – przedsiębiorstwa turystyczne powinny zapewnić odwiedzającym satysfakcjonujący i bezpieczny wypoczynek, który musi być dostępny dla wszystkich, bez dyskryminacji.
6. Zarządzanie lokalne – branża turystyczna powinna angażować lokalną społeczność w podejmowanie decyzji dotyczących rozwoju turystyki na ich obszarze.
7. Poziom zadowolenia lokalnej społeczności – przedsiębiorstwa turystyczne powinny dążyć do wzmocnienia jakości życia społeczności lokalnych, w tym struktur społecznych i dostępu do zasobów. Jednocześnie niedopuszczalnym jest, aby przedsiębiorstwa ograniczały dostęp do zasobów lub umniejszały ich jakości oraz prowadziły w stosunku do ludności działalność polegającą na jej wyzysku.
8. Bogactwo kulturowe – przedsiębiorstwa turystyczne powinny szanować dziedzictwo historyczne, kulturowe oraz tradycje regionu i społeczności, na terenie której organizuje działalność turystyczną.
9. Integralność fizyczna – przedsiębiorstwa powinny dążyć do poprawy jakości krajobrazów, zachowanie atrakcyjności regionu oraz unikać działań prowadzących do fizycznej i wizualnej degradacji środowiska.
10. Bioróżnorodność – przedsiębiorstwa turystyczne powinny wspierać ochronę obszarów przyrodniczych, siedlisk i dzikiej przyrody. Unikać działań, które mogą im szkodzić oraz minimalizować zarówno szkody wyrządzone zarówno przez swoją działalność, jak i działalność innych, wspierając odbudowę bioróżnorodności.
11. Efektywność zasobów – przedsiębiorstwa w swojej działalności powinny unikać i minimalizować wykorzystanie rzadkich i nieodnawialnych zasobów.
12. Czystość środowiska – przedsiębiorstwa w swojej działalności powinny minimalizować zanieczyszczenie powietrza, wody i ziemi oraz dążyć do zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów.

W raporcie Tourism Sustainability Group (2007) zatytułowanym „Action for More Sustainable European Tourism” z 2007 roku, nawiązującym do doku-

mentu „Making Tourism More Sustainable” znalazły się wskazania, w jaki sposób stosować zasady zrównoważonego rozwoju w turystyce. Wymieniono potrzebę przyjmowania holistycznego i zintegrowanego podejścia, biorąc jednocześnie pod uwagę różne skutki turystyki, w tym: konieczność planowania długoterminowego; potrzebę określenia i osiągnięcia odpowiedniego tempa i rytmu rozwoju, który bierze pod uwagę jednocześnie potrzeby i ograniczenia środowiskowe i społeczne; zaangażowanie wszystkich interesariuszy w proces zrównoważenia turystyki; korzystanie z najlepszej dostępnej wiedzy; minimalizowanie i zarządzanie ryzykiem poprzez stosowanie zasady ostrożności; konieczność odzwierciedlenia wpływu na koszty – im bardziej negatywne oddziaływanie danej turystyki, tym wyższe koszty powinni ponosić korzystający z niej turyści oraz organizatorzy; ustanawianie i przestrzeganie limitów, w szczególności ograniczenia natężenia ruchu turystycznego, jeżeli jest to konieczne; oraz prowadzenie stałego monitoringu prowadzonych działań i reagowaniu na potrzebę zmian (Tourism Sustainability Group, 2007). Te wskazówki dają obraz stanu, do którego powinna dążyć turystyka zrównoważona. Nie określają jednak konkretnych działań, które powinny być podejmowane przez przedsiębiorstwa. Ostateczny program wprowadzanych działań powinien być określony każdorazowo przez przedsiębiorstwo. Obserwując praktykę jest to jednak niewystarczające i przedsiębiorstwa, w szczególności małe, nie budują takiego programu. Może to wynikać m.in. z ograniczonej wiedzy przedsiębiorców, wymaganych nakładów czasu i środków finansowych, a także z konieczności zapoznania się z wieloma dokumentami, aby zrozumieć jakie działania powinny być prowadzone.

2.3. Wskaźniki pomiaru realizacji celów zrównoważonej turystyki

Każda wdrażana strategia i teoria powinna być mierzalna. Strategia zrównoważonej turystyki oparta na wskaźnikach jest *elegancka w teorii, jednak niezwykle skomplikowana we wdrożeniu* (Jovicic, 2014, s. 2). Poza pracami prowadzonymi przez UNWTO, Unię Europejską i inne instytucje, prace nad analizą wskaźników prowadzone były przez wielu badaczy i ekspertów. W wyniku tych działań powstało wiele różnorodnych wskaźników, które są dodatkowo łączone pomiędzy sobą, aby uchwycić możliwie najszerszy kontekst, w tym wewnętrzne i zewnętrzne wymiary systemu turystycznego (Jovicic, 2014; Weaver, 2006). W ramach inicjatyw podejmowanych przez Unię Europejską powstały m.in. Inicjatywa Systemu Ekozarządzania i Audytu (EMAS), mechanizm raportowania turystyki i środowiska (TOUERM), Europejski System Wskaźników Turystycznych (ETIS),

oznakowanie ekologiczne Ecolabel czy Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations (UNWTO, 2004).

Wskaźniki łączone są w zestawy mające służyć monitorowaniu rzeczywistych postępów, stabilności politycznej i satysfakcji klientów (Mihalic, 2016). Pomimo iż do tej pory zaproponowanych zostało wiele zestawów wskaźników to ich stosowanie jest skomplikowane, mają one też znaczne ograniczenia jeśli chodzi o praktyczne zastosowanie, a miejsca docelowe i przedsiębiorstwa nie potrafią wykorzystać ich w procesie transformacji w kierunku zrównoważonego rozwoju (Jovicic, 2014; Mihalic, 2016; Torres-Delgado, Palomeque, 2014). Zestawy istotne, w szczególności z naukowego punktu widzenia, są często zbyt złożone, aby wdrożyć je w praktyce (Mihalic, 2016; Miller, Twining-Ward, 2005; Torres-Delgado, Palomeque, 2014). Wskaźniki muszą być zrozumiałe, jasno definiowane i praktyczne, aby przedsiębiorstwa i organizacje mogły je wykorzystywać, a badacze analizować ich wyniki i określić rzeczywisty poziom zrównoważenia.

Wskaźniki najczęściej dzielone są na trzy grupy, powiązane z wymiarami zrównoważonego rozwoju. Są to wskaźniki ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. Wskaźniki ekonomiczne są najłatwiejszymi do określenia. Do pomiaru wykorzystuje się najczęściej dane dotyczące m.in. obłożenia hoteli, przychodów z zakwaterowania, liczby odwiedzających, liczby pracowników turystycznych, dochodów z turystyki i innych (McCool i in., 2001; Pulido-Fernández i in., 2015).

Wskaźniki społeczne koncentrują się na badaniu wpływu turystyki na społeczność lokalną. Mierzą takie aspekty, jak zaufanie, współpracę ze społecznością, wspieranie uczenia się, stan gospodarki lokalnej i inne. Zrozumienie wpływu turystyki na lokalną społeczność i nastawienia tej społeczności do turystyki może pomóc we wdrażaniu zrównoważonego rozwoju turystyki (Lee, 2013; Pulido-Fernández i in., 2015). Pozwoliłoby to na rozwijanie przynoszącej obojętne korzyści współpracy oraz wzajemnego szacunku. Wyniki pomiaru zaufania czy nastawienia mogą być jednak subiektywne, a odpowiedzi respondentów mogą być emocjonalnie nacechowane przez czynniki zewnętrzne. Ponadto pomiar powinien być cyklicznie powtarzany, aby obserwować, czy występuje w tym względzie progres czy regres. Dlatego też ustanowienie wymiernych wskaźników społecznych jest trudne i do tej pory nie został wypracowany taki zbiór wskaźników społecznych, który zostałby powszechnie zaakceptowany (Pulido-Fernández i in., 2015).

Trzecią grupą wskaźników są wskaźniki środowiskowe, które są bardzo różnicowane. Badacze proponują różne rozwiązania mające na celu pomiar realizacji działań wynikających z wymiaru środowiskowego zrównoważonego rozwoju (Pulido-Fernández i in., 2015). Organizacje, w tym m.in. UNTWO,

podejmują próby tworzenia narzędzi ułatwiających zrozumienie i monitorowanie zrównoważonego rozwoju. W 2004 roku UNWTO zaproponowało listę wskaźników obejmujących m.in. zarządzanie zasobami naturalnymi takimi jak woda i energia, zarządzanie wytwarzaniem odpadów, wpływ na zmiany klimatyczne, wizualny wpływ turystyki i inne (UNWTO, 2004). W 2006 roku w wyniku debaty naukowej osiągnięto konsensus w sprawie utworzenia 25 wskaźników środowiskowych, nawiązujących do tych zaproponowanych przez UNWTO w 2004 roku (Pulido-Fernández i in., 2015).

Turystyka jest bardzo niejednorodna, a łańcuch dostaw produktu turystycznego skomplikowany i rozbudowany. Przedsiębiorstwa turystyczne wytwarzają zróżnicowane produkty o unikalnych cechach i skutkach gospodarczych, a prowadzone przez nie działania mogą być w różny sposób interpretowane, co dodatkowo utrudnia realny pomiar zrównoważonego rozwoju turystyki i tworzenia wymiernych wskaźników. Widoczny jest jednak ogrom prac, podjętych w celu utworzenia akceptowalnego i możliwie nieskomplikowanego zestawu narzędzi do wykorzystania na poziomie globalnym i krajowym. Problemem w ich wdrożeniu może być jednak niedostateczne zaangażowanie ośrodków turystycznych i krajów w wypełnianie zobowiązań oraz korzystanie z dostarczanych narzędzi i wskaźników. Żadne narzędzia nie są jednak dedykowane monitorowaniu zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw turystycznych na obszarach wiejskich, w tym agroturystyki, która stanowi ich specjalny rodzaj.

Stoddard i in. (2012) zauważają, że miary nie są na tyle specyficzne dla branży, aby mogły być łatwo przyjmowane przez organizacje. Crnogaj (2014) podjął próbę opracowania modelu zrównoważonej przedsiębiorczości w turystyce, który koncentruje się zarówno na poziomie mikro (w tym MŚP), jak i makro (destynacja turystyczna), a oprócz organizatorów turystyki obejmuje też lokalną ludność i turystów jako dwie istotne grupy interesariuszy sektora turystycznego. Nie znalazł on jednak szerokiego zastosowania w praktyce. Brak uznanego, jednolitego systemu akredytacji dla przedsiębiorstw turystycznych oraz narzędzia pomiaru zrównoważonego rozwoju powoduje, że obecnie nie funkcjonuje jeszcze termin zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne.

2.4. Problem zmian klimatycznych, odbioru społecznego i spójności politycznej

Ekologiczny aspekt zrównoważonego rozwoju jest akcentowany na tyle mocno, że w rozumieniu dużej części środowiska naukowego i biznesowego stał się nawet jego synonimem. Szczególnie w kontekście turystyki, zdarza się, że

turystyka zrównoważona i ekoturystyka są ze sobą utożsamiane (Adamski, Ciałpała, 2016). W takiej sytuacji zrównoważony rozwój jest kojarzony głównie lub wyłącznie z prośrodowiskowymi działaniami przedsiębiorstw, podczas gdy CSR kojarzony jest z działaniami prospołecznymi.

Zdaniem Halla (2011) zagadnienie zrównoważonej turystyki odniosło duży sukces w środowisku akademickim i polityce, ale nie przekłada się na sposób funkcjonowania turystyki. Branża turystyczna, mimo starań i deklaracji, nadal jest odpowiedzialna w znacznym stopniu za degradację środowiska naturalnego poprzez wysoką emisję zanieczyszczeń, zużycie energii, zagospodarowywanie terenów prowadzące do niszczenia różnorodności biologicznej. Jest to problem na tyle istotny, że większość badań naukowych koncentruje się na wpływie turystyki na zmiany klimatyczne i wpływie zmian klimatu na turystykę, a w mniejszym stopniu bierze pod uwagę aspekty społeczne i potrzeby interesariuszy (Waligo i in., 2013).

Zdaniem Weavera (2011) dyskusja dotycząca zrównoważonej turystyki została wręcz zdominowana przez problematykę zmian klimatycznych, pozostawiając w tle inne aspekty zrównoważonego rozwoju. Określenie konsekwencji ewentualnych zmian w turystyce, które mogłyby wpłynąć na zmianę klimatu, jest jednak praktycznie niemożliwe. Wszelkie próby symulowania i modelowania sytuacji, która miałaby mieć miejsce za kilkanaście lub kilkadziesiąt lat, są zdaniem badaczy, niepoparte dowodami (Scott, 2011; Weaver, 2011). Istnieje bowiem zbyt wiele czynników zewnętrznych, które mają wpływ na tego typu symulacje. Ponadto problem należy rozpatrywać długoterminowo oraz brać pod uwagę jednocześnie kondycję środowiska lokalnego i wpływ na środowisko globalne (Moscardo, Murphy, 2014).

Zacher (2008) zwraca uwagę, że nadmierne zaangażowanie w działania ekologiczne, które dążą do stworzenia „ekologicznej utopii”, są nawet niebezpieczne. Mogą osłabić czujność w zakresie dbałości o środowisko naturalne i zmniejszać mobilizację do podejmowania właściwych działań. Wielość podejmowanych i nagłaśnianych inicjatyw może powodować też mylne wrażenie, że cały świat troszczy się o środowisko w wystarczającym stopniu. Tym samym, może prowadzić do wniosków, że większe zaangażowanie się nie jest już konieczne, a wyłamanie się z trendu proekologicznej działalności nie będzie niosło za sobą negatywnych skutków. Choć dokumenty globalne jak Agenda 21, wskaźniki SDG czy lokalne wytyczne dotyczące zrównoważonego rozwoju mówią o celach jakie powinny być osiągnęte w zakresie środowiskowego wymiaru zrównoważonego rozwoju to właściciele, w szczególności przedsiębiorstw sektora MŚP, mogą mieć i mają wiele wątpliwości jakie inicjatywy powinny być przez nich podejmowane. Wątpliwości te, wynikające często z braku wiedzy i prostych wskazań, są potęgowane też przez obawę o odbiór społeczny tych działań.

Ciągłym zmianom ulegają zarówno zachowania i postawy społeczności, jak i cały sektor turystyczny oraz sposoby podróżowania. Większość ludzi zdaje sobie sprawę z problemów wynikających ze zmian klimatycznych (Weaver, 2011), głodu, chorób, niszczenia dziedzictwa kulturowego i wielu innych, których zwalczanie jest celem zrównoważonego rozwoju. Pomimo tego, że dzięki nowoczesnym środkom przekazu, takim jak Internet czy telewizja, można nie tylko dowiedzieć się o różnych zjawiskach, ale także zobaczyć ich konsekwencje, to podejście większości ludzi nie uległo zmianie od czasów, kiedy technologia nie dawała takich możliwości. Jak pisał Smith (1989, s. 121): *Natura zaleciła niewątpliwie każdemu człowiekowi, by przede wszystkim głównie troszczył się o siebie. [...] Choć więc może być prawdą, że każda jednostka w swoim sercu przedkłada siebie nad całą ludzkość, to jednak nie ośmieli się w obliczu ludzi przyznać, że postępuje zgodnie z tymi zasadami.* Niewątpliwie trafne wydają się te słowa w kontekście aktualnego podejścia do zrównoważonego rozwoju. Pomimo uświadamiania sobie problemu i deklaracji troski o środowisko, wiele osób nie jest gotowych na wprowadzenie zmian w swoim sposobie życia czy podróżowania, a nawet wykazuje do nich niechęć (Weaver, 2011). Rozbieżność pomiędzy deklaracjami, a postępowaniem w stosunku do środowiska, badana jest od lat 70. XX wieku (Ajzen i Fishbein, 1977, za: Stern, 1992, za: Scott, 2011), nie tylko w kontekście turystyki. Weaver (2011) i Scott (2011) utrzymują, że turyści raczej nie są skłonni, aby zmieniać swoje postawy podróżnicze dla polepszenia stanu środowiska, nawet jeżeli wyrażają obawy o zmiany klimatu.

Dodatkowo w tym miejscu pojawia się problem odpowiedzialności i pytanie: kto winny jest za szkody środowiskowe generowane przez branżę turystyczną? Właściciele obiektów turystycznych wprowadzają modernizacje, które wynikają z zapotrzebowania gości i trendów wprowadzanych na rynek przez podmioty konkurencyjne. Często nie zdają sobie sprawy z konsekwencji dla środowiska, jakie niesie wprowadzenie konkretnych modernizacji, co wynika pośrednio z braku wiedzy (Mihalic, 2016), ale też z niedokładnych lub przekłamanych komunikatów marketingowych, za które odpowiadają oferenci tych rozwiązań. Jednocześnie usługobiorcy obiektów turystycznych wykazują brak świadomości ekologicznej (Kachniewska, 2018), ignorancję lub niechęć (Mihalic, 2016). Oczekują pewnych rozwiązań i udogodnień, takich jak np. duże telewizory czy elektryczne sterowanie elementami wyposażenia, a nawet usuwają mechanizmy ograniczające zużycie zasobów (Kachniewska, 2018), stawiając własny komfort ponad dbałość o środowisko.

Należy podkreślać, że turystyka posiada wielu różnorodnych interesariuszy (Saseanu i in., 2020; Waligo i in., 2013). Powoduje to, że angażowanie ich w zrównoważony rozwój jest skomplikowane (Waligo i in., 2013). Trudne jest

także utrwalanie i wprowadzanie własnych, zrównoważonych działań na tak zróżnicowanym rynku.

Dynamiczne zmiany w stylu życia, pracy i podróżowania wielu interesariuszy generują zwiększony popyt turystyczny o nowym charakterze (Crnogaj i in., 2014). Otwiera to możliwość angażowania się w dialog, tworzenie nowych rozwiązań i reagowania na zmiany, aby czynić turystykę w większym stopniu zrównoważoną (Mihalic, 2016). Konieczne jest jednak, aby wszyscy ci interesariusze angażowali się w ten dialog i w tworzenie rynku, na którym zrównoważony rozwój jest czymś pożądanym, wspierając się wzajemnie i wspólnie go budując. W przeciwnym wypadku istnieje ryzyko, że dojdzie do konfliktów, a zrównoważony rozwój będzie ryzykowanym trendem lub pozostanie jedynie sloganem marketingowym (Boluk i in., 2019; Hall, 2008).

Badacze zauważają, że poza określonymi grupami, dla większości ludzi troska o środowisko jest wartością drugorzędną. W przypadku wystąpienia innych, bardziej gwałtownych lub mających bezpośredni wpływ na życie konkretnej jednostki sytuacji, takich jak kryzysy finansowe, ataki terrorystyczne czy kryzysy zdrowotne, problem zmian klimatu staje się mniej istotny (Weaver, 2011). Zainteresowanie tą problematyką jest zróżnicowane także wśród różnych grup wiekowych. Choć mogłoby wydawać się, że trwałość ekosystemów i dostępność zasobów naturalnych powinna być szczególnie ważna dla najmłodszych grup społecznych, to nie potwierdzono tego zjawiska (Weaver, 2011). Badania wykazują, że dla wielu ludzi młodych ważniejsze są takie wartości jak m.in. komfort, wolność i możliwość korzystania z tego, co dostępne jest dla dorosłych, np. samochodów, wyjazdów zagranicznych, niż troska o środowisko.

Nagłaśnianie problemu zmian klimatycznych stymuluje także tzw. zjawisko „turystyki ostatniej szansy”, nazywane również „turystyką zagłady” (Dawson i in., 2010; Eijgelaar i in., 2010; Lemelin i in., 2010). Zjawisko to polega na podróżowaniu do miejsc skrajnie zagrożonych, a jego przykładem jest m.in. odwiedzanie niedźwiedzi polarnych w ich naturalnym środowisku (Dawson i in., 2010) czy zwiedzanie Antarktyki luksusowymi statkami wycieczkowymi, które generując wysoki ślad węglowy, przyczyniają się do topnienia lodowców (Higgins-Desbiolles, 2018; Williams, 2013). Turystyka ostatniej szansy generuje ogromne szkody nie tylko dla środowiska naturalnego, ale też dla społeczeństwa. Turyści, chcąc zobaczyć slumsy czy miejsca katastrof, przyczyniają się do podtrzymywania takich warunków, jako atrakcji turystycznej (Higgins-Desbiolles, 2018).

Posiadanie wiedzy, zarówno przez klientów, jak i przedsiębiorców, dotyczącej ekologii i etyki działalności względem środowiska jest bardzo ważne. Większa wiedza, a co za tym idzie, świadomość ekologiczna wpływa na troskę o środowisko i kształtuje postawy, które są pozytywne dla środowiska. Osoby

posiadające większą wiedzę w tym zakresie wykazują większe zainteresowanie tym, jakie cechy ma kupowany przez nie produkt i czy swoim zakupem nie przyczyniają się do degradacji środowiska (Garg, Pandey, 2021; Seroka-Stolka, 2011). Jednak jak zaznacza Mihalic (2016) sama wiedza nie jest wystarczająca. Pomimo posiadanych informacji ludzie nie zawsze działają we właściwy sposób, choć większość turystów deklaruje, że nie chce zachowywać się w sposób, który negatywnie wpływa na środowisko (Juvan, Dolnicar, 2014). Juvan i Dolnicar (2014) badali korelację między ekologiczną postawą w domu a zachowaniem w czasie wakacji. Zauważyli oni, że uczestnicy badania, pomimo iż w domu starali się dbać o środowisko to w czasie podróży wypoczynkowych przywiązywali do tego mniejszą wagę. Podobne wnioski, na podstawie badań Miao i Wei (2013) przytacza Cembruch-Nowakowski (2019). Podróżni tłumaczyli swoje zachowanie w różny sposób, m.in., że:

- nie ma alternatywnych sposobów na podróżowanie, które pozwoliłyby na wypoczynek z jednoczesną troską o środowisko,
- mają ograniczenia finansowe,
- jest to czas relaksu i w tym czasie nie chcą się zajmować tą kwestią,
- nie mają czasu na zajmowanie się tą kwestią,
- wina za szkody środowiskowe nie leży po ich stronie,
- wpływ ich zachowań osobistych jest znikomy dla środowiska,
- ich zachowanie jest lepsze, w porównaniu z gorszym zachowaniem innych osób,
- podczas wyboru wakacyjnej destynacji nie mieli informacji dotyczących kosztów środowiskowych ich podróży i wypoczynku,
- nie są w stanie nic zmienić, są bezsilni,
- korzyści wynikające z turystyki rekompensują szkody wyrządzone środowisku (Juvan, Dolnicar, 2014).

Analizując powyższe argumenty, można stwierdzić, że dla części turystów, również tych świadomych ekologicznie, problem łagodzenia skutków wpływu turystyki na zmiany klimatu jest postrzegany jako kolejna odpowiedzialność, którą są obarczani (Weaver, 2011). Jednocześnie, dbałość o środowisko jest równoznaczna z wyższymi kosztami i większym zaangażowaniem w szukanie odpowiednich ofert wypoczynku i ich weryfikacją. Odczucie presji związanej z tą odpowiedzialnością może być postrzegane, zarówno przez klientów, jak i przedsiębiorstwa, jako zbyt ciężkie do udźwignięcia (Weaver, 2011) i w konsekwencji może prowadzić do spadku zainteresowania tematyką zrównoważonego rozwoju.

Innym czynnikiem, który wpływa na postrzeganie problemu zmian środowiskowych, jest nastawienie do działań aktywistów ekologicznych. Część społeczeństwa stoi na stanowisku, że ekolodzy „terroryzują” świat swoimi poglądami.

Radykalni aktywiści ekologiczni niejednokrotnie dopuszczali się działań niezgodnych z prawem, mających na celu zakłócenie działalności przedsiębiorstw i osób fizycznych (Tomasiewicz, 2004). Kierowali się przy tym swoimi przekonaniami i narzucali je, uznając za jedyną obiektywną prawdę, mimo złożoności problematyki. Takie zachowania spowodowały negatywne skojarzenia części społeczeństwa z ekologią, a sprzeciw wobec agresywnych działań tych aktywistów – niechęć do ekologii jako takiej i podejmowania działań mających na celu ochronę środowiska.

Inicjowanie działań związanych ze zrównoważonym rozwojem może być ryzykowne dla przedsiębiorcy, bez przeprowadzenia uprzednio badań rynkowych lub zaobserwowania korzystnego wpływu wprowadzonych działań na pozycję rynkową w konkurencyjnych przedsiębiorstwach. Przedsiębiorcy mogą czuć obawę przed wprowadzaniem rozwiązań jako pierwsi w branży lub regionie. Prowadzenie badań jest natomiast kosztowne i nie każde przedsiębiorstwo turystyczne, w tym przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa, stać na przeprowadzenie takich badań (Vasilenko, Arbačiauskas, 2012). Jako jedną z najczęściej wskazywanych przeszkód do wdrażania przez przedsiębiorstwa dobrych praktyk związanych ze zrównoważonym rozwojem wskazuje się właśnie m.in. wysokie koszty i brak własnego kapitału oraz trudności w pozyskiwaniu dofinansowania (Cagno i in., 2012). Chociaż możliwości uzyskania dofinansowywania zachęcają do wdrażania działań (Moyle i in., 2018; Vasilenko, Arbačiauskas, 2012), to małe firmy mają problemy z ich otrzymaniem (Kachniewska, 2018).

Mikroprzedsiębiorstwa, które nie posiadają lub nie chcą przeznaczać kapitału na badania, nie współpracują z żadnym ośrodkiem badawczym prowadzącym takie badania, mają obawy przed wdrażaniem kosztownych innowacji bez pewności, czy będą one rentowne, mogą sięgnąć po wyniki badań prowadzonych w innych regionach, branżach lub krajach. Jednak podejmowanie decyzji o wprowadzaniu zmian dążących do zrównoważenia przedsiębiorstwa na podstawie przypadków, które nie odnoszą się bezpośrednio do ich branży lub regionu, może być działaniem ryzykownym. Problemy ochrony środowiska, potrzeba wzrostu, ochrona dziedzictwa kulturowego i inne kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem są zróżnicowane w zależności od kontekstu geograficznego i czasowego (Zhang, Chan, 2020), a także potrzeb i problemów, zarówno społecznych, jak i środowiskowych konkretnych regionów (Crnogaj i in., 2014). Dlatego niektórzy badacze postulują, że strategię turystyczną, w szczególności w odniesieniu do problematyki zrównoważonego rozwoju, powinno się opracowywać na poziomie społeczności lokalnej lub przynajmniej na poziomie kraju, aby skorelować ją z aktualnymi możliwościami i potrzebami tego regionu (Camilleri, 2014; Tao, Wall, 2009; Zhang, Chan, 2020).

Jednakże nawet w przypadku niewielkich regionów istnieją realne przeszkody we wdrażaniu zrównoważonego rozwoju. Hall (2011) zwrócił uwagę między innymi na problem z utworzeniem spójnej polityki dla obszarów położonych w różnych regionach administracyjnych, problem z utrzymaniem polityki długofalowej przy zmieniających się programach politycznych wraz z przejściem rządu przez inne frakcje polityczne czy nawet różnice w poglądach etycznych wynikające z różnorodności kultur i religii. Zauważył także, że przez wieloaspektowość zagadnienia, różne resorty administracyjne, takie jak m.in. jednostki zajmujące się zagadnieniami związanymi z klimatem i środowiskiem, transportem, zagospodarowaniem przestrzennym, turystyką i inne, musiałyby brać pod uwagę implikacje wynikające ze zmian w równoległe wdrażanych przez nie programach. Te problemy można zaobserwować także w Polsce, np. w polityce regionów turystycznych województw śląskiego i małopolskiego. Na terenie tych województw znajdują się regiony przynależące w całości do jednego z nich (np. Tatry, Kraków – woj. małopolskie; Beskid Śląski, region przemysłowy – woj. śląskie). Jednocześnie województwa te są współodpowiedzialne za zarządzanie regionem leżącym na terenie obu z nich – Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej. Prowadzenie wspólnej polityki, w tym m.in. podział środków finansowych, działania promocyjne czy jednolite znakowanie terenu, jest na tyle trudne do przeprowadzenia przez różne samorządy terytorialne, że region ten jest zdecydowanie bardziej zaniedbany niż regiony znajdujące się w obrębie jurysdykcji jednego samorządu. Skoro więc problemy występują nawet w obrębie jednego regionu turystycznego w jednym kraju, to problem spójnej polityki międzynarodowej wydaje się niemożliwy do rozwiązania zwłaszcza z uwagi na globalny charakter turystyki (Boluk i in., 2019; Weaver, 2011). Polityka musiałaby uwzględniać regulacje wielu czynników w szczególności w odniesieniu do turystyki międzynarodowej. Regulacji musiałaby podlegać więc np. liczba gości przybywających do obiektu turystycznego samolotem, co stałoby w sprzeczności z rentownością takiego obiektu. W szczególności niekorzystne byłoby to dla regionów, do których trudno jest dostać się innym środkiem transportu niż transport lotniczy, a jednocześnie turystyka stanowi dla nich jedno z ważniejszych źródeł dochodu. Należą do nich m.in. regiony wyspiarskie, jak np. Wyspy Kanaryjskie, Baleary, i wysokogórskie, jak np. Nepal, które nie mają wielkich możliwości dywersyfikacji źródeł dochodu. Turystyka pośrednio napędza w tych regionach również inne gałęzie gospodarki.

Rozwój turystyki jest zjawiskiem pożądanym, ponieważ prowadzi do wzrostu gospodarczego, jednak jednym z jego skutków jest pogarszanie się stanu środowiska naturalnego. Złożoność tego problemu sprawia, że kwestia zrównoważonego rozwoju turystyki jest ważnym problemem politycznym. Zaniedby-

wanie tworzenia polityki uwzględniającej zrównoważony rozwój turystyki utrudnia wdrażanie działań związanych ze zrównoważonym rozwojem w przedsiębiorstwach. Znaczna część przedsiębiorstw oczekuje, że władze różnego szczebla będą podejmowały działania prowadzące do tworzenia polityki zrównoważonego rozwoju turystyki (Simão, Partidário, 2012), uwzględniając jednocześnie, że nie jest to termin uniwersalny i należy dopasować politykę do lokalnego kontekstu (Camilleri, 2014; Crnogaj i in., 2014; Tao, Wall, 2009; Zhang, Chan, 2020). Przedsiębiorstwa, w szczególności najmniejsze, nie posiadają wystarczających środków, aby samodzielnie zdefiniować swoją politykę rozwoju, w szczególności w przypadku, kiedy pojęcie zrównoważonego rozwoju nie zostało wciąż jednoznacznie zdefiniowane (Crnogaj i in., 2014; Kachniewska, 2018; Shields, Shelleman, 2014). Właściciele tych przedsiębiorstw stają się więc biorcami opracowanych rozwiązań i wprowadzanych przepisów, co zdaniem wielu jest niewystarczające, aby mówić o zrównoważonym rozwoju (Crnogaj i in., 2014; Kachniewska, 2018; Zgrzywa-Ziemak, 2019). Dla innych przedsiębiorców rozbudowana polityka i ustawowe nakazy mogą być deprymujące, w szczególności jeżeli mają oni niewielkie zaufanie do polityki rządu (Jonker i in., 2011; Waligo i in., 2013). Obawy przed tym, czy regulacje prawne są właściwie rozumiane, mogą również być czynnikiem blokującym wprowadzanie zmian (Cagno i in., 2012). Badacze poddają w wątpliwość, czy przedsiębiorstwa są w stanie jednocześnie spełnić cele wynikające z rządowej polityki i odpowiedzieć na oczekiwania gości (Simão, Partidário, 2012).

2.5. Turystyka zrównoważona czy odpowiedzialna

W odpowiedzi na problemy generowane, często nieumyślnie, przez turystykę masową, nastąpiła zmiana orientacji w kierunku turystyki odpowiedzialnej (Camilleri, 2014). Termin ten sformułowany został po raz pierwszy w 1965 roku przez meksykańskiego ekologa Nicolasa Hetzera i zakładał, że turystyka taka powinna mieć minimalny wpływ na środowisko przyrodnicze, cechować się szacunkiem dla kultury lokalnej, maksymalizować zyski ekonomiczne dla społeczności lokalnej i satysfakcję klientów (Kapera, 2018a).

Aktualnie turystykę odpowiedzialną można scharakteryzować jako turystykę, która: angażuje społeczność w zarządzanie turystyką; dąży do minimalizowania negatywnych skutków swojej działalności; generuje korzyści gospodarcze dla mieszkańców, dziedzictwa kulturowego i naturalnego; jest ogólnodostępna; buduje wzajemny szacunek pomiędzy lokalną społecznością i turystami, jednocześnie wzmacniając dumę z lokalnego dziedzictwa; zapewnia odwiedzającym

doświadczenia, które pozwolą im zrozumieć kwestie kulturowe, społeczne i środowiskowe, związane z odwiedzanymi przez nich miejscami (Jamal i in., 2013; Moscardo, Murphy, 2014) oraz oddziałuje na świadomość potrzeby zrównoważonego rozwoju. Cele zrównoważonej turystyki są w większości zgodne z założeniami turystyki odpowiedzialnej. Termin ten jednak nie jest synonimem dla zrównoważonej turystyki, tak samo jak nie jest nim ani zielona turystyka (Mihalic, 2016), ani turystyka alternatywna, chociaż zdarza się, że terminy te są w taki sposób wykorzystywane. Mihalic (2016) dowodzi jednak, że terminy „zielona turystyka” czy „turystyka odpowiedzialna” są wykorzystywane poza swoim podstawowym kontekstem znaczeniowym, ze względu na to, że są bardziej akceptowalne przez interesariuszy niż termin „zrównoważona turystyka”. Zrównoważona turystyka w tym kontekście stała się zbyt obszernym tematem, zbyt abstrakcyjnym, aby wdrażać go do praktyki biznesowej i tłumaczyć jego znaczenie szerszemu gronu interesariuszy.

Niektórzy badacze są też zdania, że odpowiedzialna turystyka to turystyka organizowana na małą skalę (Frey, George, 2010). Pomimo, iż to turystyka masowa w założeniu winna jest degradacji środowiska i społeczeństwa, nie można jednoznacznie założyć, że duże hotele czy kurorty są mniej przyjazne dla środowiska czy otoczenia. Kachniewska (2018) zauważa, że małe obiekty agroturystyczne mogą być mniej przyjazne dla środowiska, jeżeli ich właściciele nie przywiązują wagi do kwestii ekologicznych, niż duże sieci hotelowe. Buczkowska i Malchrowicz-Moško (2012, s. 43) zauważają, że turysta który [...] *nie wychyla się za granice swojego hotelu, nie ma też możliwości zniszczenia lokalnej kultury czy niszczenia środowiska przyrodniczego*. Niewątpliwie jednak małe obiekty mają duże predyspozycje do praktykowania bardziej odpowiedzialnej turystyki i szybszego wdrażania zmian. Wiąże się to m.in. z bezpośrednim przekładaniem się postaw właścicieli na decyzje o zmianach; brakiem konieczności uzyskania akceptacji zewnętrznych akcjonariuszy; możliwością monitorowania efektów poprzez bezpośredni kontakt właścicieli z gośćmi i pracownikami; oraz wywodzeniem się lub wtapianiem w lokalną kulturę i środowisko. Ściśle powiązanymi z turystyką zrównoważoną pojęciami, określanymi także jako podkategorie zrównoważonej turystyki lub aktywności turystyczne, są ekoturystyka, etnoturystyka i agroturystyka (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019; Frey, George, 2010; Lee, 2013; Moyle i in., 2021; Stoddard i in., 2008).

Ekoturystyka wiąże się z przyrodą, krajobrazem, dzikimi zwierzętami i roślinnością, zapewniając tzw. zieloną przestrzeń (Frey, George, 2010; Roman, Roman, 2019; Saseanu i in., 2020). Jest rodzajem odpowiedzialnej turystyki, w ramach której turyści odwiedzają obszary naturalne w sposób nieinwazyjny dla środowiska. Ekoturystyka określana jest również jako „turystyka przyrodni-

cza”, a jej celem jest minimalizowanie wpływu na środowisko i ochrona tego środowiska (Stoddard i in., 2008). Jest uznawana za restrykcyjną formę turystyki, w której najwyższą wartością jest ochrona środowiska i zachowanie walorów przyrodniczych, a w jej organizację angażują się często członkowie organizacji ekologicznych (Adamski, Ciapała, 2016). W ramach tej formy aktywności turystycznej, turyści doświadczają przyrody i uczą się o przyrodzie, a dopuszczalne formy rekreacji w ramach ekoturystyki, takie jak jazda na rowerze, piesze wycieczki i spływy kajakowe nie umniejszają walorów środowiska naturalnego (Dobrzański i in., 2010; Hvenegaard 1994, za: Stoddard i in., 2008; Mehmetoglu, 2007, za: Stoddard i in., 2008). Ekoturystyka, choć kładzie ogromny nacisk na ekologię i dbałość o środowisko, nie jest synonimem turystyki zrównoważonej, ponieważ kwestie ekonomiczne i społeczne są w niej drugoplanowe w stosunku do ekologii. Zdaniem wielu badaczy może stanowić *rdzeń turystyki zrównoważonej*, ponieważ jest lokalnie zorientowana i antykonsumpcyjna (Dobrzański i in., 2010; Kapera, 2018a; Niezgodą, 2008; Zaręba, 2008). Nie zachowuje jednak i nie dąży do uzyskania równowagi pomiędzy kwestiami ekologicznymi, społecznymi i ekonomicznymi, a spełnianie restrykcyjnych wymagań dotyczących ochrony środowiska prawdopodobnie nie pozwoli na jednoczesne zaspokojenie wszystkich potrzeb ruchu turystycznego. Wnosi natomiast ogromną wartość w zachowanie środowiska naturalnego i naturalnych zasobów w stanie niepogorszonym i dba o jego zachowanie dla przyszłych pokoleń.

W odróżnieniu od ekoturystyki, etnoturystyka kładzie nacisk na ochronę dziedzictwa kulturowego. Określana jest również jako turystyka kulturowa lub turystyka dziedzictwa kulturowego, choć te pojęcia stanowią raczej kalkę językową angielskich terminów Heritage Tourism i Cultural Tourism i nie są popularne w polskojęzycznej literaturze. Może być to turystyka, której celem jest poznawanie ludności odmiennej kulturowo, bez ingerowania w tę kulturę. Turyści zorientowani na takie wyjazdy szukają autentyczności kultury regionu, omijając kurorty wypoczynkowe, centra miast przygotowane na przyjęcie turystów czy restauracje, w których serwuje się dania „zuniwersalizowane”, które będą bliższe smakom znanym turystom (np. nie tak ostre, jak w oryginalnych przepisach). Taka turystyka ma na celu *poznawanie, upowszechnianie, promocję i ochronę wartości kulturowych, dziedzictwa kulturowego w skali lokalnej* oraz poznawanie historii grup społecznych (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019 s. 73, za: Roman, Roman, 2019). Etnoturystyka szanuje zarówno środowisko naturalne, jak i zabudowane, i traktuje je jako dziedzictwo ludzi zamieszkujących na określonym obszarze. Szanuje także dziedzictwo miejsca, artefakty i niematerialne dobra kulturowe, takie jak tradycje ludowe (Frey, George, 2010; Stoddard i in., 2008). Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że jest to forma turystyki szczególnie

wrażliwej, wymagającej odpowiedniego przygotowania i wiedzy turystów. W przeciwnym wypadku mogą oni świadomie lub nieświadomie zachowywać się niestosownie w odniesieniu do tradycji i kultury regionu, krzywdząc w ten sposób ludność lokalną (Buczkowska, Malchrowicz-Moško, 2012). Taka turystyka powinna prowadzić do symbiozy pomiędzy turystą, a tradycją kulturową danego miejsca (Santos, 2007, za: Stoddard i in., 2008). Turysta nie powinien zaburzać tej kultury i tradycji, a jego wizyta powinna mieć charakter edukacyjny, który dodatkowo będzie przynosił korzyści ekonomiczne ludności lokalnej, nie zmieniając przy tym charakteru kultury regionu. Podobnie jak w przypadku ekoturystyki prawdopodobnie nie jest możliwe, by etnoturystyka jednocześnie zaspokajała potrzeby rosnącego ruchu turystycznego bez naruszenia tradycji i kultury charakterystycznej dla regionu.

Do etnoturystyki zalicza się także turystykę sentymentalną, w której odwiedzane są miejsca związane ze wspomnieniami (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019), a także turystykę, w ramach której odwiedzane są miejsca historyczne, targi oraz festiwale sztuki i rzemiosła, muzea lub też uczestniczy się w inscenizacjach, np. historycznych, celem doświadczenia kultury, wartości, historii i obyczajów regionu (Hall i Zeppel, 1990, za: Stoddard i in., 2008). Również nie stanowi ona synonimu turystyki zrównoważonej, choć uwzględnia aspekty społeczne, ważne dla zrównoważonej turystyki, przy jednoczesnym poszanowaniu miejsca, w którym ta forma turystyki się odbywa.

2.6. Zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne

W dążeniu do zrównoważonej turystyki niezbędne jest angażowanie przedsiębiorstw turystycznych. Dochody z turystyki są ważnym elementem narodowych dochodów. Turystyka zapewnia miejsca pracy i stymuluje rozwój wielu innych sektorów gospodarczych. Jest też sektorem uzależnionym od wielu, zróżnicowanych czynników zewnętrznych, w tym międzynarodowych, takich jak np. stabilność polityczna, pokój na świecie, ceny paliw i wiele innych. Wysoka mobilność turystów skutkuje porównywaniem standardów turystycznych pomiędzy krajami. W wyniku tego ośrodki i przedsiębiorstwa turystyczne konkurują ze sobą, aby dostarczyć gościom produkt turystyczny najwyższej jakości. Turystyka cały czas rozwija się, aby zaoferować jeszcze wyższe standardy i większe udogodnienia, co teoretycznie można by uznać za sprzeczne z koncepcją zrównoważonego rozwoju. Higgins-Desbiolles (2018, s. 157) sugeruje nawet, że turystyka jest *uzależniona od wzrostu*.

Zdaniem wielu badaczy zaangażowanie podmiotów branży turystycznej w działania związane ze zrównoważonym rozwojem nie jest imponujące. Zarzucają oni, że jest ono głównie retoryczne, działania są pozorowane, a rzeczywisty stan kryje się za eko-fasadą (Moyle i in., 2018; Scott, 2011; Weaver, 2011). Branża postrzegana jest jako przyjmująca powoli zmiany i mało wydajna pod względem zrównoważonych praktyk, nie przywiązująca zbytnej wagi do badań i w małym stopniu zainteresowana zagadnieniem (Buckley, 2012; Scott, 2011; Sharpley, 2009). Część badaczy ocenia jednak pozytywnie zaangażowanie turystyki w problematykę zrównoważonego rozwoju. Przeprowadzone w 2018 roku badanie (Moyle i in., 2018), którego celem było porównanie zaangażowania firm z różnych branż w rozwój zrównoważony dowiodło, że przedsiębiorstwa turystyczne są bardziej zaangażowane w praktyki przyjazne dla środowiska niż inne rodzaje przedsiębiorstw.

Przedsiębiorstwa turystyczne mają też potencjał do uczenia się i wdrażania nowych zmian oraz dostosowywania się do zmieniających się warunków i zaleceń, przy czym zdecydowanie pomocne są w tym dofinansowania i granty rządowe, z których mogą skorzystać (Moyle i in., 2018). Turystyka posiada także środki do edukowania gości tak, aby zwrócić ich uwagę na istotność kwestii ekologii czy zaangażowania międzykulturowego i może dzięki swoim działaniom wpłynąć na zachowania konsumentów, aby stali się oni konsumentami bardziej świadomymi i tym samym angażować się w rozwój zrównoważony.

Zrównoważony rozwój może być realnym narzędziem do zwiększania konkurencyjności miejsc i przedsiębiorstw turystycznych (Manning, Dougherty, 1995; Rodríguez-López i in., 2019). W różnych publikacjach znajdują się studia przypadków firm, które osiągnęły pozytywne efekty w zakresie zwiększania konkurencyjności czy wyników finansowych poprzez angażowanie się w działania zrównoważone i CSR (Kotler i in., 2012; Laszlo, 2008), w tym również firm z branży hotelarskiej (Camilleri, 2014; Pulido-Fernández i in., 2015). Publikowane są także wyniki badań wskazujące, że działania proekologiczne przekładają się na osiąganie lepszych wyników finansowych (Camilleri, 2014; Garay, Font, 2012).

2.7. Problemy wdrażania koncepcji w strategię przedsiębiorstw turystycznych

Pomimo wielu pozytywnych przesłanek, które stoją za realizacją zadań zrównoważonego rozwoju jako elementu strategii przedsiębiorstwa turystycznego, istnieją też liczne bariery w ich praktycznej implementacji.

Jak wynika z badań, wielu turystów nie przejawia zainteresowania zrównoważonym rozwojem, lub nie posiada wiedzy na ten temat (Buckley, 2012). Właściciele przedsiębiorstw mogą w związku z tym obawiać się ewentualnych reakcji gości na wprowadzanie rozwiązań, które mogłyby wpłynąć na podniesienie cen, w wyniku wprowadzanych modernizacji. Zdaniem Kachniewskiej (2018, s. 190) w takiej sytuacji *nawet najbardziej świadomy przedsiębiorca nie będzie skłonny ryzykować zmian jako pierwszy, narażając się na utratę rentowności*.

Usługi turystyczne spełniają głównie egoistyczne i hedonistyczne potrzeby rozrywki, a co za tym idzie, turyści mogą być nastawieni wyłącznie na zaspokojenie indywidualnych potrzeb, nie zwracając przy tym uwagi na globalne problemy społeczne i środowiskowe (Higgins-Desbiolles, 2018). Równocześnie istnieje duża grupa turystów, którzy chcą wypoczywać w czystym, naturalnym środowisku i są w stanie zapłacić więcej za wypoczynek w obiektach, których właściciele wykazują troskę o środowisko, co może zachęcać przedsiębiorstwa do angażowania się we wdrażanie zrównoważonych praktyk (Kapera, 2018a; Vasilenko, Arbačiauskas, 2012).

2.8. Certyfikacja zrównoważonych przedsiębiorstw turystycznych

Certyfikacja obiektów turystycznych może stanowić narzędzie pomiaru, a pośrednio diagnozy, zaangażowania przedsiębiorstw turystycznych, w tym w szczególności obiektów noclegowych, w działania zrównoważone i odpowiedzialne. Obecnie nie istnieje żaden globalny system certyfikowania zrównoważonych obiektów noclegowych, choć zarówno na światowej, jak i europejskiej arenie, istnieje wiele certyfikatów ekologicznych. Certyfikacja jest często kojarzona ze standardem obiektu i może podnosić rangę przedsiębiorstwa (Camilleri, 2014; Kapera, 2018a). Zaangażowanie przedsiębiorstw w pozyskanie certyfikatów nie wydaje się być jednak zbyt wysokie. U podstaw tego zjawiska mogą leżeć m.in. niedostateczny poziom informowania o możliwości uzyskania certyfikatu lub wysokie wymagania aby go uzyskać.

Obiekty hotelarskie oraz obiekty zakwaterowania turystycznego mogą starać się o certyfikację w ramach programu Ecolabel należącego do polityki zrównoważonej konsumpcji i produkcji Unii Europejskiej. Celem certyfikacji jest poprawa zdrowia, warunków klimatycznych i troska o zasoby naturalne (Kamieniecka i in., 2014). Jej aktualne kryteria udostępnione zostały w ramach Decyzji Komisji (UE) 2017/175 z dnia 25 stycznia 2017 roku w sprawie ustano-

wienia kryteriów oznakowania ekologicznego UE dla zakwaterowania turystycznego. Jak jednak wynika z badań przeprowadzonych w 2017 roku, żadne gospodarstwo agroturystyczne w Polsce nie posiadało certyfikatu Ecolabel (Wilk, 2018). W ramach certyfikatu Ecolabel spełnić należy 22 kryteria obowiązkowe, które zostały podzielone na pięć sekcji i dotyczą: zarządzania, energii, wody, odpadów i ścieków oraz pozostałe, a także 45 kryteriów fakultatywnych podzielonych na analogiczne sekcje, w których dodatkowo zastosowano punktację. W wybranych objaśnieniach do kryteriów certyfikatu Ecolabel podkreślono, że niektóre kryteria mogą zostać uchylone, jeżeli ich treść stoi w sprzeczności z prawem krajowym. Kryteria certyfikatu Ecolabel pokazuje tabela 3.

Tabela 3. Obowiązkowe kryteria certyfikacji Ecolabel

Kryterium	Wytyczne szczegółowe
1	2
Podstawy systemu zarządzania środowiskowego	Wdrożenie polityki środowiskowej, programu działań określającego cele w zakresie efektywności środowiskowej lub ISO 14001 i opracowanie procedury oceny wewnętrznej pozwalającej na coroczną kontrolę wyników w zakresie celów
Szkolenia dla pracowników	Szkolenie personelu w celu zapewnienia stosowania procedur mających na celu ochronę środowiska oraz zwiększenie świadomości odpowiedzialności za środowisko naturalne w tym m.in: polityki środowiskowej przedsiębiorstwa, oszczędzania energii, wody, ograniczeniem stosowania chemikaliów, zmniejszenie ilości odpadów i segregacji odpadów, przyjaznych środków transportu
Informacje dla gości	Przekazywanie gościom informacji dotyczących stosowanych procedur, polityki środowiskowej obiektu, sposobów oszczędzania energii i wody, zmniejszenia ilości odpadów i ich segregowania, przyjaznych środków transportu, lokalnych atrakcjach i usługach, a także przekazanie gościom kwestionariusza pozwalającego na uzyskanie informacji zwrotnej, w którym mogą wyrazić opinię na temat aspektów środowiskowych
Ogólne kwestie związane z konserwacją	Prowadzenie profilaktycznej konserwacji urządzeń min. raz w roku, w tym urządzeń korzystających z czynników chłodniczych zgodnie ze szczegółowymi wytycznymi
Monitorowanie zużycia	Monitorowanie jednostkowego zużycia energii, udziału energii odnawialnej, zużycie wody na osobodobę, ilość wytwarzanych odpadów na osobodobę, zużycie chemicznych środków czystości, udział używanych produktów z oznakowaniem ekologicznym
Efektywność energetyczna urządzeń do ogrzewania pomieszczeń i podgrzewania wody	Stosowanie urządzeń zgodnych ze szczegółowo określonymi standardami, pozwoleniami i certyfikatami UE
Efektywność energetyczna urządzeń klimatyzacyjnych i powietrznych pomp ciepła	Stosowanie urządzeń zgodnych ze szczegółowo określonymi standardami, pozwoleniami i certyfikatami UE
Efektywność energetyczna oświetlenia	W trakcie ubiegania się o certyfikat min. 40% wszystkich żarówek o klasie efektywności energetycznej A i min. 50% w miejscach, w których lampy będą włączone dłużej niż 5 godzin dziennie. Po dwóch latach od uzyskania certyfikacji wartości wzrastają odpowiednio do 80% i 100%
Termoregulacja	Temperatura w pomieszczeniach regulowana oddzielnie i utrzymująca się na poziomie 22°C (± 2 °C na żądanie klientów)

cd. tabeli 3

1	2
Automatyczne wyłączanie systemów ogrzewania, wentylacji, klimatyzacji i oświetlenia	Systemy automatycznie wyłączające ogrzewanie, wentylację i klimatyzację po wyjściu gości z pokoju lub otwarciu okien oraz systemu automatycznie wyłączające oświetlenie po wyjściu gości z pokoju (nie dotyczy małych obiektów do 5 pokoi)
Zewnętrzne urządzenia grzewcze i klimatyzacyjne	Obiekt zakwaterowania turystycznego nie korzysta z zewnętrznych urządzeń grzewczych i klimatyzacyjnych
Zakup energii elektrycznej od dostawcy energii elektrycznej z odnawialnych źródeł	Zaleca się, aby obiekt zakwaterowania turystycznego miał umowę na indywidualną taryfę dla energii elektrycznej obejmującej co najmniej 50% energii elektrycznej wytworzonej z odnawialnych źródeł energii. W przypadku braku możliwości – przedłożenie dokumentu potwierdzającego brak dostępu do dostawców taryfy zielonej
Węgiel i oleje opałowe	Nie używa się olejów opałowych o zawartości siarki powyżej 0,1% oraz węgla jako źródeł energii
Wodooszczędna armatura: kranry łazienkowe i prysznice	Średnie natężenie przepływu wody w kranach łazienkowych i prysznicach nie może przekraczać 8,5 l/min
Wodooszczędna armatura: toalety i pisuary	Ilość splukiwanej wody wynosi $\leq 4,5$ l Zakazane jest stosowanie splukiwania ciągłego w pisuarach
Zmniejszenie ilości prania dzięki wielokrotnemu wykorzystaniu pościeli i ręczników	Obiekt wymienia pościel i ręczniki z częstotliwością domyślną określoną w jego programie działań na rzecz środowiska, rzadziej niż codziennie
Zapobieganie powstawaniu odpadów: plan zmniejszania powstawania odpadów spożywczych	Nie używa się pojedynczych opakowań żywności o długim terminie trwałości. Zarządzanie dostarczaniem żywności, aby zminimalizować odpady
Zapobieganie powstawaniu odpadów: produkty jednorazowego użytku	Nie udostępnia się gościom artykułów toaletowych jednorazowego użytku Nie udostępnia się gościom jednorazowych naczyń Nie używa się jednorazowych ręczników ani pościeli
Segregowanie odpadów i kierowanie ich do recyklingu	Gościom udostępnia się odpowiednie pojemniki do segregacji odpadów w pokojach lub na każdym piętrze, obiekt segreguje odpady ze szczególnym uwzględnieniem artykułów toaletowych i odpadów niebezpiecznych
Zakaz palenia w obiektach wspólnych i pokojach	Zakaz palenia obowiązuje we wszystkich obiektach wspólnych i w co najmniej 80% pokoi gościnnych
Promowanie przyjaznych dla środowiska środków transportu	Gościom i pracownikom udostępnia się na stronie internetowej i na miejscu informacje o środkach transportu przyjaznych dla środowiska lub oferuje takie środki transportu gościom i pracownikom, jeżeli nie są dostępne
Informacje widniejące na oznakowaniu ekologicznym UE	Oznakowanie z polem tekstowym zawiera tekst wg. wskazania dokumentu Guidelines for the use of the EU Ecolabel Logo

Źródło: Na podstawie: Decyzja Komisji (UE) 2017/ 175 z dnia 25 stycznia 2017 r. w sprawie ustanowienia kryteriów oznakowania ekologicznego UE dla zakwaterowania turystycznego (notyfikowana jako dokument Nr C(2017) 299), 2017).

Przy ustanawianiu kryteriów ekocertyfikacji wykorzystywane są międzynarodowe standardy i wytyczne m.in.: ISO 14001 (PN-EN ISO 14001: 2015 Systemy Zarządzania Środowiskowego – Wymagania i Wytyczne Stosowania, 2016), ISO 26000 (PN-ISO 26000 – Guidance on Social Responsibility, 2010), EMAS, UNEP, których wymogi, obok kryteriów określonych projektów ekocertyfikacji, mogą być pomocne dla przedsiębiorstwa we wdrażaniu polityki przyjaznej dla środowiska, nawet jeżeli przedsiębiorstwo nie stara się o uzyskanie certyfikatu. Jednakże dla małych przedsiębiorstw turystycznych, które pełnią ważną rolę w sektorze turystyki alternatywnej, wdrożenie wszystkich tych wymogów jest

trudne, z uwagi na ich możliwości finansowe, czasowe i ograniczoną skalę przedsiębiorstwa (Dobrzański i in., 2010). Może to stanowić uzasadnienie dla niewielkiego udziału gospodarstw w posiadaniu ekocertyfikatów (Polski Certyfikat Ekoturystyczny – 9 obiektów, Ecolabel – 0 obiektów w Polsce).

Z przeprowadzonych w 2017 roku badań klientów polskich gospodarstw ekoagroturystycznych wynika, że certyfikacja była dla 65,1% klientów ważnym czynnikiem skłaniającym do wyboru oferty gospodarstwa (Wilk, 2018), a porównanie ekocertyfikatów Ecolabel i Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego wykazało, że wymagania krajowego certyfikatu były bardziej rygorystyczne (podstawowy zakres Ecolabel zakłada jedynie 22 obowiązkowe kryteria, których interpretacja może być dopasowana do specyfiki kraju lub regionu, zaś założenia Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego nie pozwalają na pominięcie żadnego z kryteriów, chyba że nie występuje w działalności). Uzyskanie certyfikatu krajowego przez dziewięć obiektów świadczy, że z dużym prawdopodobieństwem mogłyby one spełnić również kryteria certyfikatu Ecolabel, o który nie wystąpiły, co może wskazywać na małą świadomość istnienia możliwości ekocertyfikacji oraz świadomość kryteriów takiej certyfikacji wśród przedsiębiorstw.

Ochrona środowiska stanowi istotny element zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego. Nie należy jednak uznawać ekoturystyki za synonim turystyki zrównoważonej, a działań przedsiębiorstwa w zakresie ochrony środowiska za rozwój zrównoważony przedsiębiorstwa. Ochrona środowiska stanowi bowiem tylko jeden z jego aspektów, obok pozostałych grup celów, jakimi są cele społeczno-kulturowe i gospodarcze, w tym między innymi: tworzenie miejsc pracy oraz promocja lokalnej kultury i produktów (ONZ, 2015). Certyfikaty ekoturystyczne mogą więc stanowić źródło kryteriów do diagnozowania poziomu zaangażowania przedsiębiorstw wyłącznie w zakresie wymiaru środowiskowego zrównoważonego rozwoju, nie są jednak wystarczające do diagnozowania holistycznie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa.

Do zrównoważonego rozwoju w pełnym ujęciu odnoszą się Globalne Kryteria dla Turystyki Zrównoważonej, opracowane przez Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Organizacja ta tylko w latach 2007–2011 skontaktowała się z prawie 100 000 interesariuszami branży turystycznej, a także przetestowała i przeanalizowała ponad 4500 kryteriów oraz 60 certyfikatów uzyskując przy tym opinie od ponad 1500 osób (Huang, 2011). GSTC zrzesza przedstawicieli 27 organizacji, w tym agencje ONZ i organizacje pozarządowe (m.in. UNWTO, UN Environment, Rainforest Alliance, United Nations Foundation). Kryteria GSTC, w ramach których wyszczególnione zostały kryteria branżowe dla hoteli i usług zakwaterowania, stanowią globalne standardy zrównoważonego rozwoju i zarządzania nimi (Saseanu i in., 2020; Tölkes, 2020). Opracowano je celem

upowszechnienia właściwego zrozumienia zrównoważonej turystyki i podzieleno na cztery główne obszary: skuteczne planowanie zrównoważonego rozwoju, maksymalizowanie korzyści dla lokalnej społeczności w aspekcie społecznym i ekonomicznym, ochrona dziedzictwa kulturowego i zmniejszanie szkodliwego wpływu na środowisko (GTSC, 2020). Kryteria, zgodnie z oryginalnym podziałem na cztery sekcje, przedstawia tabela 4.

Tabela 4. Globalne Kryteria dla Turystyki Zrównoważonej

SEKCJA A: Skuteczne zarządzanie zrównoważonym rozwojem	
1	2
A1 System zarządzania	• Udokumentowany system zarządzania firmą obejmująca kwestie środowiskowe, społeczne, kulturalne, ekonomiczne, jakościowe, dotyczące praw człowieka, zdrowia i bezpieczeństwa, uwzględniający plan zarządzania ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi oraz zasady monitorowania rozwoju zrównoważonego
A2 Zgodność z prawem	• Przedsiębiorstwo prowadzone jest zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi lokalnymi, krajowymi i międzynarodowymi przepisami i regulacjami, w tym między innymi aspektami zdrowia, bezpieczeństwa, pracy i środowiska. • Prowadzi aktualną listę obowiązujących wymagań prawnych oraz posiada certyfikaty lub inne dokumenty potwierdzające zgodność ze wszystkimi obowiązującymi wymogami prawnymi
A3 Raportowanie i komunikacja	• Organizacja komunikuje swoją politykę zrównoważonego rozwoju, działania i wyniki interesariuszom, w tym klientom poprzez udostępnianie raportów i informacji w materiałach komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej oraz angażuje klientów i interesariuszy w rozwój zrównoważony
A4 Zaangażowanie pracowników	• Personel jest zaangażowany w opracowywanie i wdrażanie systemu zarządzania zrównoważonym rozwojem oraz otrzymuje okresowe wskazówki i szkolenia dotyczące ich ról i obowiązków w zakresie jego realizacji. • Pracownicy posiadają certyfikaty i kwalifikacje w odpowiednich dyscyplinach, a także dostępne są materiały z odbytych przez nich kursów i szkoleń
A5 Doświadczenia klienta	• Zadowolenie klienta, w tym aspekty zrównoważonego rozwoju, jest monitorowane i podejmowane są działania naprawcze
A6 Dokładna promocja	• Materiały promocyjne i komunikacja marketingowa są dokładne i przejrzyste, przedsiębiorstwo nie obiecuje więcej niż dostarcza, w materiałach używane są rzeczywiste zdjęcia oferowanych świadczeń i udogodnień, a komunikowane informacje dotyczące zrównoważonego rozwoju oparte są o wyniki już osiągnięte
A7 Budynki i infrastruktura	• Jest zgodne z przepisami prawnymi, przedsiębiorstwo posiada wymagane licencje i zezwolenia oraz prowadzi działania zgodnie z wymogami dotyczącymi obszarów chronionych i wrażliwych jeżeli takie obowiązują w danym regionie. • Uwzględniają czynniki ryzyka, potencjał i integralność środowiska naturalnego i kulturowego w tym obszarów wrażliwych biologicznie, nie wpływają na walory wizualne, krajobraz, dziedzictwo kulturowe i naturalne, nie jest naruszana integralność dziedzictwa archeologicznego, kulturowego i religijnego, nie wpływają na wysiedlenie gatunków zagrożonych lub chronionych. • Uwzględnia stosowanie zrównoważonych lokalnych materiałów, praktyk i rzemiosła, w miarę możliwości z odpowiednią certyfikacją i uwzględnieniem przyjaznej dla środowiska utylizacji odpadów, a także wykorzystuje rodzime i endemiczne rośliny do kształtowania krajobrazu, w szczególności odporne na warunki, unikając gatunków egzotycznych i inwazyjnych. • Zapewnia dostęp dla osób niepełnosprawnych fizycznie i o innych szczególnych potrzebach, zapewnia informacje o poziomie dostępności i poddaje się w tym zakresie certyfikacji ekspertów
A8 Wody gruntowe i prawa majątkowe	• Przedsiębiorstwo posiada udokumentowane prawa do gruntów i wody potwierdzające ich nabycie lub przejęcie w użytkowanie za bezpłatną i świadomą zgodą lokalnej społeczności i nie wymagało przesiedlenia

cd. tabeli 4

1	2
A9 Informacje i interpretacja	Przedsiębiorstwo dostarcza klientom informacje poprzez materiały informacyjne i za pośrednictwem przeszkolonych pracowników na temat dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego obszarów i właściwego zachowania podczas ich odwiedzania.
A10 Zaangażowanie w zrównoważony rozwój obszaru turystycznego	Przedsiębiorstwo zajmuje się planowaniem i zarządzaniem zrównoważoną turystyką na obszarze swojego działania jeżeli istnieją takie możliwości poprzez członkostwo, udział w spotkaniach i współpracę z lokalnymi organizacjami zarządzającymi, stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi
SEKCJA B: Korzyści społeczne i ekonomiczne dla lokalnej społeczności oraz minimalizowanie negatywnych skutków działalności	
B1 Wsparcie społeczności	Organizacja aktywnie wspiera inicjatywy na rzecz lokalnej infrastruktury i rozwoju lokalnej społeczności, która ma możliwość dostępu do obiektów turystycznych i świadczonych usług. Przykłady inicjatyw obejmują edukację, szkolenia, ochronę zdrowia, warunki sanitarne oraz projekty dotyczące skutków zmian klimatu
B2 Lokalne zatrudnienie	Przedsiębiorstwo zatrudnia pracowników pochodzących ze społeczności lokalnej i umożliwia im awans, w tym na stanowiska kierownicze. Organizuje szkolenia dla lokalnej społeczności umożliwiające im uzyskanie zatrudnienia
B3 Zakupy lokalne	Przedsiębiorstwo daje pierwszeństwo lokalnym i uczciwym dostawcom, ilekroć są oni dostępni i mają odpowiednią jakość
B4 Lokalni przedsiębiorcy	Przedsiębiorstwo wspiera innych lokalnych przedsiębiorców w opracowywaniu i sprzedaży zrównoważonych produktów i usług opartych na naturze, historii i kulturze regionu, w stosownych wypadkach zapewnia doradztwo i wsparcie dostawcom lokalnych usług i realizuje wspólne przedsięwzięcia oraz nawiązuje partnerstwa z lokalnymi przedsiębiorcami
B5 Wykorzystywanie i molestowanie	Przedsiębiorstwo wdrożyło udokumentowaną politykę przeciw komercyjnemu, seksualnemu lub prowadzonemu w jakiejkolwiek innej formie wykorzystywaniu lub molestowaniu w szczególności dzieci, młodzieży, kobiet, mniejszości i innych wrażliwych grup, współpracuje z lokalną społecznością w walce z wyzyskiem i wspiera działania przeciwko turystyce seksualnej dzieci
B6 Równe szanse	Przedsiębiorstwo oferuje możliwości zatrudnienia, w tym na stanowiskach kierowniczych, bez dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, religię, niepełnosprawność lub w inny sposób
B7 Godna praca	Przedsiębiorstwo przestrzega prawa pracowniczego i zapewnia bezpieczne środowisko pracy, a także zapewnia umowę, dostęp do świadczeń i pensję wystarczającą na utrzymanie zgodnie z normami krajowymi, a także wykazuje świadomość międzynarodowych standardów pracy, umożliwia dostęp do wody, urządzeń sanitarnych i higienicznych, szkoleń i monitoruje satysfakcję pracowników
B8 Usługi społeczne	Działalność przedsiębiorstwa nie zagraża świadczeniu podstawowych usług, takich jak żywność, woda, energia, opieka zdrowotna lub sanitarna dla lokalnej społeczności
B9 Lokalne źródła utrzymania	Działalność przedsiębiorstwa nie wpływa negatywnie na dostęp do źródeł utrzymania, w tym użytkowania gruntów, zasobów wodnych, dróg, transportu i zakwaterowania lokalnej społeczności
SEKCJA C: Maksymalizowanie korzyści i minimalizowanie negatywnych skutków dla dziedzictwa kulturowego	
C1 Interakcje kulturowe	Przedsiębiorstwo postępuje zgodnie z dobrymi praktykami międzynarodowymi i krajowymi oraz lokalnie uzgodnionymi wytycznymi dotyczącymi zarządzania i promowania wizyt w społecznościach tubylczych oraz wrażliwych kulturowo lub historycznie miejscach w celu zminimalizowania negatywnych skutków i maksymalizacji lokalnych korzyści i spełnienia gości
C2 Ochrona dziedzictwa kulturowego	Przedsiębiorstwo przyczynia się do ochrony, ochrony i wzbogacania miejsc i tradycji o znaczeniu historycznym, archeologicznym, kulturowym i duchowym, nie utrudnia dostępu do nich lokalnej społeczności

cd. tabeli 4

1	2
C3 Prezentacja kultury i dziedzictwa	Lokalna sztuka/rzemiosło znajduje odzwierciedlenie w architekturze i wyposażeniu przedsiębiorstwa, podtrzymuje lokalne dziedzictwo kulturowe uwzględniając je w kuchni, handlu detalicznym, wydarzeniach i innych oferowanych usługach przestrzegając przy tym praw autorskich
C4 Artefakty	Artefakty historyczne i archeologiczne są przez przedsiębiorstwo chronione, nie są sprzedawane, a ich użycie jest udokumentowane i zgłoszone oraz zgodne z prawem lokalnym i międzynarodowym
SEKCJA D: Maksymalizowanie korzyści i minimalizowanie negatywnych skutków dla środowiska	
D1 Oszczędzanie zasobów	- Przedsiębiorstwo preferuje zakup produktów ekologicznych i posiadających certyfikaty środowiskowe, nie wykorzystuje i kupuje/sprzedaje zagrożonych gatunków. - Przedsiębiorstwo ostrożnie zarządza zakupami towarów konsumpcyjnych i jednorazowych, w tym żywności, w celu zminimalizowania odpadów, preferuje towary wielokrotnego użytku. - Przedsiębiorstwo mierzy i podejmuje działania w celu minimalizowania zużycia energii (energooszczędne urządzenia, oświetlenie) i stara się zwiększyć wykorzystanie energii odnawialnej. - Przedsiębiorstwo mierzy i podejmuje działania w celu minimalizowania zużycia wody szczególnie na obszarach o wysokim ryzyku wodnym, edukuje personel i gości w kwestii efektywnego zużycia wody
D2 Redukcja zanieczyszczenia	- Przedsiębiorstwo prowadzi działania w celu redukcji i wykluczenia emisji gazów cieplarnianych. - Przedsiębiorstwo dąży do minimalizacji konieczności transportu i zachęca pracowników, klientów i dostawców do korzystania z czystszych i bardziej zasobooszczędnych alternatyw. - Ścieki są odprowadzane do zatwierdzonego przez gminę lub rząd systemu oczyszczania, jeśli jest dostępny lub wprowadza się system oczyszczania spełniający międzynarodowe standardy na miejscu. - Przedsiębiorstwo stosuje mechanizmy zmniejszania ilości odpadów w tym odpadów żywnościowych, a w przypadku gdy zmniejszenie nie jest możliwe, ponownego wykorzystania lub recyklingu. - Stosowanie substancji szkodliwych, w tym pestycydów, farb, środków dezynfekujących do basenów i środków czyszczących, jest zminimalizowane i zastępowane przez nieszkodliwe produkty. - Przedsiębiorstwo monitoruje i ogranicza zanieczyszczenia hałasem, światłem, erozją, substancjami zubożającymi warstwę ozonową oraz zanieczyszczeniami powietrza, wody i gleby
D3 Ochrona różnorodności biologicznej, ekosystemów i krajobrazów	- Przedsiębiorstwo wykazuje świadomość obszarów chronionych, zapewnia wsparcie finansowe, rzeczowe lub inne na rzecz ochrony różnorodności biologicznej w okolicy, łagodzi działania, które mogą zakłócać przyrodę i siedliska, w tym przez edukację klientów i współpracę z organizacjami. - Przedsiębiorstwo podejmuje środki w celu uniknięcia wprowadzenia gatunków inwazyjnych, a rodzime gatunki są wykorzystywane do restaurowania i kształtowania krajobrazu. - Przedsiębiorstwo przestrzega wytycznych dotyczących wizyt w naturalnych miejscach przyrodniczych i promuje właściwe zachowania wśród gości odwiedzających przyrodnicze miejsca naturalne. - Przedsiębiorstwo przestrzega istniejących przepisów i wytycznych dotyczących interakcji z dzikimi zwierzętami, w tym ich oglądania, nie zezwala na bezpośrednie interakcje, w szczególności karmienie, chyba że te są wyraźnie usankcjonowane i minimalizuje zakłócenia dzikiej przyrody. - Przedsiębiorstwo nie pozyskuje, nie hoduje i nie przetrzymuje w niewoli dzikich zwierząt (chyba że jest do tego uprawniona, a pracownicy mają odpowiednie kwalifikacje), a opieka nad zwierzętami, w tym domowymi, spełnia najwyższe standardy dobrostanu zwierząt.

cd. tabeli 4

1	2
	• Przedsiębiorstwo nie pozyskuje, nie konsumuje i nie handluje dziką przyrodą z wyjątkiem sytuacji, gdy stanowią część działalności regulowanej zapewniającej zrównoważone użytkowanie i zgodność z lokalnymi i międzynarodowymi przepisami

Źródło: Na podstawie: GSTC (2020).

Kryteria certyfikacji Ecolabel oraz kryteria GSTC ze względu na ich zasięg i prestiżową rangę, stanowią podstawowe dokumenty strategiczne, na podstawie których możliwe jest wskazanie dobrych praktyk dla zrównoważonego przedsiębiorstwa turystycznego. Nie są one jednak dostosowane do polityki i uwarunkowań lokalnych.

2.9. Podsumowanie

Dla zrównoważonej turystyki opracowano cele zrównoważonej turystyki, a w ramach ich dopełnienia, wskazania, w jaki sposób stosować zasady zrównoważonego rozwoju w turystyce. Jednak z uwagi na różnorodność turystyki, wskazania te obrazują jedynie, do czego powinna dążyć zrównoważona turystyka, nie określając działań, jakie mogą być realizowane przez przedsiębiorstwa. Do tej pory opracowano wiele wskaźników, które mogą służyć do pomiaru zrównoważonego rozwoju w turystyce, ale są one trudne do implementacji i rzadko wykorzystywane w praktyce (RQ2.1).

Istnieją bariery, które utrudniają wdrażanie działań związanych ze zrównoważonym rozwojem w przedsiębiorstwach (RQ2.2). Przez zdominowaną sprawami środowiskowymi i klimatycznymi dyskusję dotyczącą zrównoważonego rozwoju (Adamski, Ciapała, 2016; Hall, 2013; Weaver, 2011), aspekty społeczne i potrzeby interesariuszy są często pomijane. Ponadto przedsiębiorstwa, chcące realizować strategię uwzględniającą założenia zrównoważonego rozwoju, mogą napotkać na opór ze strony klientów, którzy zgodnie z wynikami licznych badań, nie są skłonni, aby zmieniać swoje postawy podróżnicze dla polepszenia stanu środowiska. Istnieje również problem spójności regulacji prawnych pomiędzy różnymi obszarami, które mogą stać w sprzeczności z prowadzeniem działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Same działania powinny być natomiast dopasowane do lokalnego kontekstu. Często wskazywaną barierą dla prowadzenia działań w tym zakresie w przedsiębiorstwach turystycznych są również wysokie koszty ich realizacji.

Nie sformułowano do tej pory wytycznych dla przedsiębiorstw turystycznych, wskazujących konkretne działania, jakie mogłoby być realizowane przez przedsiębiorstwa turystyczne, w tym agroturystyczne (RQ2.3). Pomocne przy ustalaniu takich wytycznych mogą być systemy certyfikacji, choć te skupiają się przede wszystkim na działaniach prośrodowiskowych.

Przedsiębiorstwa agroturystyczne, które stanowią podmiot badań w niniejszej pracy, świadczą usługi zakwaterowania i inne w czynnych gospodarstwach rolnych, zlokalizowanych na terenach wiejskich. Jest to szczególny rodzaj przedsiębiorstw turystycznych, które klasyfikowane są do grupy MŚP lub częściej do grupy mikroprzedsiębiorstw. Ich działalność jest ściśle związana z terenami wiejskimi i rozwojem tych terenów. Z uwagi na specyficzny charakter oraz niewielką skalę działalności, a także wyodrębnione przepisy, znacznie różnią się od typowych przedsiębiorstw oferujących usługi noclegowe, w tym również tych zlokalizowanych na terenach wiejskich. Niemniej jednak, gospodarstwa agroturystyczne wykazują potencjał do realizowania koncepcji zrównoważonego rozwoju. W niniejszym rozdziale postawiono następujące pytania badawcze:

- RQ3.1: Czy polityka zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich ma wpływ na możliwe do podejmowania przez gospodarstwa agroturystyczne działania w zakresie zrównoważonego rozwoju?
- RQ3.2: Jakie metody pomiaru zrównoważonego rozwoju są wykorzystywane dla gospodarstw agroturystycznych?
- RQ3.3: Czy agroturystyka może być uznawana za turystykę zrównoważoną?

W rozdziale, opierając się na badaniach literaturowych, zaprezentowano cele i zadania zrównoważonego rozwoju dla terenów wiejskich oraz turystyki. Dokonano także zmapowania głównych pojęć dla obszaru badawczego (Ćwiklicki, 2020). Wprowadzono definicję zrównoważonej turystyki, turystyki odpowiedzialnej i agroturystyki, a także scharakteryzowano działalność agroturystyczną. Przeanalizowano wskaźniki pomiaru realizacji celów dla zrównoważonej turystyki i dostępne certyfikaty agroturystyczne powiązane z problematyką zrównoważonego rozwoju, aby zweryfikować, czy istnieją narzędzia pomiaru odpowiednie dla gospodarstw agroturystycznych oraz wskazania działań, jakie w zakresie zrównoważonego rozwoju mogą być realizowane przez te przedsiębiorstwa.

3.1. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich

Polskie gospodarstwa rolne są jednymi z najmniejszych w Unii Europejskiej, zarówno pod względem obszaru, jak i wielkości ekonomicznej. Znaczenie rolnictwa jako głównego źródła utrzymania ludności w Polsce, wskazuje długotrwałą tendencję spadkową (Wilkin, 2007). Trudno jest porównywać rolnictwo i obszary wiejskie w Polsce do innych krajów, w których ma ono większe znaczenie dla utrzymania się ludności, a gospodarstwa są większe, lepiej rozwinięte i mają także inny profil działalności. Znaczny wpływ na poziom rozwoju obszarów wiejskich miał także moment, od którego możliwe było pozyskiwanie funduszy rozwojowych, wynikający z przystąpienia kraju do Unii Europejskiej.

Obszary wiejskie są mocno zróżnicowane wewnętrznie. Najczęściej w podziale wyróżnia się trzy rodzaje środowisk wiejskich: podmiejskie (lub zintegrowane), pośrednie (lub rolnicze) i peryferyjne (lub problemowe). Głównymi determinantami dla tego rozróżnienia są: ich położenie, gęstość zaludnienia, migracja z miast do wsi, jakość rolnictwa, infrastruktury i poziom rozwoju działalności pozarolniczych (Czudec i in., 2018; Wlazły, 2018). Obszary podmiejskie to nowoczesna wieś, zamieszкана często przez osoby pracujące w mieście, gdzie powstają pozarolnicze działalności (m.in. ze względu na mniejsze koszty lokalowe niż w dużych miastach), a rolnictwo ma marginalne znaczenie. Obszary pośrednie to modelowe wsie, w których rolnictwo działa prężnie i dąży się do jego unowocześnienia oraz współpracy z innymi segmentami agrobiznesu. Obszary peryferyjne to tereny o słabej infrastrukturze, małej atrakcyjności, słabo rozwiniętej działalności pozarolniczej, jak i rolniczej. Mogą one powstawać zarówno ze względu na ich lokalizację i uwarunkowania geologiczne, takie jak m.in. gleby słabej jakości czy brak atrakcyjności dla przyjezdnych, zarówno w kontekście migracji jak turystyki, a także eksploatację obszarów w poprzednich latach (tereny dawnych Państwowych Gospodarstw Rolnych – PGR). Często są to tereny położone przy mniejszych miastach, zazwyczaj przemysłowych, w których rozwija się wysokie bezrobocie na skutek zamknięcia zakładów produkcyjnych. Mieszkańcy obszarów peryferyjnych są także najbardziej narażeni na wykluczenie społeczne, głównie ze względu na to, że ich wykształcenie było ukierunkowane na nieistniejące już gałęzie przemysłu.

W literaturze podkreśla się, że wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju do rolnictwa jest powiązane ze zdolnościami wsi do wypełniania funkcji przypisanej obszarom wiejskim. Propozycja klasyfikacji pozakomercyjnych funkcji rolnictwa Van Huylenbroeck z 2007 roku wymienia następujące funkcje (Czudec i in., 2018; Niedzielski, 2015; Wilkin, 2010):

- zielone – zarządzanie zasobami ziemi, tworzenie i ochrona warunków życia zwierząt dzikich i hodowlanych oraz roślin, utrzymanie bioróżnorodności, ekologia;
- błękitne – zarządzanie zasobami wody i ich jakością, zapobieganie powodziom, wytwarzanie energii wodnej i wiatrowej;
- żółte – zarządzanie spójnością i żywotnością obszarów wiejskich, w tym podtrzymywania tradycji kulturalnej oraz tożsamości wsi i regionów, zaspokajania potrzeb społecznych, rozwój agroturystyki i myślistwa;
- białe – zarządzanie bezpieczeństwem żywności i zdrową żywnością.

W niektórych opracowaniach pomija się myślistwo jako element żółtej funkcji, co może wynikać z nieprzychylnego do niego nastawienia. W wymogach wybranych ekocertyfikatów i certyfikatów zrównoważonej turystyki jest nawet wskazywane, że obiekty nie powinny brać udziału w myślistwie. Jednak łowiectwo, jako element zrównoważonego rozwoju, jest powszechnie wskazywane w literaturze. Dziczyzna może być źródłem zdrowej żywności, a kontrolowanie populacji ma istotne znaczenie dla ekosystemu. W tym wypadku myślistwo zostało przytoczone, zgodnie z oryginalną propozycją klasyfikacji, jako element żółtej funkcji rolnictwa.

Zgodnie z udostępnionymi przez GUS informacjami, w roku 2020 obszary wiejskie zajmowały 92,9% powierzchni Polski, stanowiąc miejsce zamieszkania dla 40,1% ludności naszego kraju (Główny Urząd Statystyczny, 2022). Obszary te decydują o jakości ekosystemów i spełniają podstawowe funkcje środowiskowe dla ludności. Rolnictwo jest najbardziej powszechną formą działalności gospodarczej ludności zamieszkującej te obszary, jednak uwidacznia się tendencja spadkowa w znaczeniu rolnictwa dla utrzymania się ludności wsi (Jędrzejewski, 2022). Niewielki udział rolnictwa w PKB i rozdrobnienie działalności powodują liczne konsekwencje dla życia społeczności wiejskiej. Przeszkodą w rozwoju wsi staje się m.in. zmniejszona możliwość konkurencji produktów małych gospodarstw rolnych z produktami pochodzącymi z dużych, technologicznie rozwiniętych działalności rolnych. Obserwowany w ostatnich latach trend *slow food*, coraz większe zainteresowanie zakupem produktów lokalnych czy wykorzystanie produktów pochodzących od rolników w branży turystycznej lub gastronomicznej powodują jednak częściowe zmniejszenie tego problemu. Aczkolwiek tu trudnością stają się systemy rozliczeniowe. Małe gospodarstwa rolne nie są zwykle płatnikami podatku VAT, przez co zakup produktów bezpośrednio od rolników tworzy kłopot w jego rozliczeniu w ramach kosztów prowadzonej działalności gospodarczej (np. gastronomii). Mieszkańcy wsi zauważają wschodzące trendy i przywiązują wagę do ekologii i ochrony środowiska, a korzystając z dofinansowań i środków własnych, wprowadzają technologie

mające na celu ochronę środowiska, takie jak energia odnawialna, energooszczędne urządzenia czy mechanizmy ograniczające pobór wody (Miś, 2015). Znaczną rolę w procesie ochrony środowiska odgrywają także władze lokalne, które są odpowiedzialne za gospodarowanie odpadami, oczyszczanie ścieków, dostęp do wodociągów i kanalizacji.

Obszary wiejskie mają ogromne znaczenie w zrównoważonym rozwoju kraju m.in poprzez produkcję dóbr publicznych, przede wszystkim żywności, oraz znaczny wpływ na zachowanie środowiska przyrodniczego i kulturowego. Rozwój terenów wiejskich nie będzie jednak możliwy w przypadku migracji do miast ludności wiejskiej, przede wszystkim osób młodych (Karagiannis, Stavroulakis, 2011). Równie istotne jest przekazywanie z pokolenia na pokolenie wiedzy o tradycjach i kulturze regionu czy sposobie prowadzenia działalności rolnej. Wśród czynników społecznych, warunkujących wprowadzenie idei zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich, wymienia się: sytuację demograficzną, sytuację na rynku pracy, relacje społeczne (pomoc społeczna, zagrożenie ubóstwem), otwartość ludności na nowe rozwiązania i dostęp do usług społecznych (Czudec i in., 2018). Aspekty te są jednymi z priorytetów zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, obok rolnictwa, ekologii i dostępu do infrastruktury, zapewniającej możliwość dojazdu do miast celem podjęcia pracy poza rolnictwem czy dostęp do placówek medycznych, szkół, przedszkoli i jednostek kultury.

Znaczącą rolę w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich odgrywa także kapitał społeczny i ludzki. W trosce o jakość kapitału społecznego powstają stowarzyszenia, Lokalne Grupy Działania (LGD) i partnerstwa na rzecz lokalnej społeczności wiejskiej, organizujące, obok władz lokalnych, szkolenia dotyczące przedsiębiorczości, możliwości pozyskania środków unijnych, imprezy lokalne i inne działania mające na celu podtrzymanie dziedzictwa kulturowego. Nie mniejsze znaczenie ma jakość kapitału ludzkiego, zaangażowanie ludności w przedsiębiorczość, pozyskiwanie nowej wiedzy, umożliwiającej zdobycie zatrudnienia w przedsiębiorstwach nierolniczych lub pracy w dwóch profesjach (rolniczej i nierolniczej) oraz kultywowanie tradycji związanych z regionem. Udział w szkoleniach, chęć podejmowania nowych inicjatyw jak np. produkcja rękodzieła czy zagospodarowywanie terenów, które mogą później wejść w skład infrastruktury obszarów wiejskich, są ogromną szansą dla mieszkańców wsi. Pozwalają również na dywersyfikację źródeł przychodów (Czudec i in., 2018) i stanowią ważny element zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, powiązany z teorią wielofunkcyjności.

W ujęciu wielofunkcyjnym istotą rozwoju obszarów wiejskich jest tworzenie miejsc zatrudnienia w pozarolniczych sektorach działalności gospodarczej dla ludności tych obszarów, która nie może utrzymać się częściowo lub całko-

wicie z działalności w gospodarstwie rolnym (Kłodziński, 2005). Jednocześnie, w myśl tej teorii, tworzenie pozarolniczych działalności narzuci tempo rozwoju, stymulując wieś i rolnictwo do prowadzenia modernizacji. Stwarzana w ten sposób dywersyfikacja przedsięwzięć biznesowych, w tym działalności rolniczych i pozarolniczych, da możliwość współistnienia i współpracy tych podmiotów oraz zwiększy możliwości pracy w różnych profesjach, zapobiegając skutkom zmniejszania się przychodów z rolnictwa i w efekcie migracji ludności do miast w poszukiwaniu zatrudnienia (Wilkin, 2010). Działalność pozarolnicza prowadzona na obszarach wiejskich może być związana m.in. z usługami dla rolnictwa (jak np. wytwarzanie sprzętu, przetwórstwo), a także usługami turystycznymi i okołoturystycznymi (jak np. tworzenie atrakcji turystycznych, wiosek i zagród edukacyjnych, gospodarowanie krajobrazem naturalnym).

Malejące znaczenie rolnictwa w kształtowaniu PKB, niższe ceny produktów w skupie (wynikające m.in. z rozwiniętego transportu transgranicznego i możliwości dłuższego zachowania świeżości produktów poprzez odpowiednie opakowania), wysokie koszty związane z uprawą i powstanie dużych gospodarstw rolnych o rozwiniętym technologicznie procesie uprawy roślin sprawiły, że znaczenie małych gospodarstw rolnych stało się całkowicie nieistotne, a ich prowadzenie nierentowne i niedające możliwości udziału w gospodarce rynkowej (Roszkowska-Mądra, Roman, 2015). Problem ten jest obserwowalny nie tylko na terenach Polski, ale i na całym świecie. Upadek tradycyjnych gałęzi przemysłu (takich jak przemysł na wsi, w wioskach rybackich i u rdzennych plemion), sprawił, że niektóre społeczności wiejskie musiały szukać alternatywnych źródeł utrzymania. W efekcie część mieszkańców wsi porzuciła pracę w małych gospodarstwach, a tereny tych gospodarstw ulegały stopniowej dezagraryzacji (Czudec i in., 2018). Nieużytki były często sprzedawane, następnie dzielone i przekwalifikowywane na grunty budowlane, co prowadziło do powstawania zabudowy zmieniającej charakter i krajobraz wsi.

Właściciele niewielkich gospodarstw rolnych, którzy zdecydowali się na kontynuację działalności rolniczej, często utrzymywali ją w takiej skali, aby produkcja rolnicza była wystarczająca na ich własne potrzeby. Takie gospodarstwa, nazywane samozaopatrzeniowymi, stanowiły w 2012 roku aż 40% drobnych gospodarstw rolnych w Polsce (Zegar, 2012). Ich właściciele często dywersyfikowali zatrudnienie, jednocześnie utrzymując działalność rolniczą gospodarstwa oraz czerpiąc dochody z innej działalności gospodarczej lub podejmując pracę zarobkową (Wlazły, 2018).

Pozbawiona zatrudnienia w rolnictwie ludność, nieposiadająca własnych gospodarstw, decydowała się na migrację do miast lub pozostając na wsi, szukała zatrudnienia w pobliskich miastach. Wielu mieszkańcom wsi, tracącym moż-

liwość zatrudnienia w rolnictwie, nie udało się przekwalifikować do innego zawodu lub z racji wieku i kondycji fizycznej, nie byli atrakcyjni na rynku pracy. Ich źródłem dochodu stała się praca dorywcza w zakresie m.in. zbieractwa oraz świadczenia społeczne (Sznajder, Przezbórska, 2006), które zajmowały wysokie miejsce w strukturze dochodów gospodarstwa domowego. Miało to znaczący wpływ na pogłębienie ubóstwa na wsi. Grupa osób porzucających pracę w rolnictwie rozszerza się także o osoby opuszczające podupadające gospodarstwa większe lub podejmujące lepiej płatną pracę poza gospodarstwem rolnym (Zegar, 2012). Z przeprowadzonych w 2015 roku badań dotyczących roli kapitału społecznego w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich wynika, że mieszkańcy wsi, w szczególności aktywni przedsiębiorcy i rolnicy, interesują się problemami, jakie istnieją w ich miejscowości i dostrzegają potrzebę zmian, szczególnie w zakresie poprawy stanu infrastruktury technicznej i społecznej. Wykazują oni także duże zainteresowanie problematyką ochrony środowiska i ekologii, upatrując w walorach przyrodniczych możliwości rozwoju miejscowości wiejskich (Miś, 2015).

Mało optymistycznymi są badania dotyczące przejawów przedsiębiorczości wśród młodzieży wiejskiej. Młodzież ta przejawia duży potencjał do osiągania celów w życiu, jest mobilna zawodowo, jednak wieś jest dla nich nieatrakcyjna, a poziom życia na wsi niesatysfakcjonujący (Psyk-Piotrowska i in., 2015). Z badania prowadzonego przez zespół Psyk-Piotrowskiej (2015) wynika, że prawie połowa ankietowanej młodzieży wiejskiej uważa, że miejscowość, którą zamieszkują, jest mniej atrakcyjna niż inne, podobne do niej, a także że w ich miejscu zamieszkania nie są organizowane żadne działania pozwalające im rozwijać postawy przedsiębiorcze. Ze względu na mobilność, część z nich jest gotowa dalej zamieszkiwać tereny wiejskie, ale nie jest zainteresowana pracą w sektorze rolniczym. Inni postrzegają wieś jako miejsce, które nie daje im szansy na rozwój. Planują więc dalszą edukację, a następnie podjęcie pracy w mieście, deklarując jednocześnie chęć zmiany miejsca zamieszkania (Psyk-Piotrowska i in., 2015).

Kapitał społeczny, w tym przede wszystkim młodzież wiejska, jest szczególnie istotny dla zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. Kapitał ten stanowi podstawę dla rozwoju tych obszarów (Cuppen i in., 2016). Z kolei rozwój obszarów wiejskich warunkuje możliwość zrównoważonego rozwoju kraju, poprzez wkład w ochronę krajobrazu, wody i gleby oraz różnorodności biologicznej (Miś, 2015). Dla prawidłowej ochrony przyrody, w tym zapobieganiu erozji gleby i zanieczyszczeniom, konieczna jest wiedza dotycząca klasycznych metod upraw (takich jak m.in. płodozmian), możliwa do zdobycia w toku pracy w gospodarstwie lub szeroka wiedza dotycząca m.in. nowoczesnych, przyjaznych środowisku metod upraw, możliwa do zdobycia np. w ramach studiów rolniczych.

3.2. Znaczenie turystyki w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich

W toku powyższych rozważań można stwierdzić, że kluczowym dla zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich jest odbudowa atrakcyjności wsi dla jego mieszkańców, przede wszystkim pod względem ekonomicznym poprzez rozwój przedsiębiorstw umożliwiających ludności pozyskanie pozarolniczych źródeł utrzymania (Parra López, Calero García, 2006; Pato, Duque, 2021). Jest to zgodne z teorią wielofunkcyjnego rozwoju terenów wiejskich rozumianą jako idea aktywizacji wsi i dywersyfikacji działalności gospodarczej, zgodnie z którą przyszłość ludności wiejskiej jest związana nie tylko z rolnictwem, ale również z innymi działami gospodarki (Sznajder, Przezbórska, 2006). Taka wieś rozwija się w sektorze rolniczym, dostarczając produktów żywnościowych i materiałów do procesów produkcyjnych, przy jednoczesnym wdrożeniu nowych technologii w gospodarstwach rolnych. Utrzymywane są w niej również rodzinne gospodarstwa o charakterze samozaopatrzeniowym. Wieś rozwija też inne sektory gospodarki, poprawiając w ten sposób jakość życia jej mieszkańców (Parra López, Calero García, 2006; Wlazły, 2018) i tworząc nowe miejsca pracy, a tym samym przeciwdziałając pogłębiającemu się bezrobociu (Sznajder, Przezbórska, 2006). Wilkin (2010) wskazuje, że najważniejszym dla wdrażania koncepcji rozwoju w ujęciu wielofunkcyjnym jest ożywienie gospodarcze obszarów wiejskich, dążenie do powstawania miejsc zatrudnienia poza rolnictwem, m.in. w gospodarstwach rolnych, ale również nadawanie nowego kształtu rolnictwu, które poza spełnieniem podstawowych założeń, może realizować usługi o charakterze publicznym.

Dywersyfikacja przedsięwzięć biznesowych na obszarach wiejskich musi być prowadzona z poszanowaniem walorów estetycznych i krajobrazu wiejskiego, różnorodności biologicznej i z zachowaniem zasad proekologicznych, aby możliwe było zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju, a przy tym wielofunkcyjności obszarów wiejskich (Czerny, 2016; Wilkin, 2011; Wlazły, 2018). Powstawanie i modernizacja turystyki na obszarach wiejskich realizuje ideę wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich, na których spoczywa [...] *szczególna odpowiedzialność za kształtowanie warunków dla urzeczywistniania idei zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego* (Zegar, 2012, s. 131). Owa szczególna odpowiedzialność tłumaczona jest przez Zegara (2012) ogromem obszaru globu zajmowanego przez tereny wiejskie na całym świecie. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich jest konieczny dla zapewnienia właściwego funkcjonowania innych gałęzi gospodarki, jest nakazem moralnym i obiektywną

koniecznością ekonomiczną (Guth, Borychowski, 2017), a rozwój turystyki na tych obszarach może wpływać pozytywnie na jakość życia ludności wiejskiej i zachęcać ją do pozostawania na wsi (Broccardo i in., 2017). W ten sposób możliwe jest przeciwdziałanie dezagraryzacji tych obszarów i ograniczanie poziomu degradacji środowiska naturalnego, a także zachowanie krajobrazu wiejskiego, który stanowi walor tych obszarów (Kłodziński, 2006) również w kontekście atrakcyjności dla turystów.

Zegar (2012) wskazuje, że starzenie się populacji na terenach wiejskich, nadmierna migracja, niska wydajność pracy i poziom wykształcenia uruchamiają *zakłęte koło: niska gęstość zaludnienia ⇒ brak krytycznej masy dla usług publicznych i infrastruktury ⇒ niska stopa kreacji biznesu ⇒ mniej miejsc pracy ⇒ migracja i starzenie się ludności ⇒ niższa gęstość zaludnienia* (s. 134). Zarówno problem wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich, jak i podtrzymywanie i wykorzystywanie potencjału firm rodzinnych, zostały uznane za konieczne, a wsparcie dla rozwoju przedsiębiorczości, uwzględnione w „Strategii rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030” (Rada Ministrów, 2019) w ramach Kierunku interwencji: III.2., podpunkty 3.2.2. (wsparcie usług sprzyjających rozwojowi pozarolniczych funkcji gospodarstw rolnych) oraz 3.2.6. (wykorzystanie potencjału polskich firm rodzinnych do rozwoju lokalnych i regionalnych łańcuchów wartości).

Zarówno badacze, jak i sami mieszkańcy obszarów wiejskich, zwracają uwagę przede wszystkim na walory przyrodnicze i turystyczne miejscowości wiejskich. Potwierdza to również niesłabnące zainteresowanie turystów wiejskimi formami turystyki, których rozkwit przypadał na lata 90. XX wieku (Santeramo, Barbieri, 2017). Wykorzystywanie turystycznego potencjału stanowi szansę dla mieszkańców obszarów wiejskich na poprawę jakości życia, utworzenie nowych miejsc pracy i przekwalifikowanie nierentownych gospodarstw rolnych na potrzeby obiektów noclegowych, wokół których konieczne jest utworzenie infrastruktury mającej zapewnić komfort wypoczynku turystów (Kłodziński, 2005). Przyjeżdżający na wieś turyści korzystają z lokalnych punktów gastronomicznych, sklepów, chętnie kupują żywność (zarówno przetworzoną, jak i nieprzetworzoną) bezpośrednio od rolników czy wytwory rzemieślnicze. Stymulują w ten sposób produkcję rolniczą i rzemieślniczą, korzystnie wpływając na sytuację ekonomiczną i społeczną mieszkańców (Casalegno i in., 2020). Korzystają także z usług, w tym również płatnych, jak zwiedzanie miejsc historycznie i kulturowo ważnych, uczestniczą w organizowanych inicjatywach edukacyjnych związanych z przyrodą i krajobrazem naturalnym (Wlazły, 2018).

Jak wspomniano, wciąż istnieje wiele drobnych gospodarstw rolnych, często rodzinnych, samozaopatrzeniowych. Ich funkcjonowanie sprzyja zachowaniu

potencjału demograficznego, rozwojowi gospodarki na wsi i daje możliwość lokalnej cyrkulacji dochodu. Drobne, rodzinne gospodarstwa, które zapewniają miejsca pracy na wsi, warunkują podtrzymywanie i rozwój usług dla społeczności, takich jak np. szkoły, żłobki, ośrodki kulturalne i miejsca kultu religijnego. Właściciele gospodarstw rodzinnych, w większym stopniu niż zarządcy przedsiębiorstw rolnych, dbają o zachowanie właściwej równowagi, w tym środowiskowej, gospodarstwa. Kierują się bowiem chęcią pozostawienia go następcom w jak najlepszym stanie (Zegar, 2012). W rodzinnych gospodarstwach przekazywana jest z pokolenia na pokolenie wiedza o tradycjach i lokalnych zwyczajach, przepisach kulinarnych i metodach hodowli oraz uprawy, dzięki czemu gospodarstwa te cechuje przyjazność dla środowiska oraz utrzymanie walorów kulturowych i krajobrazowych wsi. Są to nie tylko przedsiębiorstwa wytwórcze, ale przede wszystkim dom z jego rodziną i tradycjami, stanowiący często ostoję regionalnych i narodowych tradycji. To właśnie właściciele drobnych gospodarstw rolnych decydują się najczęściej na przekwalifikowanie gospodarstwa w obiekt agroturystyczny lub tworzą miejsca noclegowe dla turystów, dywersyfikując w ten sposób źródła dochodu.

Przedsiębiorcy agroturystyczni poszerzają również swoją ofertę o wspólną pracę w gospodarstwie czy pracę w kuchni, zachęcając w ten sposób turystów do poznawania regionalnych tradycji i kultury. Czasem wstępują także w bliższe, emocjonalne relacje ze swoimi gośćmi, traktując ich jak przyjaciół, a nawet członków własnej rodziny i zaspokajając w ten sposób głęboko przez nich odczuwane, choć często ukryte, potrzeby, jak przywołanie wspomnień z dzieciństwa, przebywanie z rodziną czy bliskości z naturą (Herskovitz, Crystal, 2010). Mają oni również możliwość przekazywania gościom swoich wartości (Rutecka, 2019), przez co mogą mieć znaczący wpływ na rozwijanie wrażliwości gości na problemy środowiskowe i konieczność zachowania kultury i tradycji regionu, kształtując w ten sposób pożądane postawy u turystów, co jest jednym z celów turystyki zrównoważonej (Mitura, 2015). Mogą także pośrednio lub bezpośrednio zachęcać ludność miejską do osiedlania się na wsi, generując w ten sposób możliwość transferu wiedzy. Osiedlający się na wsi mieszkańcy miast, rozpoczynając często od stworzenia gospodarstwa hobbystycznego, przekształcają je w nowoczesne, ekologiczne i zrównoważone obiekty turystyki wiejskiej.

Rozwój turystyki wiejskiej wraz z niezbędną, tworzącą się wokół niego infrastrukturą, stanowi ważny element wielofunkcyjnego oraz zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. Mimo zagrożenia, jakie za sobą niesie w postaci zmniejszania się roli rolnictwa w strukturze wiejskiej gospodarki, wnosi bardzo wiele korzyści, których liczba znacznie dominuje nad zagrożeniami. Wśród ko-

rzyści płynących z rozwoju turystyki wiejskiej wymienia się (Czudec i in., 2018; Sznajder, Przezbórska, 2006):

- przeciwdziałanie zjawisku wyludniania się terenów wiejskich,
- postęp społeczny i kulturalny,
- przyswajanie przez ludność wiejską nowych wzorców i wartości,
- inicjowanie zmian w myśleniu, działaniu i postawach ludności wiejskiej,
- inicjowanie zmian modelu i standardu życia,
- dbanie o czystość, higienę, porządek oraz estetykę,
- rozwój intelektualny mieszkańców wsi,
- możliwości awansu społecznego i zawodowego,
- wzajemne przenikanie się kultur wsi i miasta,
- wzrost szacunku dla pracy rolnika i rodziny rolniczej oraz społeczności wiejskiej,
- utrzymanie, ochrona i pielęgnacja walorów kulturowych, zabytków, dziedzictwa materialnego i niematerialnego,
- wspieranie tradycji, zwyczajów, obrzędów, sztuki ludowej i folkloru,
- rozwój twórczości i kultury ludowej,
- rozwój infrastruktury społecznej,
- poszerzanie i rozwój kontaktów społecznych,
- integracja środowiska wiejskiego,
- silniejsza identyfikacja ludzi z miejscem zamieszkania (tożsamość regionalna),
- wzrost tolerancji (obyczajowej, moralnej, religijnej),
- poprawa wizerunku wsi.

Konieczne jest zwrócenie uwagi na fakt, że nie każda działalność turystyczna organizowana na terenach wiejskich kwalifikowana jest jako turystyka wiejska. Nie można do niej zaliczyć zmasowanej turystyki w kurortach nadmorskich czy górskich kurortach narciarskich, nawet jeżeli realizowana jest na obszarze miejscowości wiejskiej (Guaita Martínez i in., 2019; Roberts, Hall, 2001). Taka turystyka jest często szkodliwa dla środowiska. Naturalne obszary zostają zniszczone przez nadmierną liczbę turystów, którzy przyczyniają się także do zwiększenia produkcji odpadów. Obiekty turystyczne w znanych kurortach, które w obliczu bardzo dużej konkurencji prześcigają się w proponowaniu swoim gościom coraz bardziej ekskluzywnych usług przy jednoczesnej redukcji kosztów nie mogą działać w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju, ponieważ w celu osiągnięcia niskich cen i wysokiej jakości usług muszą albo przetwarzać więcej materiałów i energii (bez stosowania oszczędności materiałowej i energetycznej, bez wykorzystania recyklingu), albo korzystać z produktów niepochodzących z firm fair trade, albo mocno eksploatować pracowników.

3.3. Agroturystyka

Agroturystyka jest formą turystyki, jednoznacznie związaną z rolnictwem i obszarami wiejskimi, w której osady wiejskie są wykorzystywane jako baza noclegowa dla turystów (Siekierski, Popławski, 2009; Stefańczyk, Golnik, 2017). Agroturystyka może być prowadzona jedynie w czynnym gospodarstwie rolnym, stanowiąc jednocześnie formę dywersyfikacji dochodów w gospodarstwie rolnym i alternatywną działalność gospodarczą na terenach wiejskich (Sznajder, Przezbórska, 2006; Uglis, Jęczynek, 2017).

Ścisłe powiązanie działalności agroturystycznej z działalnością rolniczą sprawia, że jej właściciele zwykle mają większą wiedzę dotyczącą fauny i flory, w tym uprawy roli, roślinności endemicznej, hodowli zwierząt i współżycia ze zwierzętami dzikimi. W konsekwencji powinno przekładać się to na proekologiczność tej formy turystyki. Jednocześnie agroturystyka korzysta z bogatej kultury regionów wiejskich, dbając o kulturę i tradycję wsi oraz wpływając na poprawę warunków ekonomicznych mieszkańców wsi (Uglis, Jęczynek, 2017). Agroturystyka może łączyć w sobie również elementy ekoturystyki i etnoturystyki, jeżeli np. propaguje elementy związane z kulturą ludową danego regionu (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019).

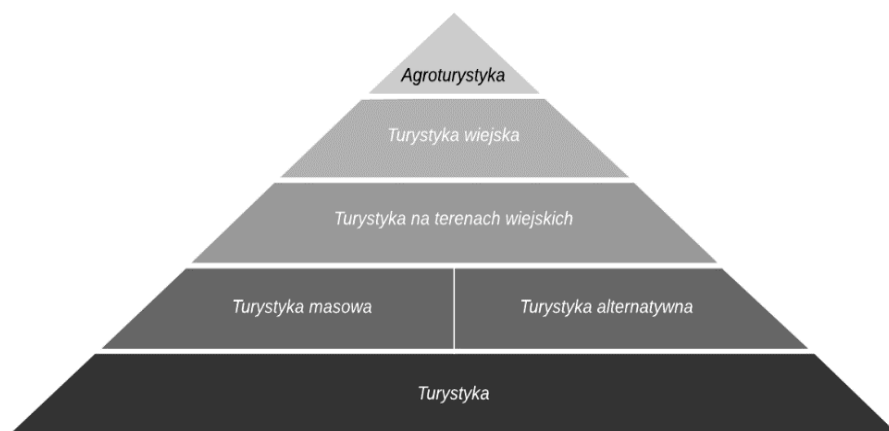
Większość gospodarstw agroturystycznych jest ograniczona wielkościowo na podstawie przepisów i regulacji ustawowych, dlatego niezwykle rzadko może skupiać dużą liczbę osób w jednym miejscu. Ograniczenie wielkości tych obiektów, możliwość pozytywnego zaangażowania w sprawy środowiskowe i społeczne oraz przynoszenie dochodu właścicielom (aspekt ekonomiczny), sprawiają, że agroturystyka jest jedną z najbardziej obiecujących w dążeniu do zrównoważenia form turystyki. Jednak należy podkreślić, że nie stanowi ona synonimu turystyki zrównoważonej.

Niezależnie od skali wprowadzonych działań i motywacji właścicieli obiektów turystycznych, którzy się na nie decydują, działania mające pozytywny wpływ na rozwój zrównoważony turystyki powinny być doceniane, jeżeli niosą za sobą wartość dodaną dla przedsiębiorstwa, środowiska i społeczności. Turystyka powinna stawiać się bardziej odpowiedzialna, a za jeden z celów stawiać sobie przywracanie człowieka naturze. Uczyć ludzi jak żyć w zgodzie z naturą, historią i kulturą, jak hodować zwierzęta, uprawiać ziemię, dbać o zdrowie. W tym celu konieczne jest pełne zaangażowanie przedsiębiorstw, edukowanie kadry zarządzającej i usługobiorców oraz prowadzenie badań obrazujących nastawienie społeczne do tego typu inicjatyw i korzyści jakie z tego płyną.

Agroturystyka często mylnie stanowi synonim turystyki wiejskiej lub turystyki na obszarach wiejskich. Również te dwa pojęcia – turystyka wiejska i turystyka na obszarach wiejskich – są często stosowane zamiennie. Turystyka na

obszarach wiejskich to każda forma turystyki odbywająca się na terenie administracyjnie określanym jako teren wiejski (Sikora, 1999; Sznajder, Przezbórska, 2006). W Polsce jako obszar wiejski definiowany jest *obszar, gdzie gęstość zaludnienia nie przekracza 150 osób/km²* (Główny Urząd Statystyczny, 2017).

Turystyka wiejska stanowi węższą część turystyki na obszarach wiejskich. Zgodnie z definicją Drzewieckiego (1995) turystyka wiejska musi być realizowana na obszarach „prawdziwej wsi” (Wojciechowska, 2007), czyli takiej, która poza kryterium gęstości zaludnienia oraz położeniem poza granicami administracyjnymi miast spełnia kryteria wsi pod względem osadnictwa, krajobrazu i funkcjonalności, w tym funkcjonowania rolnictwa. Ponadto turystyka wiejska powinna być m.in. funkcjonalnie wiejska, tradycyjna w swoim charakterze i oddająca złożoność środowiska wiejskiego (Majewski, Lane, 2003; Pato, Duque, 2021; Sikora, Wartecka-Ważyńska, 2016).



Rysunek 5. Hierarchia pojęciowa turystyki na obszarach wiejskich

Źródło: Na podstawie: Sznajder i Przezbórska (2006).

Z turystyki wiejskiej wykluczone są więc obiekty turystyczne realizujące działalność na obszarach wiejskich, która zatraciła wiejski charakter np. w kurortach wypoczynkowych.

Najwęższą pojęciowo gałęzią turystyki na terenach wiejskich jest agroturystyka, jako forma turystyki *oparta o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem* (Wojciechowska, 2007). Autorki raportu zatytułowanego „Rozpoznanie uwarunkowań tworzenia systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim” stwierdzają, że agroturystyka [...] *pozwala „doświadczać polskiej wsi” w każdym aspekcie jej funkcjonowania, a nie jedynie „mieszkać” na terenie wiejskim* (Kamieniecka i in., 2014, s. 14). Stanowi to bardzo trafną, choć jednocześnie lakoniczną definicję agroturystyki.

3.4. Historia powstawania agroturystyki

Termin agroturystyka pojawił się w polskiej i zagranicznej literaturze pod koniec XX wieku (Balińska, Zawadka, 2013). Pojęcie agroturystyka wywodzi się z połączenia greckiego terminu *agros* (rola) lub *agronomus* (zarządzanie majątkiem rolnym) i turystyka (Sznajder, Przezbórska, 2006). W krajach zachodniej Europy początki agroturystyki datowane są na lata 50. oraz 60. XX wieku, czyli w okresie, kiedy następowała mechanizacja procesów rolniczych i modernizacja gospodarstw rolnych. Efektem tych zmian był odpływ ludności ze wsi do miast, a agroturystyka stanowiła jeden z pomysłów na to, w jaki sposób zatrzymać te zmiany i ożywić tereny wiejskie (Wojciechowska, 2010).

W Polsce początki agroturystyki datuje się na lata 1989–1990, pomimo iż atrakcyjność turystyczna terenów wiejskich dostrzegana była w naszym kraju już w XIX wieku (Wojciechowska, 2006). W latach 70. i 80. ubiegłego wieku wieś była popularną destynacją wypoczynkową, a zapoczątkowane w 1937 roku przez Spółdzielnię Turystyczno-Wypoczynkową „Gromada” wczasy pod gruszą pozwalały na wypoczynek osobom gorzej sytuowanym materialnie w zamian za pomoc w gospodarstwie rolnym (Gralak, Kacprzak, 2018; Roman, Niedziółka, 2017). Choć niewątpliwie wczasy pod gruszą można zaliczyć w poczet historii kształtowania się polskiej agroturystyki, to jednak dopiero w latach 90. XX wieku w Polsce zaczęto używać pojęcia agroturystyka.

To wyraźne odcięcie się od praktykowanych w latach powojennych form turystyki wiejskiej, miało prawdopodobnie wydźwięk polityczny i miało zwrócić uwagę na to, że turystyka na terenach wiejskich również wchodzi w nowoczesny, postsocjalistyczny okres. Jej początki były inicjowane instytucjonalnie, na podstawie wzorców zachodnioeuropejskich (Wojciechowska, 2010). Ośrodki Doradztwa Rolniczego, a z czasem też ministerstwa, gminy i inne podmioty, promowały tworzenie gospodarstw agroturystycznych jako jedno z narzędzi wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich (Gralak, Kacprzak, 2018). Oferowana była także pomoc publiczna na rozpoczęcie działalności, a lokalne władze samorządowe inwestowały w rozwój infrastruktury i promocję, aby zwiększyć atrakcyjność turystyczną gminy i tym samym poprawić sytuację ekonomiczną małych gospodarstw, które mogły świadczyć usługi agroturystyczne (Gössling, Lane, 2015; Zawisza, Buczkowska, 2017).

Kłodziński (2005) podaje, że w 1993 roku w Polsce było około 1000 gospodarstw agroturystycznych, a w 1996 roku – około 6 tysięcy. Według danych GUS, w 2011 roku zarejestrowanych było 7852 obiektów agroturystycznych (Karpńska, 2015), a z danych ODR wynika, że w roku 2011 zarejestrowanych było tylko 6322 obiektów (Gralak, Kacprzak, 2018). Inny raport GUS, z roku 2015,

mówi o 3025 gospodarstwach agroturystycznych (Gralak, Kacprzak, 2018), a Czerwińska-Jaśkiewicz (2013) szacuje ich liczbę pomiędzy 5 tysięcy a 10 tysięcy obiektów. Główny Urząd Statystyczny podał do informacji publicznej, że na koniec 2018 roku działalność agroturystyczną prowadziło ponad 8 tysięcy obiektów, choć w raporcie o stanie turystyki w 2018 roku podano informację o 759⁶ gospodarstwach agroturystycznych (Główny Urząd Statystyczny, 2019). Ze względu na możliwość rejestrowania działalności agroturystycznej na różnych zasadach, trudno jest oszacować, jaka jest aktualnie liczba obiektów agroturystycznych w Polsce, a Zawisza i Buczkowska (2017) podają, że w prowadzonych przez GUS statystykach uwzględniane są tylko obiekty posiadające 10 i więcej miejsc noclegowych. Wiele obiektów agroturystycznych posiada 2-3 pokoje, a tym samym oferowana przez nie liczba miejsc noclegowych jest mniejsza niż 10. Najbardziej prawdopodobną wartością wskazującą liczbę czynnych gospodarstw agroturystycznych w Polsce jest wartość w przedziale od 8 do 10 tysięcy obiektów.

3.5. Charakterystyka działalności agroturystycznej

W polskich realiach ekonomicznych gospodarstwa agroturystyczne stanowią szczególny rodzaj mikroprzedsiębiorstwa. Mogą one być prowadzone w ramach spółki, jednoosobowej działalności gospodarczej lub na zgłoszenie, bez konieczności rejestrowania działalności gospodarczej (Czerwińska-Jaśkiewicz, 2013). Również forma opodatkowania dla tych przedsiębiorstw może być różna (np. zwolnienie z podatku dochodowego, karta podatkowa, podatek liniowy i inne). W zależności od wybranej formy prowadzenia działalności gospodarczej oraz formy opodatkowania, takie przedsiębiorstwa będą różniły się od siebie np. liczbą dostępnych pokoi, formą serwowanych posiłków oraz możliwością zapropowania dodatkowych usług, takich jak np. organizacja wycieczek, warsztatów, sprzedaż wyrobów własnych i lokalnych.

Z uwagi na duże zróżnicowanie w zakresie form prowadzenia agroturystyki, nie doczekała się ona do chwili obecnej obowiązującej definicji, w tym także ustawowej (Broccardo i in., 2017). Często powtarzaną definicją agroturystyki w Polsce jest ta opracowana w tekście poradnikowym Teresy Zaworskiej (2010) dla osób zainteresowanych założeniem agroturystyki, zgodnie z którą: *[...] gospodarstwo agroturystyczne to przede wszystkim czynne gospodarstwo rolne. Świadczenie usług turystycznych w gospodarstwie rolnym oznacza świadczenie ich w oparciu o zabudowania, grunty i inne zasoby tego gospodarstwa, bez zmiany ich charakteru i naruszania podstawowej funkcji, jaką jest zachowanie zdolności do produkcji rolnej.*

⁶ Autorka pragnie zaznaczyć, że prawie 10-krotnie niższa wartość nie jest omyłką pisarską.

Definicja ta jest tak popularną, że często przytacza się ją jako definicję ustawową.

Na potrzeby niniejszej monografii zdecydowano się przyjąć jednak jedną z pierwszych i jednocześnie najpopularniejszych (por. Balińska, Zawadka, 2013; Griniuk, 2015; Roman, Niedziółka, 2017; Roszkowska-Mądra, Roman, 2015) w literaturze naukowej definicji agroturystyki, zaproponowaną przez Drzewieckiego w 1995 roku. Definicja ta podaje, że *agroturystyka to forma wypoczynku odbywającego się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym lub równoważnym i jego otoczeniem (przyrodniczym, produkcyjnym, usługowym)* (Drzewiecki, 1995).

Cechą wspólną przedsiębiorstw agroturystycznych, obecną we wszystkich przytaczanych definicjach, jest ich lokalizacja na terenach wiejskich, fakt, że funkcjonują one w czynnym gospodarstwie rolnym, oraz że organizowane atrakcje dla gości są powiązane z rolnictwem (Roman, Roman, 2019). Agroturystyka w Polsce stanowi najczęściej dodatkowe źródło dochodu dla rolników prowadzących niewielkie gospodarstwa rolne, którzy organizują w nich pobyt turystów (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019; Karpińska, 2015; Poczta, 2013). W Polsce za czynne gospodarstwo rolne uznaje się to o powierzchni przeliczeniowej powyżej 1 ha.

Poza cechami przedsiębiorstw agroturystycznych, które wynikają z przepisów prawa, typowych dla formy prowadzenia działalności gospodarczej i świadczenia usług turystycznych związanych z zakwaterowaniem, przedsiębiorstwa te oferują również możliwość zaspokojenia potrzeb (Sznajder, Przezbórska, 2006):

- związanych z praktycznym uczestnictwem w procesie produkcji żywności,
- związanych z uczestnictwem w życiu rodziny wiejskiej i społeczności wiejskiej,
- poznawczych w zakresie produkcji rolniczej czy etnografii,
- związanych z możliwością przeżycia sielanki wiejskiej,
- związanych z doświadczeniem atmosfery wiejskości,
- związanych z doświadczeniem ciszy, odgłosów oraz zapachów wsi i gospodarstwa,
- emocjonalnych, polegających na potrzebie bezpośredniego kontaktu ze zwierzętami domowymi, produktami roślinnymi i zwierzęcymi, produktami przetwórstwa.

Funkcjonowanie gospodarstw agroturystycznych oddziałuje nie tylko na właścicieli przedsiębiorstw i ich gości, ale również na ludność lokalną. Mieszkańcy miejscowości, w której działa agroturystyka mogą znaleźć w niej zatrudnienie. Mogą również rozwijać własną działalność, zaspokajając potrzeby gości

agroturystyki (restauracje, sklepy, rzemiosło artystyczne, muzea i skanseny, warsztaty i inne). W miejscowościach, w których funkcjonują gospodarstwa agroturystyczne zauważono także dbałość o kulturę regionalną i lokalne tradycje w tym m.in. tradycyjną kuchnię (Roman, Niedziółka, 2017; Sznajder, Przezbórska, 2006).

Balińska i Zawadka (2013) zwracają uwagę, że agroturystykę można postrzegać w kilku znaczeniach, zależnych od punktu widzenia:

- z punktu widzenia gospodarki regionalnej i ludności lokalnej jako *formę rozwoju wsi i zagospodarowania obszarów wiejskich w kierunku modelu wielofunkcyjnego* (s. 130);
- z punktu widzenia właściciela jako *działalność gospodarczą, polegającą na przyjmowaniu gości w gospodarstwie domowym rolnika, przynoszącą dochód i dającą miejsca pracy samym gospodarzom oraz całej sferze usług i produkcji na wsi* (s. 130);
- z punktu widzenia turysty jako *określony sposób podróżowania i spędzania czasu wolnego w środowisku prawdziwej wsi* (s. 130).

W odniesieniu do rozpatrywania agroturystyki jako działalności gospodarczej, należy zwrócić uwagę na pojęcie przestrzeni agroturystycznej z uwzględnieniem podziału na jej wąski oraz szeroki zakres (Roman, Niedziółka, 2017; Sznajder, Przezbórska, 2006). W wąskim ujęciu przestrzeń agroturystyczna to usługi podstawowe, takie jak zaplecze noclegowe i gastronomiczne, oraz towarzyszące, np. usługi rekreacyjne, świadczone na obszarze gospodarstwa agroturystycznego. Przestrzeń agroturystyczna w ujęciu szerokim *odnosi się do atrakcyjności turystycznej wsi, gminy lub regionu* (Roman, Niedziółka, 2017, s. 37).

Odnosząc się do wąskiego ujęcia przestrzeni agroturystycznej, należy zauważyć, że oferta obiektów agroturystycznych jest często wzbogacana o elementy związane z ochroną środowiska, ochroną wartości dziedzictwa kulturowego, ochroną tradycji rolniczych, edukację w zakresie hodowli, uprawy, rękodzieła i tradycyjnej kuchni (Fanelli, Romagnoli, 2020). Agroturystyka jest też blisko związana z kulturą wiejską, co jednak nie musi być tożsame z kulturą ludową danego regionu. Do usług rekreacyjnych oferowanych w ramach wąskiej przestrzeni agroturystycznej przez przedsiębiorstwa można zaliczyć także m.in. udział gości w produkcji żywności (w szczególności tradycyjnej, pieczenia chleba czy wyrobu serów), kontakt dzieci ze zwierzętami i zajęcia edukacyjne w zakresie hodowli, drobne prace w gospodarstwie rolnym, jak np. pojenie i karmienie zwierząt, zajęcia edukacyjne w zakresie uprawy roślin, warsztaty w zakresie wytwarzania sztuki ludowej, zabawy ruchowe i zajęcia sportowe (Andrzejczyk, Niedziółka, 2019; Fanelli, Romagnoli, 2020; Karagiannis, Stavroulakis, 2011; Roman, Niedziółka, 2017).

Przestrzeń agroturystyczna w ujęciu szerokim to m.in. walory turystyczne regionu, miejsca, które warto zwiedzić lub zobaczyć, atrakcje turystyczne w okolicy z których warto skorzystać. W procesie kształtowania produktu agroturystycznego należy wziąć pod uwagę zarówno elementy wąskiej jak i szerokiej przestrzeni.

3.6. Typy gospodarstw agroturystycznych

Gospodarstwa rolne są bardzo różnorodne w aspekcie swej działalności. Mogą zajmować się np. uprawą roli, hodowlą zwierząt, prowadzić winnice, stawy hodowlane, farmy ziół, szklarnie i inne (Stoddard i in., 2008). Charakter prowadzonej działalności rolniczej najczęściej definiuje profil konkretnej agroturystyki, która w swojej ofercie uwzględnia atrakcje wynikające z prowadzonej działalności rolnej, np. połów ryb, degustację win, warsztaty wypieku chleba, warsztaty serowarskie, masarskie, ziołolecznictwo i wiele innych.

Jak zauważa Zawadka (2010), wśród gospodarstw świadczących usługi turystyczne, zaszły na przestrzeni lat pewne zmiany. Niektóre, z biegiem czasu, odeszły od pierwotnego, bliskiego związku z działalnością rolną, skupiając się w większym stopniu na działalności turystycznej. Zawadka (2010) dokonał typologizacji wiejskich gospodarstw turystycznych, wyróżniając typy gospodarstw w oparciu o ich związek z działalnością rolniczą:

- tradycyjne gospodarstwa agroturystyczne;
- gospodarstwa agroturystyczne o przewadze funkcji turystycznej;
- gospodarstwa „agroturystyczne” z zanikiem działalności rolniczej;
- gospodarstwa turystyczne.

Większość gospodarstw agroturystycznych (ponad 70%) należy jednak do pierwszego lub drugiego typu (Zawadka, 2010). Przyczyny, z uwagi na które gospodarstwa agroturystyczne zaprzestają z czasem prowadzenia działalności rolnej, są bardzo zróżnicowane. Może być to spowodowane m.in brakiem rentowności tej działalności, problemami zdrowotnymi lub wiekiem właścicieli, który nie pozwala im na dalszą pracę na roli.

3.7. Zrównoważony rozwój agroturystyki

Agroturystyka w latach 90. ubiegłego wieku była inicjowana instytucjonalnie. Ośrodki Doradztwa Rolniczego (ODR), które były w największym stopniu odpowiedzialne za promowanie jej jako formy pozarolniczej działalności gospo-

darczej, szkoliły właścicieli gospodarstw i dawały im wytyczne, jak taka działalność ma wyglądać. Niestety, od niemal 30 lat agroturystyka była prowadzona w ten sam sposób. W mediach i internetowych opiniach coraz głośniejsza stawiała się krytyka gospodarstw agroturystycznych za niską jakość usług, żywności i wyposażenia. Turyści zaczęli oczekiwać od właścicieli obiektów agroturystycznych, żeby te spełniały wyższe standardy, bardziej adekwatne do współczesnych standardów innych obiektów turystycznych. Przede wszystkim turyści oczekują zmiany w zakresie żywienia, wykorzystania produktów z własnych hodowli i upraw lub produktów lokalnego pochodzenia (Oplanić i in., 2019). Wyższe oczekiwania mają także w stosunku do standardu pokoi gościnnych i ich wyposażenia, które powinno być tradycyjne i lokalne, dobrze utrzymane, czyste a przy tym eleganckie (Fanelli, Romagnoli, 2020). Wymaga się także, aby oferowane przez agroturystyki usługi były dostarczane z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju (Wiśniewska, 2012).

Wskazane oczekiwania związane są także z rozwijającym się trendem *slow tourism*, którego początki datowane są na świat na lata 2002–2006 (Conway, Timms, 2012). Sama idea *slow* powstała we Włoszech w roku 1986 jako protest przeciwko „makdonaldyzacji” i w tamtym okresie dotyczyła jedzenia (Sukienik, 2014). Z czasem zaczęła przenosić się na inne obszary, w tym turystykę, promując alternatywne formy podróży i wypoczynku. Koncepcja *slow tourism* jest bliska turystyce zrównoważonej (Wiśniewska, 2012), a czasem używana jako jej synonim (Sukiennik, 2014). Podobnie jak w przypadku koncepcji TBL i zrównoważonego rozwoju, *slow tourism* jest koncepcją lepiej przyswajalną i bardziej nośną medialnie niż zrównoważona turystyka, dlatego też w komunikatach promocyjnych gospodarstw agroturystycznych częściej przeczytać można o ofercie „w duchu *slow*” niż o działaniach związanych z turystyką zrównoważoną.

Określone zostały także elementy, jakie powinny być spełnione, poza ochroną środowiska, aby móc mówić o zrównoważonej turystyce wiejskiej. Przedsiębiorstwa turystyki wiejskiej, w tym agroturystyczne, które chcą realizować założenia zrównoważonej turystyki powinny (Lane, 1994; Pato, Duque, 2021):

- podtrzymywać kulturę wiejską i charakter społeczności lokalnych,
- podtrzymywać gospodarkę wiejską,
- podtrzymywać lokalny przemysł turystyczny, rentowny w dłuższej perspektywie,
- promować udane i satysfakcjonujące doświadczenia wakacyjne,
- rozwijać zrozumienie i wizję wśród decydentów na obszarach wiejskich w celu pracy na rzecz zrównoważonej i zróżnicowanej gospodarki wiejskiej.

Konkretne wytyczne dotyczące działań zrównoważonego rozwoju dla gospodarstw agroturystycznych i turystyki wiejskiej, nie zostały jednak do tej pory sprecyzowane. Specyficzny charakter przedsiębiorstw agroturystycznych, silnie skorelowany z umiejscowienia na terenach wiejskich, przeważnie krajowy zasięg działalności, dysponowanie małym zespołem i stosunkowo niewielkim wykorzystaniem nowych technologii w działalności sprawia, że tym silniej należy dostosować zbiór wytycznych do specyfiki działalności przedsiębiorstw i proponować konkretne działania, które pomogą w przełożeniu ogólnej idei i szerokiach założeń na grunt zarządzania przedsiębiorstwem.

3.8. Certyfikacja agroturystyki w kontekście zrównoważonego rozwoju

Pomocne przy ustanowieniu wytycznych dla przedsiębiorstw oraz kryteriów określających poziom zrównoważenia przedsiębiorstw turystycznych, w szczególności przedsiębiorstw świadczących usługi zakwaterowania turystycznego i przedsiębiorstw agroturystycznych mogą być systemy certyfikacji. Niestety większość systemów certyfikacji turystyki, które mogą być analizowane w kontekście turystyki zrównoważonej, to ekocertyfikaty, które koncentrują się na środowiskowym wymiarze zrównoważonego rozwoju. Z informacji opublikowanych przez UNWTO wynika, że w latach 1992–2002 na świecie powstało ponad 60 systemów ekocertyfikacji (Kamieniecka i in., 2014), które mają na celu podniesienie jakości usług turystycznych w kontekście jej przyjazności dla środowiska. W certyfikowanych obiektach podejmowane działania powinny być włączone na stałe do strategii biznesowej firmy, a nie być jedynie pojedynczymi przejawami proekologicznych praktyk lub ograniczenia się do wymogów prawnych w zakresie ochrony środowiska (Kamieniecka i in., 2014). W Polsce udało się zidentyfikować dwa certyfikaty ekoturystyczne, których zasięg był ogólnokrajowy. Pozostałe zidentyfikowane ekocertyfikaty były dedykowane wybranym regionom turystycznym. Nie zidentyfikowano jednak żadnego, który odnosiłby się wprost do zrównoważonej turystyki w Polsce.

Pierwszym w Polsce certyfikatem ekologicznym dla branży turystycznej był certyfikat „Czysta Turystyka”, którego kryteria opracowane zostały przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska w oparciu o doświadczenia europejskie. W składzie kapituły odpowiedzialnej za przyznawanie certyfikatu znajdowali się przedstawiciele Ministerstwa Środowiska i Ministerstwa Sportu i Turystyki. Certyfikat dedykowany był obiektom świadczącym usługi związane z zakwaterowaniem, w tym hotelom i pensjonatom. Rozpoznawalność tego certyfikatu

w branży była jednak bardzo niska, a dodatkowo jego uzyskanie miało wiązać się z kosztami rzędu „kilku tysięcy złotych” (Fundacja Partnerstwo dla Środowiska/Czysta Turystyka, n.d.). Posiadaczami takiego certyfikatu było zaledwie 9% gospodarstw ekoagroturystycznych (Wilk, 2013), pomimo iż dawał możliwość kreowania wizerunku przedsiębiorstwa przyjaznego środowisku (Dziuba, 2012). Gospodarstwa ekoagroturystyczne są przedsiębiorstwami, które ze względu na swój ekologiczny charakter usług, powinny chętnie poddawać się procesowi certyfikacji w zakresie prowadzenia ekologicznej turystyki. Jednak nawet wśród tego typu przedsiębiorstw, niewiele zdecydowało się na uzyskanie certyfikatu. W toku analizy literatury oraz dokumentów źródłowych, nie udało się odnaleźć kryteriów certyfikatu „Czyste powietrze”. Projekt nie jest już kontynuowany, a strony internetowe do których odsyłają publikacje związane z certyfikatem, w większości nie są już dostępne online.

Dla obiektów turystyki wiejskiej ustanowiony został w 2010 roku Polski Certyfikat Ekoturystyczny (PCE), za którego powstanie odpowiadała organizacja pożytku publicznego pod nazwą Społeczny Instytut Ekologiczny (Społeczny Instytut Ekologiczny, n.d.). W roku 2010 w czasie trwania okresu pilotażowego projektu, certyfikat, którego uzyskanie wiązało się ze spełnieniem 103 kryteriów w zakresie ekoturystyki i ekologii, uzyskało dziewięć obiektów. Działanie organizacji odpowiedzialnej za PCE zostało prawdopodobnie zakończone, a z nim projekt certyfikacji⁷. Na kryteria PCE warto jednak zwrócić uwagę ze względu na deklarowany proces ich ustanawiania w ramach warsztatów i konsultacji społecznych z udziałem polskich i zagranicznych ekspertów oraz jego charakter dedykowany turystyce na obszarach wiejskich. Ponadto o tym, że kryteria PCE skupiają się nie tylko na środowiskowym wymiarze zrównoważonego rozwoju świadczyć może przyjęta w projekcie definicja ekoturystyki, która określa została jako wzbogacające doświadczenia z naturą i kulturą, organizowane przez odpowiedzialnych przedsiębiorców dbających o środowisko, swoich gości oraz lokalną społeczność, której są częścią (Społeczny Instytut Ekologiczny, n.d.). Kryteria PCE podzielone zostały na pięć obszarów tematycznych obejmujących: jakość i zarządzanie; warunki dotyczące oferowanych produktów; minimalizację wpływu działalności operacyjnej na środowisko; rozwój lokalny i współpracę; oraz informację, promocję i oznakowanie. Kryteria Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego są zbliżone do tych, które zastosowano w ramach certyfikacji Ecolabel, jednak spełnienie wymogów jest trudniejsze do zmierzenia (w przypadku certyfikacji Ecolabel zastosowano systemy punktowe). Ponadto kryteria PCE są bardziej szczegółowe i bardziej restrykcyjne niż kryteria Ecolabel. Kryteria przedstawia tabela 5.

⁷ Ostatnie udostępnione sprawozdanie z działalności organizacji z roku 2014. Nie udało się nawiązać kontaktu z organizacją.

Tabela 5. Kryteria Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego

Obszar	Obszar szczegółowy	Przedsiębiorstwo
1	2	3
Jakość i zarządzanie	Zarządzanie	• Ma wizję i misję zakorzenioną w zasadach ekoturystyki i opublikowaną w materiałach informacyjnych/promocyjnych. • Posiada pisemny plan prowadzenia działalności i zarządzania środowiskiem. • Prowadzi działalność zgodną z aktualnymi regulacjami prawnymi
	Bezpieczeństwo	• Posiada prostą analizę ryzyka w tym bezpieczeństwa pracowników i klientów oraz wpływu na środowisko. • Posiada ubezpieczenie dla firmy, pracowników i klientów
	Wiedza i kompetencje	• Prowadzi właściwy dobór pracowników, najlepiej lokalnych. • Gwarantuje posiadanie i rozpowszechnianie przez pracowników wiedzy dot. zasobów przyrodniczych okolicy (roślin, zwierząt i obszarów chronionych). • Gwarantuje posiadanie i rozpowszechnianie przez pracowników wiedzy dot. zasobów kulturowych okolicy (tradycje, dziedzictwo kulturowe, zabytki). • Prowadzi właściwy dobór podwykonawców i informowanie ich o oczekiwaniach. • Posiada pisemną deklarację odpowiedzialności pracowników i kadry za dostarczanie wiedzy, przestrzeganie zasad ekoturystyki, bezpieczeństwo gości, zapobieganie negatywnym wpływom na środowisko i inne
	Monitorowanie	• Pozyskuje informacje zwrotne od gości. • Dokonuje corocznego przeglądu kryteriów ekoturystycznych. • Przesyła coroczny raport do jednostki certyfikującej
Warunki dotyczące oferowanych produktów	Zasady ogólne oferty i zajęć	• Posiada ofertę opartą o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu. • Posiada ofertę o wartości edukacyjnej dot. ekologii lub dziedzictwa regionu. • Promuje trasy wycieczkowe neutralne dla środowiska. • Wprowadza regulacje dot. wielkości grupy i częstotliwości wizyt. • Posiada wytyczne dla pracowników i gości dot. minimalizowania hałasu. • Pozwala na piknikowanie, ogniska i grillowanie w miejscach wyznaczonych. • Dbą o niepozostawianie śmieci na obszarze zajęć dla gości. • Dbą o warunki sanitarne i zachowanie naturalności dla środowiska
	Noclegi	• Posiada maksymalnie 25 pokoi. • Ustanowiło kemping w miejscu neutralnym środowisku. • Dbą o wystrój wnętrz nawiązujący do lokalnej tradycji i z w miarę możliwości z zastosowaniem ekologicznych materiałów
	Wyżywienie	• Korzysta z surowców pochodzących z produkcji lokalnej (min. 50%). • Posiada min. cztery produkty z certyfikatem ekologicznym w ofercie. • Posiada min. dwa dania regionalne w ofercie. • Serwuje kawę i herbatę z certyfikatem fair trade. • Serwuje wodę mineralną z minimum dwóch źródeł lub produkcji lokalnej. • Nie stosuje jaj z chowu klatkowego. • Proponuje w ofercie dania wegetariańskie. • Posiada ofertę (menu) na piśmie i oznacza w niej produkty ekologiczne. • Potrafi wskazać pochodzenie produktów. • Nie stosuje opakowań i naczyń jednorazowych oraz niebiodegradowalnych. • Nie stosuje artykułów żywnościowych z GMO. • Stosuje warzywa i owoce (min. 50%) pochodzenia krajowego. • Oferuje dania z lokalnych surowców i oparte o lokalne tradycje

cd. tabeli 5

1	2	3
Wpływ działalności operacyjnej na środowisko	Natura, zwierzęta i korzystanie z przyrody	• Nie organizuje zajęć prowadzących do niszczenia przyrody. • Organizuje zajęcia nie mające negatywnego wpływu na dzikie zwierzęta. • Pozwala na dokarmianie zwierząt wyłącznie z osobami kompetentnymi. • Organizuje zajęcia z poszanowaniem dzikich zwierząt. • Promuje i oferuje wyłącznie zrównoważone zbieractwo i wędkarstwo. • Informuje gości o zbieraniu owoców przyrody pod kątem ich ochrony. • Zezwala na wędkarstwo z zachowaniem przepisów prawa i ochrony środowiska. • Nie zezwala na myślistwo. • Utrzymuje w dobrostanie zwierzęta domowe i robocze. • Umożliwia gościom aktywną ochronę przyrody
	Kultura i krajobraz	• Nie organizuje zajęć niszczących zabytki lub krajobraz kulturowy. • Zachowuje i promuje lokalną historię, legendy i opowieści. • Promuje lokalne tradycje, festyny i święta. • Oferuje pamiątki i produkty rzemiosła z lokalnej produkcji. • Dbą o korzystny wpływ na krajobraz i estetykę otoczenia. • Ogranicza stosowanie PCV. • Chroni stare budynki i dziedzictwo kulturowe. • Dostosowuje nowe budynki do lokalnych warunków i harmonii krajobrazu. • Prowadzi zagospodarowanie terenów zielonych przez rodzime gatunki. • Ogranicza szkodliwość działania azbestu, jeżeli występuje
	Transport	• Organizuje zajęcia z ograniczeniem konieczności transportu zmotoryzowanego. • Udostępnia informacje o możliwości korzystania z transportu zbiorowego. • Minimalizuje konieczność użycia pojazdów zmotoryzowanych. • Nie posiada motorówek i łodzi silnikowych. • Stosuje pojazdy silnikowe spełniające określone wymogi emisji CO2
	Zasady ogólne	• Zwiększa i monitoruje ekologiczną wydajność zużycia energii i środków transportu oraz zmniejsza ilości zużywanych chemikaliów i generowanych odpadów
	Zakupy	• Dokonuje zakupu produktów i usług przyjaznych środowisku i lokalnych
	Zużycie energii elektrycznej i ciepłej	• Minimalizuje zużycie energii elektrycznej. • Wykorzystuje przynajmniej 20% energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych. • Nie stosuje węgla przy ogrzewaniu. • Nie stosuje klimatyzacji w pomieszczeniach. • Stosuje żarówki energooszczędne. • Używa sprzętu elektronicznego i AGD o klasie energetycznej A. • Ogrzewa sauny i baseny wyłącznie energią odnawialną. • Stosuje normy dla budynków energooszczędnych podczas nowych inwestycji
	Ograniczenie zużycia środków chemicznych	• Wyklucza szkodliwe dla środowiska środki chemiczne przy sprzątanu. • Stosuje min. 80% środków czyszczących przyjaznych dla środowiska. • Prowadzi szkolenia pracowników pod kątem dawkowania detergentów. • Nie stosuje toalet chemicznych. • Stosuje papier toaletowy z recyklingu i niechlorowany. • Prowadzi odśnieżanie bez użycia bez soli i środków chemicznych. • Stosuje tylko biodegradowalne środki owadobójcze i przeciw szkodnikom. • Stosuje wyłącznie ekologiczne nawozy i środki ochrony. • Stosuje ekologiczne lub zrównoważone metody produkcji w gosp. rolnym

cd. tabeli 5

1	2	3
	Gospodarka odpadami	• Wyklucza z użycia niebiodegradowalne artykuły jednorazowego użytku. • Redukuje użycie papieru (m.in. zastąpiona komunikacją cyfrową). • Dokonuje zakupu produktów w dużych opakowaniach, możliwych do recyklingu, najlepiej szklanych. • Dokonuje segregacji śmieci oraz kompostowania odpadów organicznych. • Umożliwia gościom segregację odpadów. • Sortuje odpady niebezpieczne i oddaje do właściwych punktów
	Woda i ścieki	• Stosuje mechanizmy oszczędzania wody. • Posiada odpowiedni system zagospodarowania ścieków
Rozwój lokalny i współpraca	Wsparcie lokalnej gospodarki	• Zatrudnia lokalnych pracowników. • Zachęca gości do zakupu lokalnych pamiątek i wyrobów. • Wnosi wkład rzeczowy lub finansowy w rozwój lokalnej infrastruktury
		Promuje inne certyfikowane ekoturystyczne obiekty w promieniu 100 km.
		Współpracuje przynajmniej z dwoma innymi obiektami/osobami w swojej gminie świadczącymi usługi dla turystów.
		Aktywnie działa się w lokalnym stowarzyszeniu lub sieci współpracy.
		Świadczy usługi informowania o lokalnym dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym nie tylko dla swoich gości, lecz również dla innych odwiedzających
Informacja, promocja, oznakowanie	Wyraźny profil ekoturystyczny	• Posiada stronę internetową odzwierciedlającą ekoturystyczny profil. • Prowadzi marketing wyraźnie podkreślający profil ekoturystyczny. • Posiada aktualne i rzetelne materiały informacyjne i promocyjne. • Posiada oznakowanie dojazdu zaprojektowane z poszanowaniem krajobrazu. • Daje priorytet klientom o nastawieniu etycznym i świadomości ekologicznej. • Posiada ofertę zorientowaną na dłuższe pobyty
	Przyjmowanie gości i komunikacja	• Informuje gości o obowiązujących standardach i procedurach. • Odpowiada na pytania gości w ciągu max. 2 dni. • Zapewnia pracownikom wiedzę umożliwiającą udzielanie odpowiedzi odnośnie ekoturystyki

Źródło: Na podstawie: Społeczny Instytut Ekologiczny (n.d.).

Analiza kryteriów Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego (tabela 5) wskazuje, że nie jest on jednak dedykowany przedsiębiorstwom agroturystycznym. Nie uwzględnia bowiem wymogu posiadania funkcjonującego gospodarstwa rolnego, a przez to prowadzi do pominięcia wielu związanych z tym elementów, jak np. wykorzystanie produktów własnych, które są ważnym z punktu zrównoważonego rozwoju działaniem, możliwym do podejmowania przez przedsiębiorstwa tego typu. W zaproponowanych kryteriach występują również pojedyncze niezgodności z aktualnymi regulacjami prawnymi, np. odejście od stosowania jednorazowych ręczników papierowych, a to jest wymogiem dla obiektów turystycznych nałożonym przez Państwową Inspekcję Sanitarną. Nie uwzględnia także w pełni wymiaru społecznego zrównoważonego rozwoju, choć warto zauważyć, że częściowo zwrócono uwagę na ten wymiar w sekcji „Rozwój lokalny i współpraca”, oraz nie uwzględnia wprost wymiaru ekonomicznego. Pomimo to, może stanowić jeden z dokumentów źródłowych do sformułowania dobrych praktyk dla zrównoważonego przedsiębiorstwa agroturystycznego.

3.9. Podsumowanie

W toku przeglądu literatury stwierdzono, że aktualnie proponowana polityka zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich może stymulować przedsiębiorstwa agroturystyczne do podejmowania działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dzięki wsparciu finansowemu i oferowanemu transferowi wiedzy do wsi, wspiera rozwój innowacji w rolnictwie, pomaga rolnikom docierać do odbiorców produktów, jakimi mogą być m.in. gospodarstwa agroturystyczne. Przez działania na rzecz poprawy jakości życia i wsparcia przedsiębiorczości wzmaga się migracja do wsi, a w konsekwencji rozwój przedsiębiorczości na jej terenach i dostępność miejsc pracy (RQ3.1). Działalność turystyczna ma natomiast pozytywny wpływ na rozwój obszarów wiejskich i zwiększenia ich atrakcyjności.

Nie wypracowano dotąd narzędzia pomiaru (RQ3.2), które mogłoby zostać wykorzystane przez przedsiębiorstwa agroturystyczne, ani też przez inne przedsiębiorstwa oferujące usługi związane z zakwaterowaniem w Polsce. Zidentyfikowane metody pomiaru są skonstruowane z myślą o turystyce ogólnie, a ich praktyczna implementacja jest bardzo skomplikowana z uwagi na ich złożoność.

Agroturystyka spełnia wiele założeń dla turystyki odpowiedzialnej i zrównoważonej. Prowadzona jest w czynnym gospodarstwie rolnym, korzysta z kultury regionów wiejskich oraz kultury regionalnej, jest organizowana na małą skalę i może łączyć w sobie elementy ekoturystyki i etnoturystyki. Nie może być jednak traktowana jako synonim turystyki zrównoważonej (RQ3.3), pomimo iż jest jedną z najbardziej obiecujących form turystyki w dążeniu do zrównoważenia.

4

Rozdział

DZIAŁANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU MOŻLIWE DO REALIZOWANIA W AGROTURYSTYCE

W toku badań literaturowych wykazano, że nie jest możliwe skorzystanie z żadnego istniejącego zestawu wskaźników pomiaru zrównoważonego rozwoju oraz że nie istnieje zbiór rekomendowanych działań. Zdecydowano się utworzyć go korzystając z: dostępnych w dokumentach strategicznych wskazań (kryteria Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego, Globalne Kryteria dla Turystyki Zrównoważonej i Wskaźniki dla biznesu SDGs) oraz konsultacji z ekspertami branżowymi.

Roboczym artefaktem, wytworzonym na podstawie badania literatury i wskazań dokumentów strategicznych do wykorzystania na potrzeby niniejszego badania, są Kryteria dla Agroturystyki Zrównoważonej. Kryteria posłużyły do zbudowania na ich podstawie kwestionariusza do badania, a ich pełna treść stanowi Załącznik 2 do niniejszej pracy.

Badanie miało charakter jakościowy, a kwestionariusz składał się wyłącznie z pytań otwartych. Zdecydowano się na skonstruowanie kwestionariusza do samodzielnego wypełnienia i wykorzystania techniki CAWI. Do utworzenia kwestionariusza i przeprowadzenia badania użyto narzędzia Research Online.

W niniejszym badaniu postawiono następujące pytania badawcze:

- RQ4.1: Jakie działania w zakresie zrównoważonego rozwoju mogą być podejmowane przez gospodarstwa agroturystyczne?
- RQ4.2: Czy zaproponowane działania wypełniają cele zrównoważonej turystyki?
- RQ4.3: Czy zaproponowane działania są zbieżne z wytycznymi istniejących certyfikatów ekoturystycznych i Globalnych Kryteriów dla Turystyki Zrównoważonej?

4.1. Postępowanie badawcze i zakres czasowy badań

Badanie było prowadzone w okresie od 11 lutego 2020 do 27 marca 2020 roku (45 dni). Kwestionariusz zawierał 26 pytań otwartych, w których respondenci mogli udzielić maksymalnie trzech odpowiedzi, mogli też pozostawić pytanie bez odpowiedzi. W ramach badania respondenci mieli wskazać, jakie ich zdaniem działania prowadzone przez przedsiębiorstwa agroturystyczne mogą spełniać założenia Kryteriów dla Agroturystyki Zrównoważonej.

Kwestionariusz przesłano łącznie na 56 adresów e-mail i otrzymano pięć wiadomości z treścią błędu, świadczących o tym, że wiadomość nie dotarła do odbiorcy. Z analizy danych narzędzia Research Online wynika, że do ankiety przystąpiło 65 respondentów, jednak po usunięciu duplikujących się wartości IP, otrzymano 32 unikalne rekordy IP i na tej podstawie można stwierdzić, że ankietę rozpoczęło 32 respondentów, a 17 respondentów ją ukończyło. Z uwagi na fakt, że ankieta zawierała wyłącznie pytania otwarte, udzielone odpowiedzi zostały skategoryzowane na podstawie występujących w nich słów kluczowych i kontekstu wypowiedzi. Pomimo możliwości udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi, niektórzy respondenci udzielali odpowiedzi złożonych lub wskazywali kilka propozycji po przecinku, przez co niezbędnym było przypisanie niektórych odpowiedzi do więcej niż jednej kategorii.

4.2. Charakterystyka grupy badanej

Grupa ekspertów wytypowanych do badania liczyła 56 instytucji i osób: 16 wojewódzkich Ośrodków Doradztwa Rolniczego, 16 wojewódzkich Organizacji Turystycznych, 12 stowarzyszeń agroturystycznych (w tym dwa ogólnopolskie, tj. Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” oraz ECEAT – Europejskie Centrum Rolnictwa Ekologicznego i Turystyki), a także 12 pilotów wycieczek i przewodników terenowych. Prowadzona ankieta była anonimowa, w związku z tym nie jest możliwe określenie, które organizacje ostatecznie zdecydowały się na udział w badaniu. Pierwotny dobór grupy był nielosowy i wykorzystano metodę doboru celowego. Następnie w efekcie wykorzystania metody kuli śnieżkowej, przesłano dodatkowe zaproszenia do udziału w badaniu wskazanym przez uprzednio ankietowanych stowarzyszeniom agroturystycznych, pilotom i przewodnikom turystycznym.

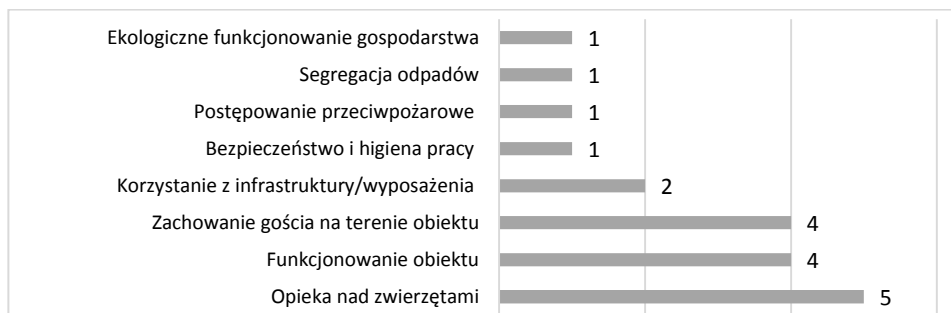
4.3. Ograniczenia zidentyfikowane w procesie badawczym

W toku prowadzonego badania skontaktowano się telefonicznie z osobami reprezentującymi wszystkie wojewódzkie Ośrodki Doradztwa Rolniczego celem uzyskania informacji o ewentualnych trudnościach w udzieleniu odpowiedzi. W wyniku tego wywiadu ustalono, że najczęstszymi problemami uniemożliwiającymi wzięcie udziału w badaniu były brak wiedzy w tym zakresie lub brak dyspozycyjności pracownika, któremu można było powierzyć udział w badaniu.

4.4. Wyniki badań

Pytanie pierwsze dotyczyło posiadania przez przedsiębiorstwo systemu zarządzania, obejmującego kwestie środowiskowe, społeczne, kulturalne, ekonomiczne, jakościowe, dotyczące praw człowieka, zdrowia i bezpieczeństwa, uwzględniającego plan zarządzania ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi oraz zasady monitorowania rozwoju zrównoważonego. Respondenci udzielili łącznie 33 odpowiedzi z propozycjami działań, mogącymi spełnić to kryterium zrównoważonego rozwoju, a najczęstszą wskazaną propozycją jest posiadanie przez przedsiębiorstwo regulaminu (16 odpowiedzi). Wykres 1 prezentuje wskazania badanych, w zakresie oczekiwanej zawartości regulaminu.

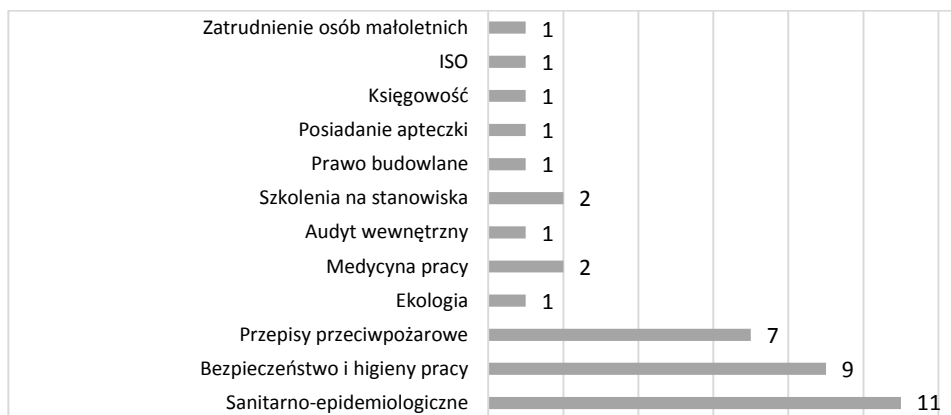
Wykres 1. Wskazania ekspertów: zawartość regulaminu



Oprócz odpowiedzi dotyczących regulaminu respondenci wskazywali na konieczność określenia zasad zarządzania i kontroli firmy (4 odpowiedzi), regulacji spraw pracowniczych (4 odpowiedzi), gospodarowania środkami finansowymi (3 odpowiedzi), zarządzania odpadami i zarządzania w sytuacjach kryzysowych (po 2 odpowiedzi).

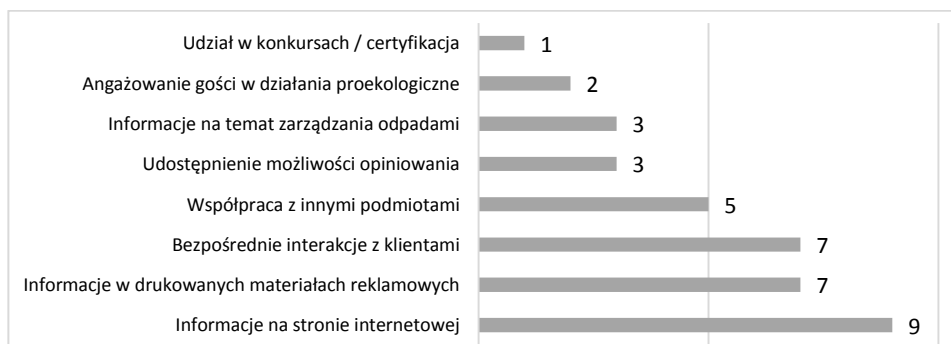
Pytanie drugie dotyczyło prowadzenia przedsiębiorstwa zgodnie z obowiązującymi przepisami lokalnymi i krajowymi, a także międzynarodowymi przepisami i regulacjami. Respondenci udzielili 31 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 38 odpowiedzi (niektóre zawierały więcej niż jedno wskazanie). Wskazywali oni przede wszystkim na konieczność przestrzegania przepisów sanitarno-epidemiologicznych, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz postępowania przeciwpożarowego. Wszystkie wskazania pokazuje wykres 2.

Wykres 2. Wskazania ekspertów: działania dotyczące zgodności z przepisami



Trzecie pytanie dotyczyło sposobu komunikowania polityki przedsiębiorstwa, jego działań i wyników oraz angażowania interesariuszy w zagadnienia zrównoważonego rozwoju. Na pytanie udzielono 28 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostało podzielone na 37 odpowiedzi. Zaproponowane przez ekspertów metody komunikowania wraz z liczbą wskazań pokazuje wykres 3.

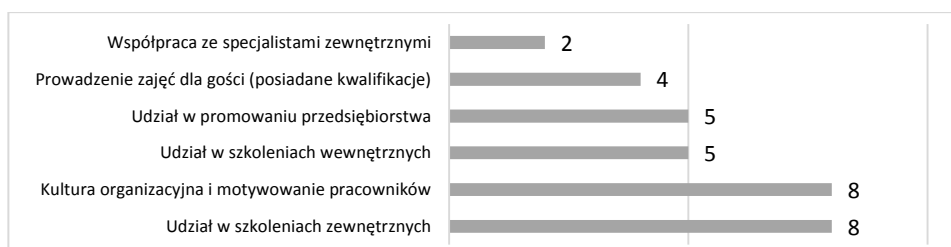
Wykres 3. Wskazania ekspertów: metody komunikowania o zrównoważonym rozwoju



Respondenci, jako najbardziej istotne metody komunikacji, wskazali publikowanie informacji na stronie internetowej i w drukowanych materiałach reklamowych, a także poprzez bezpośrednie interakcje z klientami.

Pytanie czwarte dotyczyło zaangażowania pracowników we wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju oraz posiadania przez nich odpowiednich certyfikatów i kwalifikacji. Udzielonych zostało 27 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzacji zostały podzielone na 32 odpowiedzi. Formy zaangażowania pracowników, wskazane przez badanych, prezentuje wykres 4.

Wykres 4. Wskazania ekspertów: formy angażowania pracowników w zrównoważony rozwój



W opinii respondentów angażowanie pracowników przez przedsiębiorstwo powinno odbywać się przede wszystkim przez udział pracowników w szkoleniach, w szczególności zewnętrznych, a także kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa i stosowanie narzędzi motywacji.

Na pytanie piąte dotyczące monitorowania zadowolenia klienta i podejmowania działania naprawczych, respondenci udzielili 28 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 35 odpowiedzi.

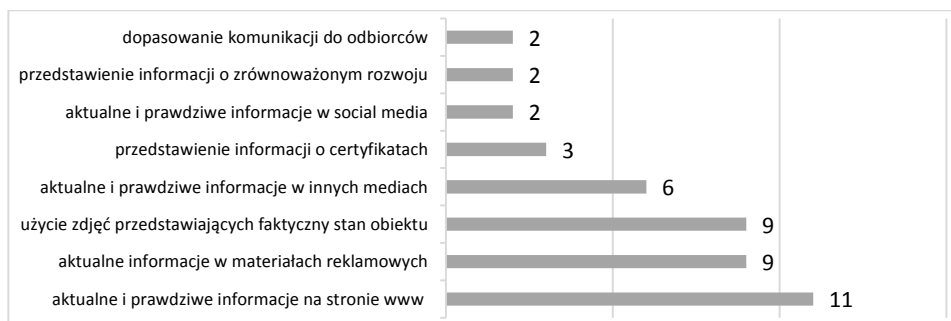
Respondenci wskazywali przede wszystkim na konieczność monitorowania zadowolenia klienta przez analizę opinii w serwisach internetowych i na własnej stronie internetowej przedsiębiorstwa, analizę ankiet ewaluacyjnych, które gość otrzymuje przy wyjeździe z obiektu, a także przez kontakt osobisty w trakcie pobytu. Na konieczność podejmowania działań naprawczych, takich jak remont, czy odnoszących się do zgłoszonych sugestii klientów zwrócono uwagę 7 razy. Konieczność dbałości o wizerunek wymieniono 3 razy, a tylko 1 odpowiedź wskazywała na konieczność reagowania na negatywne opinie poprzez podjęcie dialogu z klientem. Wskazane przez respondentów formy monitorowania zadowolenia klienta, i podejmowania działania naprawczych prezentuje wykres 5.

Wykres 5. Wskazania ekspertów: formy monitorowania zadowolenia klienta



Pytanie szóste dotyczyło materiałów promocyjnych i komunikacji marketingowej, a w szczególności dokładnych i przejrzystych informacji w nich zawartych, w tym kwestii użycia prawdziwych zdjęć, informowania wyłącznie o rzeczywistych świadczeniach i osiągniętych wynikach w zakresie zrównoważonego rozwoju. Na pytanie udzielono 31 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzacji zostało podzielone zostały na 44 odpowiedzi (wykres 6).

Wykres 6. Wskazania ekspertów: materiały promocyjne i komunikacja marketingowa

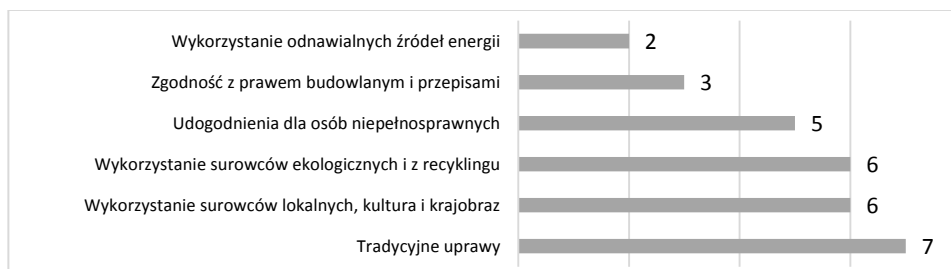


Respondenci za najistotniejsze uznali publikowanie aktualnych i prawdziwych informacji na stronie internetowej przedsiębiorstwa (11 odpowiedzi) oraz w drukowanych materiałach reklamowych (9 odpowiedzi), a także podkreślono także konieczność używania zdjęć przedstawiających faktyczny stan obiektu (9 odpowiedzi).

Pytanie siódme dotyczyło budynków i infrastruktury przedsiębiorstwa zgodnej przepisami prawa budowlanego, uwzględniającej integralność ze środowiskiem naturalnym, kulturowym i krajobrazem oraz stosowanie zrównoważonych lokalnych materiałów, praktyk i rzemiosła, a także wykorzystania rodzimych i endemicznych roślin do kształtowania krajobrazu. Łącznie udzielono 28 odpowiedzi, z czego jedna odpowiedź została pominięta, gdyż nie była możliwa do

dopasowania do żadnej z kategorii, a dwie odpowiedzi zostały w wyniku kategoryzacji rozdzielone. Analizie poddano więc łącznie 29 odpowiedzi. Respondenci wskazywali jako możliwe działania przedsiębiorstw: tradycyjne uprawy (ogrody, sady, pola) z zachowaniem gatunków endemicznych i chronionych, wykorzystanie lokalnych surowców, zgodnych z kulturą i krajobrazem regionu w budownictwie i tworzeniu infrastruktury, tworzenie budynków i infrastruktury z wykorzystaniem surowców ekologicznych lub pochodzących z recyklingu, przystosowanie budynków i infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych, zgodność z prawem budowlanym i innymi przepisami i wykorzystanie odnawialnych źródeł energii (wykres 7).

Wykres 7. Wskazania ekspertów: działania w zakresie architektury i infrastruktury



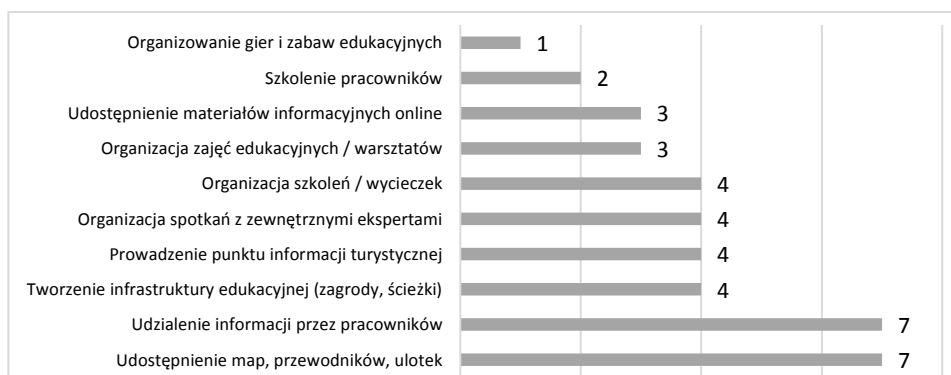
Pytanie ósme dotyczyło posiadania przez przedsiębiorstwo udokumentowanego prawa do gruntów i wody, w posiadanie których weszło poprzez ich nabycie lub przejęcie w użytkowanie za bezpłatną i świadomą zgodą lokalnej społeczności i nie wymagało przesiedlenia. Na pytanie uzyskano 13 odpowiedzi, z których dwa zostały podzielone podczas kategoryzacji, uzyskując w ten sposób 15 odpowiedzi do analizy. Respondenci zwracali uwagę przede wszystkim na wpływ przedsiębiorstwa na lokalne zbiorniki wodne, użytkowanie ich zgodnie z prawem i za zgodą lokalnej społeczności oraz dbanie o jego czystość, posiadanie tytułu prawnego do użytkowanych gruntów i zbiornika wodnego zlokalizowanego na terenie przedsiębiorstwa, umożliwianie społeczności lokalnej użytkowania zbiornika wodnego będącego własnością przedsiębiorstwa oraz oczyszczanie ścieków w sposób nie zagrażający lokalnym zbiornikom wodnym. Wskazania badanych w zakresie dbałości o zbiorniki wodne i praw własności do zbiorników wodnych i gruntów prezentuje wykres 8.

Wykres 8. Wskazania ekspertów: dbałość o zbiorniki wodne i prawo własności do nich



Pytanie dziewiąte dotyczyło dostarczania klientom przedsiębiorstwa informacji na temat dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego obszarów oraz właściwego zachowania podczas ich odwiedzania. Respondenci udzielili na nie 32 odpowiedzi, które w procesie kategoryzowania zostało podzielone na 39 odpowiedzi. Ankietowani skupili się przede wszystkim na określeniu sposobu dostarczania klientom takich informacji, a najczęściej proponowanymi było udostępnienie materiałów informacyjnych, m.in. ulotek, katalogów, map, przewodników oraz przekazywanie informacji bezpośrednio przez pracowników przedsiębiorstwa. Wskazywaną formą dostarczania informacji było także tworzenie zagrody edukacyjnej, ścieżki dydaktycznej lub wioski tematycznej, prowadzenie punktu informacji turystycznej, organizowanie spotkań z zewnętrznymi ekspertami, m.in. przewodnikami turystycznymi oraz pracownikami ODR, organizacja szkoleń i wycieczek, organizacja zajęć edukacyjnych lub warsztatów, udostępnianie informacji online, szkolenie pracowników i organizowanie gier i zabaw edukacyjnych. Wskazania w tym zakresie prezentuje wykres 9.

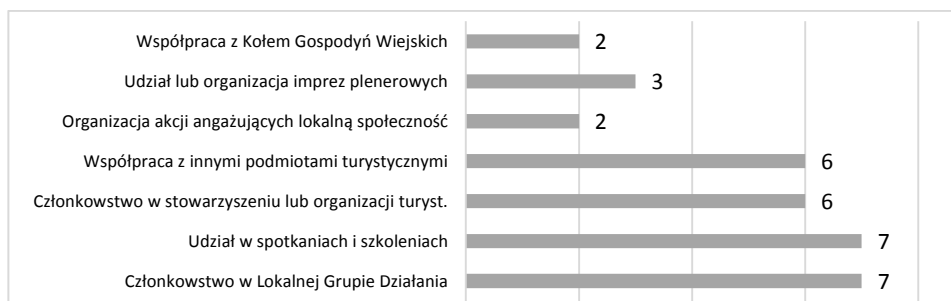
Wykres 9. Wskazania ekspertów: dostarczanie informacji na temat dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego



Pytanie dziesiąte dotyczyło zaangażowania przedsiębiorstwa w zrównoważony rozwój obszaru turystycznego m.in. poprzez członkostwo, udział w spo-

tkaniach i współpracę z lokalnymi organizacjami zarządzającymi, stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi. Na to pytanie respondenci udzielili 28 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 35 propozycji działań, które obrazuje wykres 10.

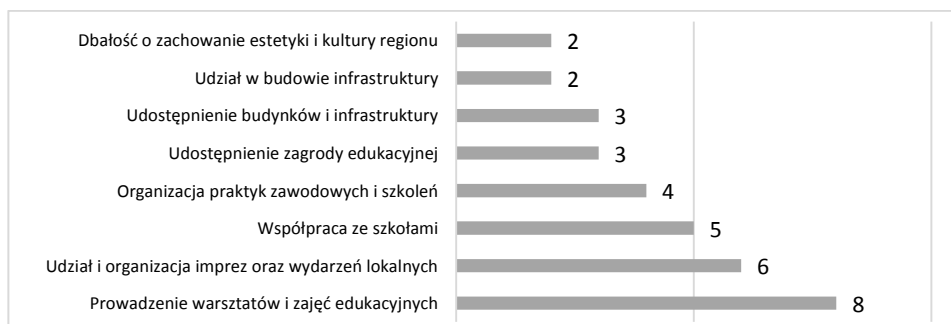
Wykres 10. Wskazania ekspertów: formy zaangażowania w rozwój obszaru turystycznego



Respondenci wskazali, że przedsiębiorstwo przede wszystkim powinno angażować się w zrównoważony rozwój obszaru turystycznego poprzez: członkostwo w Lokalnej Grupie Działania, udział w szkoleniach i spotkaniach organizowanych przez władze lokalne, członkostwo lub współpracę ze stowarzyszeniem agroturystycznym lub regionalną organizacją turystyczną oraz współpracę z innymi podmiotami, w tym przewodnikami turystycznymi, szkołami, biurami podróży, innymi przedsiębiorstwami turystycznymi.

Pytanie jedenaste dotyczyło wspierania inicjatyw na rzecz lokalnej infrastruktury i rozwoju lokalnej społeczności, w tym szkoleń i edukacji, ochrony zdrowia, poprawy warunków bytowych i umożliwianie dostępu społeczności do turystycznych obiektów i usług. Udzielonych zostało 25 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 33 propozycje działań. Wskazane formy wsparcia lokalnej społeczności prezentuje wykres 11.

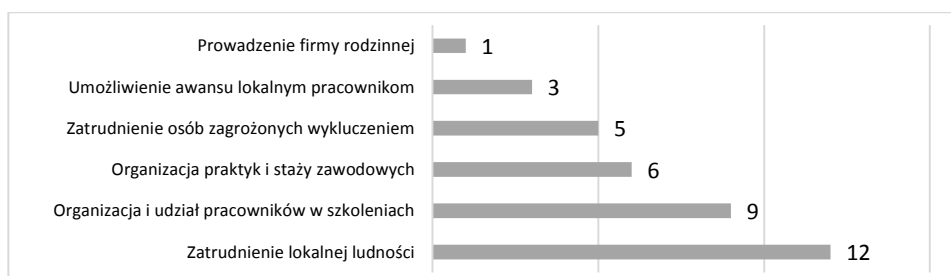
Wykres 11. Wskazania ekspertów: formy wsparcia lokalnej społeczności



Za najistotniejsze uznano: prowadzenie warsztatów i zajęć edukacyjnych w tym dla społeczności lokalnej, udział i organizacja imprez oraz wydarzeń lokalnych w tym objęcie ich patronatem oraz sponsorowanie, współpracę ze szkołami, umożliwienie młodzieży odbywania praktyk zawodowych, prowadzenie zagrody edukacyjnej udostępnionej społeczności lokalnej, udostępnienie budynków i infrastruktury pod organizację wydarzeń lokalnych i szkoleń dla społeczności lokalnej, udział w budowie infrastruktury możliwej do wykorzystania również przez społeczność lokalną, np. kładka widokowa, plac zabaw, a także angażowanie się w zachowanie walorów estetycznych i kultury regionu.

Na pytanie dwunaste dotyczące zatrudnienia, w tym społeczności lokalnej i możliwości awansu pracowników, udzielonych zostało 28 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 36 odpowiedzi. Wskazane przez badanych formy działania na rzecz lokalnego zatrudnienia i rozwoju zawodowego pokazuje wykres 12.

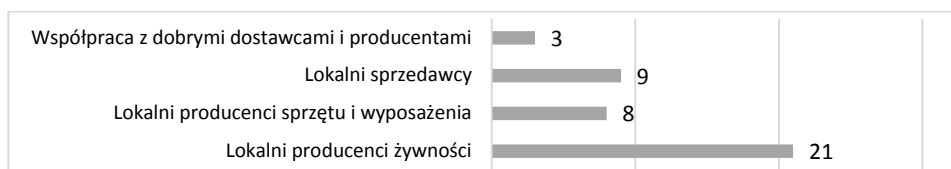
Wykres 12. Wskazania ekspertów: działania na rzecz lokalnego zatrudnienia i rozwoju zawodowego



Respondenci najczęściej wskazywali na potrzebę zatrudniania lokalnej ludności w przedsiębiorstwie, organizowania szkoleń lub kierowania pracowników na szkolenia, organizowania praktyk i staży zawodowych, tworzenia miejsc pracy i zatrudniania osób zagrożonych wykluczeniem w tym osób niepełnosprawnych.

Pytanie trzynaste dotyczyło możliwych działań w zakresie zakupów u lokalnych i uczciwych dostawców, ilekroć są oni dostępni i mają odpowiednią jakość produktów. Respondenci udzielili 27 odpowiedzi, z których większość została przypisana jednocześnie do więcej niż jednej kategorii. Wskazania respondentów prezentuje wykres 13.

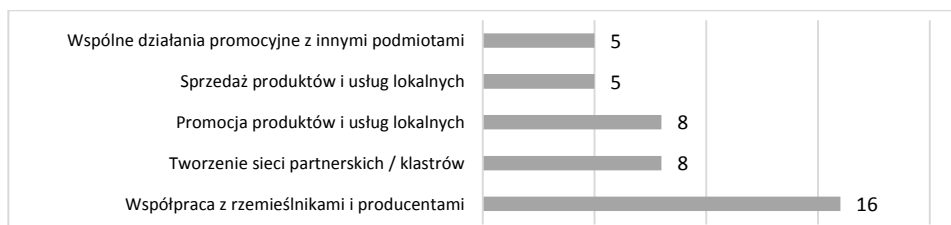
Wykres 13. Wskazania ekspertów: działania w zakresie zakupów u lokalnych dostawców



Respondenci najczęściej wskazywali, że przedsiębiorstwo powinno zaopatrywać się w żywność od lokalnych producentów i wspierać lokalnych sprzedawców oraz lokalnych producentów sprzętu i wyposażenia, w tym rękodzieła.

Pytanie czternaste dotyczyło wspierania innych lokalnych przedsiębiorców w przygotowywaniu i sprzedaży zrównoważonych produktów i usług opartych na naturze, historii i kulturze regionu oraz realizowaniu wspólnych przedsięwzięć. Na pytanie udzielonych zostało 25 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 42 propozycje działań. Wskazania badanych w tym obszarze przedstawia wykres 14.

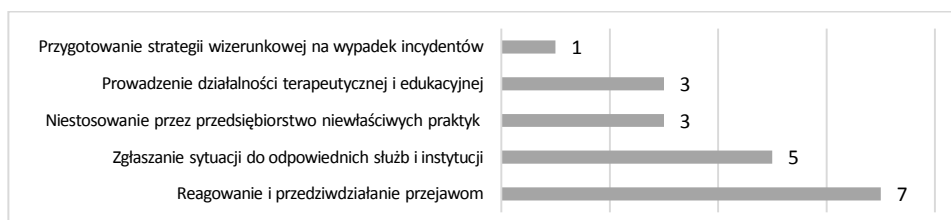
Wykres 14. Wskazania ekspertów: formy wsparcia lokalnych przedsiębiorców



Rekomendacje dotyczyły najczęściej współpracy z lokalnymi rzemieślnikami i producentami, promocji produktów i usług lokalnych rzemieślników oraz producentów, a także tworzenia sieci partnerskiej lub klastrów.

W pytaniu piętnastym poruszona została kwestia wykorzystywania i molestowania, w szczególności dzieci, młodzieży, kobiet, mniejszości i innych wrażliwych grup. Respondenci udzielili 27 odpowiedzi, z których dwie zostały odrzucone („nie wiem” oraz „publikacja polityki przeciw seks turystyce może zakończyć się negatywnym oddźwiękiem w budowaniu marki – nie jestem w stanie zbudować sobie wizji współpracy lokalnej w walce z wyzyskiem ...”) ze względu na brak możliwości ich kategoryzacji, a pozostałe zostały przypisane do kategorii, dając łącznie 19 odpowiedzi. Respondenci najczęściej wskazywali na konieczność reagowania i przeciwdziałania przejawom dyskryminacji i molestowania i zgłaszania sytuacji związanych z wykorzystywaniem lub molestowaniem do odpowiednich służb i instytucji. Pełna lista wskazań wraz z ich liczbą prezentuje wykres 15.

Wykres 15. Wskazania ekspertów: formy przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu



Pytanie szesnaste dotyczyło równych szans w zatrudnieniu, w tym na stanowiskach kierowniczych, bez jakichkolwiek przejawów dyskryminacji. Respondenci udzielili na to pytanie 24 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 26 wskazań. Formy realizowania tego zadania przedstawia wykres 16.

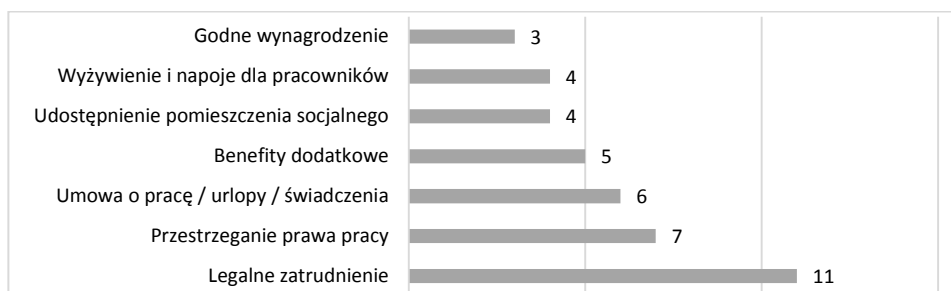
Wykres 16. Wskazania ekspertów: działania na rzecz równych szans w zatrudnieniu



Respondenci wskazywali przede wszystkim na konieczność: umożliwienia podejmowania zatrudnienia przez osoby niepełnosprawne, równouprawnienia płci w zatrudnieniu i wysokości zarobków i zatrudniania kobiet na stanowiskach kierowniczych.

Pytanie siedemnaste dotyczyło godnych warunków zatrudnienia w przedsiębiorstwie poprzez przestrzeganie prawa związanego z zatrudnieniem, zapewnienie bezpiecznego i przyjaznego środowiska pracy oraz wykazanie przez przedsiębiorstwo świadomości międzynarodowych standardów. Na pytanie udzielono 26 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzowania zostały podzielone na 39 wskazań. Wskazane przez badanych formy działania na rzecz godnych warunków zatrudnienia prezentuje wykres 17.

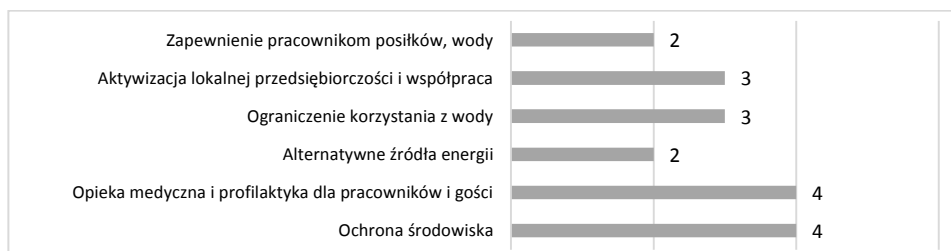
Wykres 17. Wskazania ekspertów: działania na rzecz godnych warunków zatrudnienia



Respondenci najczęściej podkreślali ogólną konieczność legalnego zatrudnienia, przestrzegania prawa pracy, w tym m.in. zapewnienia wymaganej odzieży roboczej i przestrzegania prawa do ustawowych przerw w pracy oraz zatrudnianie w ramach umowy o pracę, zapewniającej pracownikowi dostęp do świadczeń ubezpieczeniowych, lekarskich i urlopu.

W pytaniu osiemnastym respondenci zostali zapytani o wskazanie działań przedsiębiorstwa, które mogą świadczyć, że działalność nie zagraża świadczeniu podstawowych usług, takich jak żywność, woda, energia, opieka zdrowotna lub sanitarna dla lokalnej społeczności. Udzielono 17 odpowiedzi, które podczas kategoryzacji podzielono na 18 wskazań. Proponowane formy realizowania tego zadania wraz z liczbą wskazań badanych przedstawia wykres 18.

Wykres 18. Wskazania ekspertów: zachowanie podstawowych usług dla ludności lokalnej

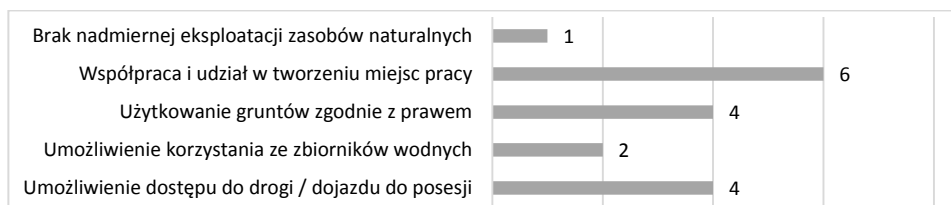


Najczęstszymi działaniami potwierdzającymi, że działalność przedsiębiorstwa nie zagraża świadczeniu podstawowych usług dla lokalnej społeczności w opinii respondentów są: ochrona środowiska, zapewnienie opieki medycznej i profilaktyki dla pracowników i gości, ograniczenie korzystania z wody szczególnie w okresie suszy oraz uczestnictwo w aktywizacji lokalnej przedsiębiorczości i współpraca z lokalnymi przedsiębiorstwami.

Pytanie dziewiętnaste dotyczyło działań przedsiębiorstwa, które mogą świadczyć, że działalność nie wpływa negatywnie na dostęp do źródeł utrzymania,

w tym użytkowania gruntów, zasobów wodnych, dróg, transportu i zakwaterowania lokalnej społeczności. Udzielono 18 odpowiedzi, jedna z nich nie została wzięta pod uwagę w toku analizy ze względu na brak związku z tematem. Wskazania prezentuje wykres 19.

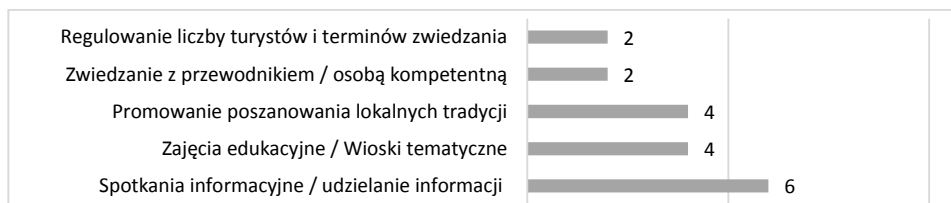
Wykres 19. Wskazania ekspertów: brak negatywnego wpływu na dostęp do źródeł utrzymania i zakwaterowania lokalnej społeczności



Respondenci wskazali, że działalność przedsiębiorstwa nie wpływa negatywnie na dostęp do źródeł utrzymania lokalnej społeczności przede wszystkim wtedy, gdy przedsiębiorstwo: tworzy lub współpracuje z innymi podmiotami celem tworzenia miejsc pracy, umożliwia lokalnej społeczności dojazd do posesji, również w sytuacji kiedy droga przebiega przez teren należący do przedsiębiorstwa, użytkuje grunty w sposób zgodny z prawem lub wykorzystuje nieużytki do działalności korzystnej dla lokalnej społeczności.

Pytanie dwudzieste dotyczyło działań przedsiębiorstwa w zakresie zarządzania i promowania wizyt w społecznościach tubylczych oraz wrażliwych kulturowo lub historycznie miejscach. Na pytanie udzielono 19 odpowiedzi, dwie z nich zostały odrzucone ze względu na brak związku z pytaniem. Jedna odpowiedź została przypisana do dwóch kategorii. Odpowiedzi prezentuje wykres 20.

Wykres 20. Wskazania ekspertów: zarządzanie i promowanie wizyt w społecznościach tubylczych oraz wrażliwych kulturowo lub historycznie miejscach

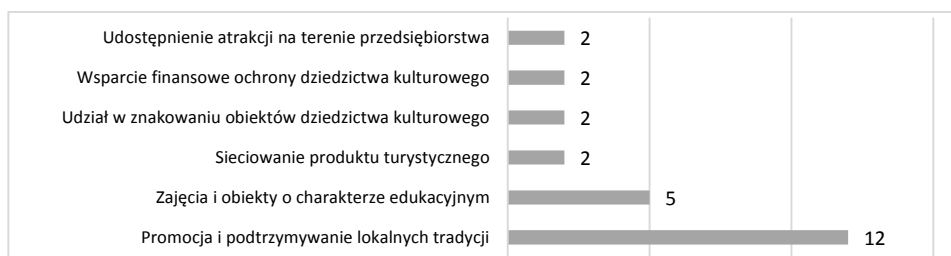


Za działania przedsiębiorstwa wpływające pozytywnie na interakcję kulturową, wyrażającą się w zarządzaniu i promowaniu wizyt w miejscach wrażliwych kulturowo i historycznie, respondenci uznali przede wszystkim: prowadzenie spotkań informacyjnych oraz bezpośrednie udzielanie gościom informacji

dotyczących zachowania w tych miejscach oraz sposobu bezpiecznego ich odwiedzania, organizację zajęć edukacyjnych i miejsc o charakterze edukacyjnym przygotowujących turystów do odwiedzania takich miejsc, promowanie poszanowania lokalnych tradycji poprzez udział w tradycyjnych wydarzeniach kulturalnych, religijnych lub degustację dań.

Pytanie dwudzieste pierwsze dotyczyło zaangażowania przedsiębiorstwa w ochronę dziedzictwa kulturowego i wzbogacania miejsc oraz tradycji o znaczeniu historycznym, archeologicznym, kulturowym i duchowym, nie utrudniając przy tym dostępu do nich lokalnej społeczności. Respondenci udzielili 25 odpowiedzi na to pytanie, jedna odpowiedź została odrzucona ze względu na uszkodzenie jej treści uniemożliwiające jej analizę oraz jedna odpowiedź została przypisana do dwóch kategorii. Przedstawia je wykres 21.

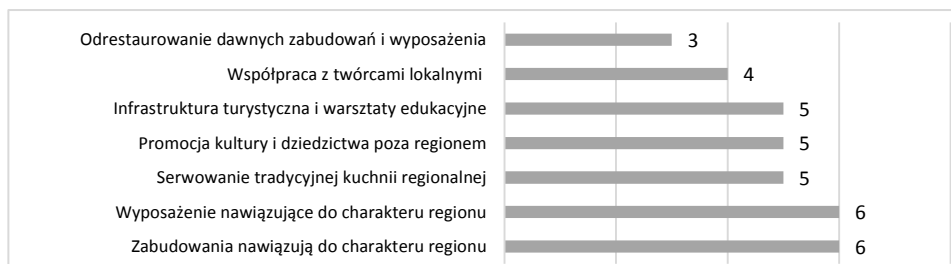
Wykres 21. Wskazania ekspertów: formy zaangażowania w ochronę dziedzictwa kulturowego



Respondenci za najważniejszą formę zaangażowania przedsiębiorstwa w ochronę dziedzictwa kulturowego uznali promocję i podtrzymywanie lokalnych tradycji m.in. poprzez organizację i udział w imprezach i warsztatach tematycznych, zachęcanie do udziału w lokalnych wydarzeniach kultu religijnego oraz serwowanie tradycyjnych potraw, a także przez organizację zajęć edukacyjnych oraz tworzenie infrastruktury edukacyjnej m.in. muzeów, wystaw, skansenów i zagród edukacyjnych.

Pytanie dwudzieste drugie dotyczyło form prezentacji i podtrzymania kultury oraz dziedzictwa kulturowego przy zachowaniu praw autorskich twórców. Udzielonych zostało 29 odpowiedzi, które zostały przypisane do 7 kategorii (część więcej niż do jednej kategorii, dając 34 wskazania). Wskazania prezentuje wykres 22.

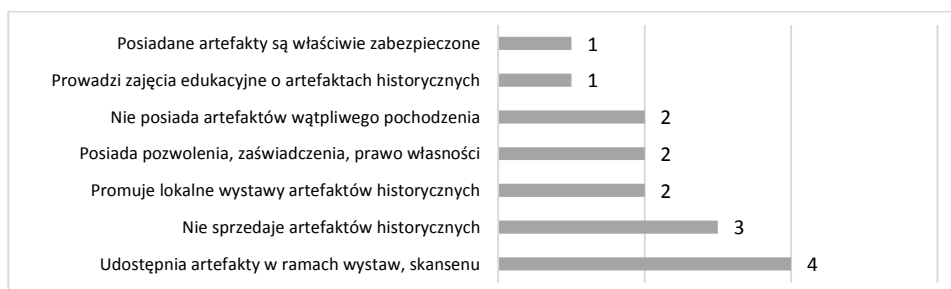
Wykres 22. Wskazania ekspertów: formy prezentacji oraz podtrzymania kultury i dziedzictwa kulturowego



Respondenci wskazywali, że przedsiębiorstwo przede wszystkim powinno: zachowywać tradycyjny charakter zabudowań i wyposażenia z wykorzystaniem regionalnej sztuki i rzemiosła, popularyzować tradycyjną kuchnię poprzez serwowanie dań lokalnych swoim gościom, promować regionalną tradycję i kulturę poza regionem, poprzez udział w targach turystycznych, finansowanie wydarzeń kulturalnych i reklamę, a także tworzyć infrastrukturę edukacyjną (skanseny, domy pamięci) i organizować warsztaty edukacyjne dotyczące lokalnej kultury i rzemiosła dla turystów będących już w regionie oraz dla społeczności lokalnej.

Pytanie dwudzieste trzecie dotyczyło artefaktów historycznych i archeologicznych oraz prawidłowych postaw przedsiębiorstwa w odniesieniu do nich. Respondenci udzielili 15 odpowiedzi, które podzielone zostały na 7 kategorii. Odpowiedzi prezentuje wykres 23.

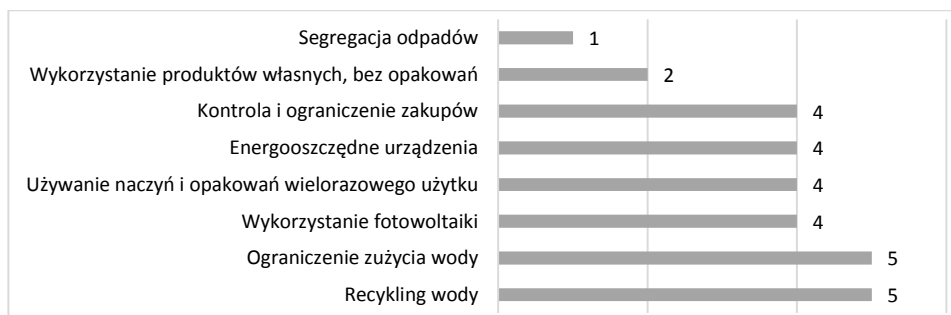
Wykres 23. Wskazania ekspertów: działania odpowiedzialne dotyczące artefaktów historycznych



Respondenci uznali za najistotniejsze, aby przedsiębiorstwo, będące właścicielem artefaktów historycznych i archeologicznych, udostępniało je, organizując wystawy, zagrody edukacyjne i skanseny, a także aby nie prowadziło ich sprzedaży.

Pytanie dwudzieste czwarte dotyczyło oszczędzania zasobów, m.in. poprzez zakup ekologicznych produktów, zarządzanie zakupami w tym produktów jednorazowego użytku oraz żywności, oszczędzania energii i zużycia wody. Udzielono 26 odpowiedzi. W wyniku kategoryzowania zostały one podzielone na 29 odpowiedzi przypisanych do 8 kategorii. Wskazania respondentów pokazuje wykres 24.

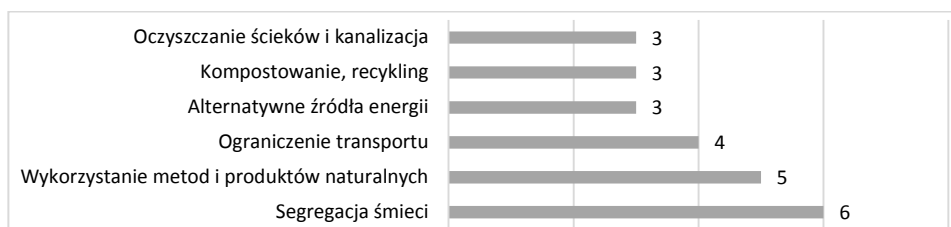
Wykres 24. Wskazania ekspertów: formy ograniczenia zużycia zasobów



Respondenci wskazali, że przedsiębiorstwa mogą podejmować działania mające na celu ograniczenie wykorzystania zasobów wodnych przez recykling wody, która możliwa będzie do wykorzystania przy podlewaniu roślin oraz ograniczenie zużycia wody przez wprowadzanie odpowiednich technologii zmniejszającej zużycie wody. Mogą także redukować ilość wytwarzanych odpadów poprzez rezygnację z używania naczyń i opakowań jednorazowych, kontrolowanie zakupów i maksymalne wykorzystywanie zakupionych produktów, w szczególności żywności.

Pytanie dwudzieste piąte dotyczyło redukcji zanieczyszczeń, w tym emisji gazów cieplarnianych, zanieczyszczeń wywoływanych środkami transportu, środkami chemicznymi, hałasem, światłem, erozją, substancjami zubożającymi warstwę ozonową oraz zanieczyszczeniami powietrza, wody i gleby, zarządzania odpadami żywnościowymi i odprowadzaniem ścieków. Respondenci udzieli-li 23 odpowiedzi, jedno z nich zostało podzielone i przypisane do dwóch kategorii. Wskazania przedstawia wykres 25.

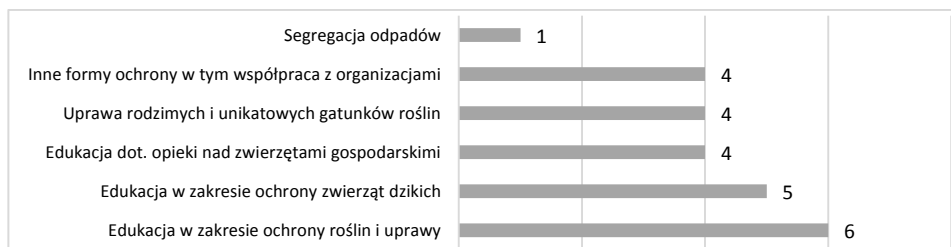
Wykres 25. Wskazania ekspertów: formy redukcji zanieczyszczeń



W działaniach przedsiębiorstwa respondenci podkreślili przede wszystkim: konieczność segregacji odpadów; konieczność stosowania metod i produktów naturalnych oraz ekologicznych w działalności, w tym przy uprawach, walce ze szkodnikami oraz dezynfekcji i stosowaniu środków czystości; ograniczenie transportu poprzez wprowadzenie transportu zbiorowego dla pracowników i gości, a także udostępnienie im alternatywnych środków transportu.

Pytanie dwudzieste szóste dotyczyło działań gospodarstw na rzecz ochrony różnorodności biologicznej, ekosystemów i krajobrazów. Respondenci udzielili 18 odpowiedzi, które w wyniku kategoryzacji podzielono na 24 odpowiedzi. Odpowiedzi prezentuje wykres 26.

Wykres 26. Wskazania ekspertów: działania na rzecz ochrony różnorodności biologicznej



Respondenci wskazywali, że przedsiębiorstwo powinno podejmować działania edukacyjne w zakresie ochrony i uprawy roślin m.in. przez: tworzenie ścieżek dydaktycznych, organizowanie zajęć edukacyjnych i dystrybucję materiałów informacyjnych oraz działania edukacyjne, dotyczące interakcji z dzikimi zwierzętami, np. poprzez tworzenie punktów widokowych, prowadzenie zajęć edukacyjnych i dystrybucję materiałów informacyjnych, edukację w zakresie opieki nad zwierzętami gospodarskimi, a także przez uprawę rodzimych i unikatowych gatunków roślin na terenie przedsiębiorstwa. Powinny również podejmować inne formy ochrony gatunków, w tym m.in. współpracę z organizacjami takimi jak parki narodowe, edukatorzy przyrodniczy oraz zbiórki funduszy na cel ochrony przyrody.

4.5. Wnioski z badań i rekomendacje

W wyniku przeprowadzonych badań sformułowano wnioski dotyczące działań, wskazanych do realizowania przez przedsiębiorstwa agroturystyczne (RQ4.1), zdecydowane prowadzić działalność zgodną z ideą zrównoważonego rozwoju. W poniższych podpunktach uzupełniono wnioski z przeprowadzonych badań o rekomendacje zawarte w: kryteriach Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego (poniżej użyto skrótu PCE, kryteria z 2010 roku), Globalnych Kryteriach dla Turystyki Zrównoważonej GTSC (aktualizacja 2020 roku), a także o wskaźniki zrównoważonego rozwoju dla biznesu SDGs opracowane przez GUS (aktualizacja 2020 roku). Działania podzielono na dziewięć obszarów tematycznych. Ponadto dokonano zestawienia proponowanych przez ekspertów działań z Celami Zrównoważonej Turystyki (CZT). Z uwagi na ich zgodność z dokumentami strategicznymi, można stwierdzić, że ich podejmowanie wspiera realizację celów zrównoważonej turystyki (RQ4.2). Zweryfikowano też ich zgodność z kryteriami Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego (PCE), Globalnymi Kryteriami dla Turystyki Zrównoważonej (GTSC), wskaźnikami zrównoważonego rozwoju dla biznesu (SDGs) oraz kryteriami certyfikatu Ecolabel (ECOL) i stwierdzono, że w znacznym stopniu są zbieżne z wytycznymi istniejących certyfikatów ekoturystycznych i Globalnych Kryteriów dla Turystyki Zrównoważonej (RQ4.3).

4.5.1. Obszar: Zatrudnienie

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno angażować pracowników w działania zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju przez ich szkolenie, stosowanie narzędzi motywacji, ich udział w promowaniu przedsiębiorstwa i prowadzenie przez nich zajęć dla gości, a w przypadku braku pracownika o odpowiednich kwalifikacjach, przedsiębiorstwo powinno korzystać ze wsparcia zewnętrznych specjalistów.

Zgodność z PCE: Pracownicy powinni być uprawnieni do monitorowania przestrzegania regulaminu oraz bezpieczeństwa gości.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno zatrudniać pracowników lokalnie, umożliwiając im udział w szkoleniach wewnętrznych i zewnętrznych oraz dając szansę awansu, a także organizować praktyki, staże zawodowe lub prowadzić firmę rodzinną, angażując młodzież i tworzyć miejsca pracy dla osób zagrożonych wykluczeniem.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno stosować równouprawnienie płci w zatrudnieniu i wynagrodzeniu, dając szansę pracy osobom zagrożonym wy-

kluczeniem w jakikolwiek sposób (w tym: osobom niepełnosprawnym, starszym, nieposiadającym doświadczenia, samotnie wychowujących dzieci, cudzoziemcom i innym), a także dawać możliwość awansu na stanowiska kierownicze kobietom.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno zatrudniać pracowników w sposób legalny, najlepiej na podstawie umowy o pracę, gwarantując przestrzeganie ich praw wynikających z prawa pracy, dostępu do świadczeń, w tym zdrowotnych i godziwych zarobków, oraz dążyć do międzynarodowych standardów zatrudnienia, oferując benefity, premie i zaplecze socjalne (pomieszczenie, wyżywienie, napoje).

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno brać udział w tworzeniu miejsc pracy, w tym również przez współpracę z innymi podmiotami. Wyniki zaprezentowano w tabeli 6.

Tabela 6. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zatrudnienie

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	SDGs
Tworzy miejsca pracy	3	Wsparcie lokalnej gospodarki	B2	–	–
Zatrudnia pracowników lokalnie	2	Wsparcie lokalnej gospodarki	B2	–	Cel 8
Zapewnia godne warunki zatrudnienia	3	Zarządzanie	B7	–	Cel 8
Stosuje równouprawnienie w zatrudnieniu i wynagrodzeniu	4	Zarządzanie	A2 / B6	–	Cel 5, Cel 8
Organizuje praktyki lub staże zawodowe	4	–	B2	–	Cel 4
Kieruje pracowników na szkolenia lub organizuje szkolenia dla pracowników	4	Wiedza i kompetencje	A4	Szkolenia dla pracowników	Cel 4
Zatrudnia kobiety, w tym na stanowiskach kierowniczych	4	–	B6	–	Cel 5
Pracownicy są przeszkoleni w zakresie BHP	3	Zarządzanie	A1	Szkolenia dla pracowników	–

Nota: CZT – Cele Zrównoważonej Turystyki, PCE – Polski Certyfikat Ekoturystyczny, GTSC – Globalne Kryteria dla Turystyki Zrównoważonej, ECOL – kryteria certyfikatu Ecolabel, SDGs – Wskaźniki zrównoważonego rozwoju dla biznesu GUS.

4.5.2. Obszar: Zgodność z przepisami

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno być prowadzone zgodnie z prawem, w szczególności w zakresie przepisów sanitarno-epidemiologicznych, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz bezpieczeństwa przeciwpożarowego.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno reagować i przeciwdziałać, a także zgłaszać odpowiednim służbom o zaistniałych przejawach dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania, jednocześnie samo nie biorąc udziału w niewłaściwych praktykach, a w przypadku posiadania odpowiednich kwalifikacji – prowadzić działalność edukacyjną lub terapeutyczną w tym zakresie.

Zgodność z SDGs: Pracownicy powinni być przeszkoleni w zakresie przeciwdziałania mobbingowi, molestowaniu, przemocy i dyskryminacji. Wyniki zaprezentowano w tabeli 7.

Tabela 7. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zgodność z przepisami

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Prowadzi odpowiednie działania zgodne z wytycznymi sanitarno-epidemiologicznymi	5	Zarządzanie	A1	–	–
Wprowadziło odpowiednie zasady ochrony przeciwpożarowej	5	Bezpieczeństwo	A1	–	–
Przeciwdziała wszelkim przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania	5	–	B5	–	Cel 5

4.5.3. Obszar: Transparentność

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno posiadać regulamin określający: zasady korzystania z obiektu i jego wyposażenia, pożądane i niepożądane zachowanie gości podczas pobytu oraz jeżeli posiada zwierzęta, zasady interakcji z nimi.

Zgodność z PCE: Regulamin powinien zawierać wytyczne dotyczące minimalizowania hałasu, neutralności dla środowiska, bezpieczeństwa, a także określenie miejsc palenia ognisk i grillowania.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno informować interesariuszy o działaniach zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju przez stronę internetową, materiały reklamowe i w bezpośrednich relacjach, a także umożliwiać opiniowanie obiektu.

Zgodność z SDGs i PCE: Misja i wizja przedsiębiorstwa, zgodna z ideą zrównoważonego rozwoju powinna znaleźć się w materiałach informacyjnych i promocyjnych.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno monitorować zadowolenie klienta przez umożliwienie mu opiniowania w serwisach internetowych, na własnej stronie www, udostępnienie ankiet ewaluacyjnych i bezpośredni kontakt podczas pobytu, a także wprowadzać w miarę możliwości zmiany, jakich oczekują klienci i prowadzić z nimi dialog prowadzący do budowania pozytywnego wizerunku.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno publikować prawdziwe i aktualne informacje na stronach internetowych, w materiałach drukowanych, mediach społecznościowych i innych, w tym prawdziwe i aktualne zdjęcia, informacje o certyfikatach oraz działaniach zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju oraz dopasować formy komunikatów do odbiorców. Wyniki zaprezentowano w tabeli 8.

Tabela 8. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Transparentność

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Posiada regulamin	–	Przyjmowanie gości i komunikacja	A1	Informacje dla gości	–
W regulaminie zawarte są zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem, misja i wizja	5	Zarządzanie, Przyjmowanie gości i komunikacja, Zasady ogólne oferty i zajęć	A1	Informacje dla gości	–
Umożliwia opiniowanie	5	Monitorowanie	A5	Informacje dla gości	–
Opiniowanie jest możliwe na stronie internetowej, w zewnętrznych serwisach, w formie osobistej rozmowy i ankiet	5	Monitorowanie	A5	Informacje dla gości	–
Wprowadza oczekiwane zmiany i działania naprawcze	5	Monitorowanie	A5	Informacje dla gości	–

4.5.4. Obszar: Promocja regionu

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno dostarczać klientom informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego przez dystrybucję folde-rów, map i przewodników, online lub w formie kontaktu osobistego przez pra-cowników, ekspertów lub w ramach prowadzonego punktu informacji turystycznej, zagrody edukacyjnej, ścieżki dydaktycznej lub innej formy edukacyjnej.

Zgodność z PCE: Oferta przedsiębiorstwa powinna być budowana w opar-ci o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno angażować się w zrównoważo-ny rozwój obszaru turystycznego przez współpracę z Lokalną Grupą Działania, stowarzyszeniem agroturystycznym, Kołem Gospodyń Wiejskich i innymi pod-miotami świadczącymi usługi turystyczne, a także przez organizowanie i udział w wydarzeniach i inicjatywach lokalnej społeczności i lokalnych władz.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno chronić dziedzictwo kulturowe przez informowanie, zachęcanie do udziału w wydarzeniach religijnych i pod-trzymywanie lokalnych tradycji, tworzenie zajęć i infrastruktury edukacyjnej, sieciowanie, znakowanie i udostępnianie obiektów i szlaków turystycznych oraz wsparcie finansowe.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno udostępniać gościom informacje dotyczące miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie, promować wizyty w nich, organizować zajęcia edukacyjne dotyczące odwiedzania tych miejsc i poszano-wania lokalnych tradycji lub inicjować zorganizowane formy zwiedzania oraz informować o rekomendowanych terminach zwiedzania.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno posiadać dokumenty potwier-dzające prawo posiadania artefaktów historycznych lub archeologicznych, dbać o ich bezpieczeństwo i udostępniać możliwość ich oglądania, prowadzić zajęcia

edukacyjne oraz zachęcać do udziału w lokalnych wystawach takich artefaktów, a także nie prowadzić ich sprzedaży. Wyniki zaprezentowano w tabeli 9.

Tabela 9. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Promocja regionu

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Promuje region turystyczny na stronie internetowej przez budowanie oferty w oparciu o zasoby kulturowe i przyrodnicze regionu, publikuje dotyczące regionu zdjęcia i informacje, a także informacje o tradycjach i miejscach wrażliwych	8	Rozwój lokalny i współpraca, Zasady ogólne oferty i zajęć	A6, A9, C1	–	–
Dostarcza informacji dotyczących dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego poprzez dystrybucję map, przewodników, prowadzenie punktu informacji turystycznej, kontakt osobisty, spotkania z ekspertami, prowadzenie zagrody edukacyjnej lub ścieżki dydaktycznej	8	Kultura i krajobraz, Rozwój lokalny i współpraca	A6, A9	–	–
Angażuje się w rozwój obszaru turystycznego poprzez współpracę z LGD, stowarzyszeniem agroturystycznym, Kołem Gospodyń Wiejskich lub innymi podmiotami, a także bierze udział w wydarzeniach organizowanych lokalnie	2, 6	Rozwój lokalny i współpraca	A10	–	–
Aktywnie bierze udział w ochronie dziedzictwa kulturowego poprzez zachęcanie do udziału w wydarzeniach religijnych, podtrzymywanie lokalnych tradycji, organizowanie zajęć lub infrastruktury edukacyjnej, znakowanie obiektów i wsparcie finansowe	8	Kultura i krajobraz	C2	–	–
Dba o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie poprzez promowanie wizyt w nich, informowanie o rekomendowanych terminach zwiedzania, organizację zajęć edukacyjnych i zorganizowanych form zwiedzania	8	Kultura i krajobraz, Zasady ogólne oferty i zajęć	C2	–	–
Dba o posiadane artefakty archeologiczne i historyczne, do których ma udokumentowane prawo własności, nie prowadzi ich sprzedaży, a jeżeli je posiada, umożliwia ich oglądanie	8	Kultura i krajobraz	C4	–	–
Prowadzi zajęcia edukacyjne, zachęca do udziału w lokalnych wystawach artefaktów historycznych lub jeżeli nie posiada kompetencji – nie angażuje się	8	Kultura i krajobraz	C4	–	–

4.5.5. Obszar: Architektura i infrastruktura

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno prezentować i dbać o zachowanie charakteru regionu w budownictwie i wyposażeniu, promować tradycję i kulturę regionu wśród turystów znajdujących się na miejscu oraz podczas promocji przedsiębiorstwa, a także współpracować z lokalnymi twórcami. Wyniki zaprezentowano w tabeli 10.

Tabela 10. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Architektura i infrastruktura

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Charakter regionu znajduje odzwierciedlenie w architekturze, infrastrukturze i wyposażeniu, nawiązując do lokalnej kultury, tradycji i krajobrazu	9	Kultura i krajobraz	C3	–	–
Wprowadzono udogodnienia dla osób niepełnosprawnych	5	–	A7	–	–
Do tworzenia zabudowy gospodarstwa oraz infrastruktury wykorzystano surowce lokalne, ekologiczne, zrównoważone, z recyklingu	9, 11	Kultura i krajobraz, Zużycie energii elektrycznej i ciepłej	A7, D1	–	Cel 12
W wyposażeniu używa produktów lokalnych, rzemieślniczych	4, 7	Noclegi	C3	–	–
W wyposażeniu wykorzystuje produkty z surowców ekologicznych, z recyklingu i zrównoważonych	9, 11	Noclegi	A7, D1	–	Cel 12

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno, w ramach działalności rolniczej, uprawiać rośliny endemiczne, a do budowy i tworzenia infrastruktury korzystać z lokalnych surowców, surowców ekologicznych i pochodzących z recyklingu, budynki i infrastruktura powinny pozostawać w zgodzie prawem z krajobrazem i być dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Zgodność z SDGs i PCE: Przedsiębiorstwo powinno zwracać uwagę na efektywność materiałową oraz stosować innowacyjne, zrównoważone rozwiązania podczas inwestycji.

4.5.6. Obszar: Zbiorniki wodne

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno dbać o czystość i stan lokalnych zbiorników wodnych, zarówno tych pozostających jego własnością, jak i pozostałych, zlokalizowanych w pobliżu przedsiębiorstwa oraz umożliwiać społeczności korzystanie z nich, a także posiadać tytuł prawny do użytkowanych gruntów i zbiorników wodnych.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno umożliwiać lokalnej społeczności dostęp do gruntów, w tym dojazd (np. do posesji, która nie posiada dostępu do drogi), zasobów naturalnych i zbiorników wodnych, których jakości nie zmniejsza poprzez swoją działalność. Wyniki zaprezentowano w tabeli 11.

Tabela 11. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zbiorniki wodne

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Umożliwia społeczności lokalnej korzystanie z własnych zbiorników wodnych	7	–	A8	–	–
Dbą o czystość i stan lokalnych zbiorników wody	12	–	D2	–	–
Nie ogranicza dostępu do wody społeczności lokalnej, w tym do rybołówstwa	7	Natura, zwierzęta i korzystanie z przyrody	B9	–	–

4.5.7. Obszar: Lokalna produkcja

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno współpracować z lokalnymi rzemieślnikami i producentami, promować lub sprzedawać ich wyroby i usługi, a także tworzyć partnerstwa z innymi lokalnymi podmiotami i uczestniczyć we wspólnych akcjach promocyjnych.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno zaopatrywać się w żywność, sprzęt i wyposażenie przede wszystkim od lokalnych producentów lub lokalnych hurtowni, a także wybierać produkty polskiego pochodzenia.

Zgodność z GTSC i PCE: Przedsiębiorstwo w miarę możliwości powinno udostępniać produkty własne, wodę mineralną z lokalnych ujęć, stosować produkty ekologiczne i fair trade, bez GMO oraz posiadać informacje o pochodzeniu i składzie produktów, które może udostępnić na prośbę gości. Wyniki zaprezentowano w tabeli 12.

Tabela 12. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Lokalna produkcja

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
Współpracuje z lokalnymi rzemieślnikami i producentami poprzez promowanie lub sprzedawanie ich wyrobów i usług, uwzględnianie ich w ofercie, tworzenie partnerstw i wspólne akcje promocyjne	2, 4	Kultura i krajobraz, Wsparcie lokalnej gospodarki	B4 C3	–	–
Serwuje wyżywienie na bazie produktów z własnych hodowli i upraw, od lokalnych producentów i dostawców, bez GMO, ekologiczną, fair-trade, o znanym pochodzeniu i składzie, a także wodę z lokalnych ujęć	2, 4, 5	Wyżywienie	B3	–	–

4.5.8. Obszar: Rolnictwo i edukacja

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno, w ramach działalności rolniczej, uprawiać rośliny endemiczne i charakterystyczne dla regionu.

Przedsiębiorstwo agroturystyczne powinno podejmować działania edukacyjne i współpracę z instytucjami w zakresie ochrony zwierząt i roślin, w szczególności gatunków zagrożonych i endemicznych oraz prowadzić edukację w zakresie hodowli zwierząt i uprawy. Zgodność z GTSC, PCE: Przedsiębiorstwo powinno dbać o zachowanie neutralności dla środowiska podczas prowadzenia zajęć i po ich zakończeniu (PCE), nie może posiadać / kupować / sprzedawać / konsumować dzikiej przyrody i zagrożonych gatunków (PCE) z wyjątkiem działalności regulowanej (GTSC). Wyniki zaprezentowano w tabeli 13.

Tabela 13. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Rolnictwo i edukacja

Działanie	CZT	PCE	GTSC	ECOL	GUS
W ramach działalności rolniczej uprawia rośliny endemiczne	10	Kultura i krajobraz	D3	–	–
Posiada zwierzęta domowe i gospodarskie	5	Natura, zwierzęta i korzystanie z przyrody	D3	–	–
Umożliwia gościom kontakt ze zwierzętami	–	Natura, zwierzęta i korzystanie z przyrody	D3	–	–
Udostępnia regulamin, w którym znajdują się informacje dotyczące zachowania wobec zwierząt	10	–	–	–	–
Bierze udział w promocji zdrowia i profilaktyki	5	–	–	–	–
Prowadzi działalność edukacyjną	5	Zasady ogólne oferty i zajęć	–	–	–
Organizuje różne formy zajęć edukacyjnych dla gości w formie: warsztatów, prelekcji, ścieżki lub zagrody edukacyjnej, muzeum, skansenu, wioski tematycznej	5	–	–	–	–
Działania edukacyjne dotyczą: ochrony zwierząt i roślin, hodowli i dobrostanu zwierząt, upraw, dziedzictwa kulturowego i tradycji, rzemiosła, rękodziela, sztuki, regionu	2 4 10	Zasady ogólne oferty i zajęć	–	–	–
Zajęcia są prowadzone przez właścicieli i zewnętrznych ekspertów	2	–	–	–	–

Powyższe, zebrane w ramach obszarów, działania (RQ5.1) stanowią propozycję katalogu działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw agroturystycznych. Wskazane propozycje wypełniają 11 z 12 celów Zrównoważonej Turystyki (RQ5.2). Jedynym, nieuwzględnionym w katalogu działań celem, jest cel pierwszy: Efektywność ekonomiczna. Przyjmuje się jednak, że funkcjonujące obecnie na rynku przedsiębiorstwa są rentowne i konkurencyjne, a potwierdzenie lub odrzucenie hipotezy czwartej (H4) niniejszej monografii, pozwoli stwierdzić, czy angażowanie się w działania zrównoważonego rozwoju i komunikowanie o nich, może wspierać realizację tego celu. Zaproponowane przez ekspertów działania są w większości zbieżne z wytycznymi Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego i Globalnych Kryteriów dla Turystyki Zrównoważonej (RQ5.3). Niewiele znalazło odniesienie do wytycznych certyfikatu Ecolabel i Wskaźników SDGs.

W wyniku badań powyższego etapu skonstruowano artefakt DSR, jakim jest katalog działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju, możliwych do wdrożenia w gospodarstwach agroturystycznych. Na potrzeby kolejnego etapu badawczego, utworzono zbiór rekomendacji pod nazwą: „Katalog Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych (KDZRG)”. W ramach cyklu rygoru DSR zweryfikowano, czy działania spełniają określone cele dla zrównoważonej turystyki, a także czy różnią się lub uzupełniają istniejące kryteria globalne i systemy certyfikacji.

Niniejszy etap procesu badawczego miał na celu zweryfikowanie, czy działania zrównoważonego rozwoju są realizowane przez polskie gospodarstwa agroturystyczne oraz opracowanie narzędzia diagnozy zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw agroturystycznych, które stanowi Załącznik 3. Wspierająco postawiono następujące pytania badawcze:

- RQ5.1: Jakie działania zaproponowane w Katalogu Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych są rzeczywiście podejmowane przez gospodarstwa agroturystyczne?
- RQ5.2: W jakich obszarach tematycznych koncentrują się działania w zakresie zrównoważonego rozwoju podejmowane przez gospodarstwa agroturystyczne?

W toku badań literaturowych wykazano, że gospodarstwa agroturystyczne są uznawane za przedsiębiorstwa o wysokim potencjale do praktykowania turystyki odpowiedzialnej i zrównoważonej. W celu weryfikacji tego założenia oraz celem przetestowania utworzonego artefaktu KDZRGa zdecydowano się na przeprowadzenie badania ankietowego wśród przedsiębiorców agroturystycznych w Polsce. Badanie miało na celu zidentyfikowanie, które działania, wskazane w katalogu, są realizowane w praktyce gospodarczej. Weryfikowana jest dzięki temu poprawność wytworzonego artefaktu DSR.

Badanie miało charakter ilościowy, a kwestionariusz składał się głównie z pytań zamkniętych, dopuszczając jednocześnie dodanie własnej odpowiedzi. Większość pytań odnosiła się bezpośrednio do działań określonych w KDZRGa. W formularzu znalazły się również pytania, które nie odnoszą się do żadnego z punktów katalogu, natomiast są ściśle powiązane ze wskazaniem ekspertów biorących udział w pierwszej części badania. W związku z powyższym zdecydowano się na pozostawienie ich w strukturze rozesłanej do gospodarstw agroturystycznych ankiety. Odpowiedzi na te pytania nie są brane pod uwagę w narzę-

dziu diagnozy, ale stanowią doprecyzowanie dla ujętych w niej pytań. Badanie przeprowadzono z wykorzystaniem techniki CAWI. Do utworzenia kwestionariusza i przeprowadzenia badania użyto narzędzia Formularze Google. W związku z faktem, iż dokładna liczba przedsiębiorstw agroturystycznych w Polsce nie jest wskazana, a co za tym idzie, nie jest znana wielkość grupy, nie było możliwe obliczenie wielkości próby z wykorzystaniem wzorów doboru losowego.

5.1. Postępowanie badawcze i zakres czasowy badań

W badaniu użyto formularza ankiety, skonstruowanego przy użyciu narzędzia Formularze Google. Następnie przeprowadzono badanie pilotażowe i dokonano korekt formularza ankiety. Właściwe badanie przeprowadzono w okresie od 2 maja do 31 lipca 2020 roku (90 dni), przy pomocy dwóch jednakowych formularzy. Jeden z nich został rozesłany do 1800 obiektów, których dane teleadresowe znajdowały się w ogólnodostępnych bazach turystycznych. Bazy turystyczne, z których pozyskano dane, zostały przygotowane i udostępnione przez Wojewódzkie Ośrodki Doradztwa Rolniczego lub regionalne organizacje turystyczne. Drugi formularz został rozesłany do 125 obiektów agroturystycznych znajdujących się w bazie komercyjnego serwisu Slowhop, którego misją jest tworzenie katalogu obiektów turystycznych oferujących wypoczynek w *duchu slow*, charakteryzowany przez *klimatyczne wnętrza, kuchnię typu slowfood, opartą na lokalnych składnikach, najlepiej z miejscowych gospodarstw rolnych i hodowlanych oraz gospodarzach z historią i pomysłem* (Popiołek, 2017). Podział miał za zadanie dodatkowo nakreślić istnienie ewentualnych różnic w podejściu gospodarstw wyróżnionych w ramach katalogu Slowhop i pozostałych gospodarstw agroturystycznych, niezrzeszonych w ramach tego projektu. W dalszej części omawianych wyników używa się dla oznaczenia grup badanych obiektów pojęć:

- obiekty *slow* – dla obiektów agroturystycznych, których dane znajdowały się w bazie komercyjnego serwisu Slowhop;
- obiekty klasyczne – dla obiektów agroturystycznych, których dane znajdowały się w ogólnodostępnych bazach turystycznych zrealizowanych przez Wojewódzkie ODR lub regionalne organizacje turystyczne;
- wszystkie obiekty – wyniki łączne ankiet.

5.2. Charakterystyka grupy badanej

W badaniu wzięły udział 152 przedsiębiorstwa agroturystyczne, prowadzące działalność na terenie całej Polski, w tym 19 obiektów slow oraz 133 obiekty klasyczne. Na wstępie, właściciele gospodarstw agroturystycznych zadeklarowali formę prawną prowadzonego przedsiębiorstwa agroturystycznego. Zestawienie danych dotyczących formy prowadzonej działalności przedstawia tabela 14.

Tabela 14. Formy prowadzenia działalności gospodarczej przez gospodarstwa agroturystyczne

Forma prowadzenia działalności	Liczba obiektów	Udział procentowy
agroturystyka do 5 pokoi – zgłoszenie do urzędu gminy	114	75,0%
działalność nierejestrowana	14	9,2%
agroturystyka pow. 12 pokoi – ryczałt / na zasadach ogólnych / podatek liniowy	13	8,6%
agroturystyka do 12 pokoi – karta podatkowa	11	7,2%

Ponad 84% badanych gospodarstw posiada mniej niż pięć pokoi i prowadzi działalność nierejestrowaną (działalność z tytułu której przychody nie przekraczają w żadnym miesiącu 50% kwoty płacy minimalnej) lub na podstawie zgłoszenia do urzędu gminy. W obu tych przypadkach przedsiębiorstwa nie mogą zatrudniać pracowników, dlatego pytania zawarte w sekcji Tworzenie miejsc pracy nie były dla tych gospodarstw uaktywnione i właściciele nie mogli odpowiadać na pytania w tym zakresie.

5.3. Ograniczenia zidentyfikowane w procesie badawczym

W toku prowadzonego badania stwierdzono, że niektóre pytania mogły być niejasne i powinno zostać dodane wyjaśnienie pojęć takich jak artefakty historyczne oraz uprawy endemiczne. Ponadto jak wskazano we wprowadzeniu do niniejszego badania, dokładna liczba przedsiębiorstw agroturystycznych w Polsce nie jest znana, co uniemożliwiło obliczenie wielkości próby z wykorzystaniem wzorów doboru losowego. Przyjmując jednak założenie o istnieniu 8000 przedsiębiorstw agroturystycznych w Polsce, przy próbie 152 przedsiębiorstw, błąd maksymalny w niniejszym badaniu to 8%.

5.4. Wyniki badań

Wyniki badań zostały zaprezentowane w podziale na obszary oraz sekcje formularza ankiety, z wyszczególnioną informacją o liczbie obiektów, którym

z uwagi na uwarunkowania, umożliwiono udzielanie odpowiedzi na pytania w ramach sekcji.

W tabelach obliczono średnią dla tych działań, które bezpośrednio spełniają założenia Katalogu Działań Zrównoważonych Gospodarstw Agroturystycznych, a w przypadku pytań ze skalą Likerta, przyjęta wartość stanowi sumę odpowiedzi 4 oraz 5. Wyszarzone pola w tabelach nie były uwzględnione przy liczeniu średniego wyniku.

5.4.1. Obszar: Zatrudnienie

W obszarze Zatrudnienie w sekcji Tworzenie miejsc pracy, na pytania odpowiadać mogli wyłącznie przedsiębiorcy, którzy mogą zatrudniać pracowników z uwagi na formę prowadzonej działalności gospodarczej. Sekcja kwestionariusza Zatrudnienie dedykowana była wyłącznie dla tych respondentów, którzy zadeklarowali zatrudnienie pracowników w ramach sekcji Tworzenie miejsc pracy.

Sekcja 3 – Tworzenie miejsc pracy (24 obiekty zakwalifikowane)

Spśród 24 przedsiębiorstw agroturystycznych prowadzonych w formie zarejestrowanej działalności gospodarczej, 18 właścicieli zadeklarowało (75%), że przyczynia się do tworzenia miejsc pracy przez współpracę z innymi podmiotami, natomiast sześć zadeklarowało, że nie przyczynia się do tworzenia miejsc pracy w takiej formie. W 14 obiektach zatrudniani są pracownicy (58%), w sześciu pracują wyłącznie członkowie rodziny (25%), a w czterech obiektach pracuje wyłącznie właściciel (17%). W przypadku działalności nierejestrowanej oraz w przypadku agroturystyki prowadzonej w ramach zgłoszenia do urzędu gminy możliwość pracy w gospodarstwie ma tylko właściciel i członkowie jego rodziny, jednak taka praca nie ma umocowania w kontekście prawa pracy i nie są zawierane umowy o pracę.

Sekcja 4 – Zatrudnienie (14 obiektów zakwalifikowanych)

Na 8 pytań dotyczących zagadnień związanych z zatrudnieniem, w 5 pytaniach respondenci poproszeni zostali o zaznaczenie odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza całkowicie się nie zgadzam, a 5 oznacza całkowicie się zgadzam. Oznaczenie wartości skrajnych na skali było uszczegółowione dla każdego pytania, aby ułatwić respondentom udzielenie odpowiedzi (1 – Zatrudnia pracowników spoza regionu; Nigdy nie organizuje praktyk zawodowych lub staży; Nigdy nie kieruje pracowników na szkolenia; Nie stosuje równouprawnienia w zatrudnieniu i wynagrodzeniu; Nie zatrudnia kobiet; 5 – Wszyscy pracownicy pochodzą ze społeczności lokalnej; Organizuje praktyki i staże zawodowe każdego roku; Bardzo często kieruje pracowników na szkolenia; W zakresie wy-

grodzienia kobiet i mężczyzn jest całkowite równouprawnienie; Pracują wyłącznie kobiety). Wyniki zebranych w ramach tej sekcji odpowiedzi nie podlegały podczas analizy podziałowi na obiekty słow i klasyczne. Szczegółowe odpowiedzi prezentuje tabela 15.

Tabela 15. Realizacja działań w obszarze Zatrudnienie

Zatrudnienie	1		2		3		4		5	
Czy gospodarstwo zatrudnia pracowników lokalnie (wieś, gmina, powiat)?	1	7,1%	1	7,1%	2	14,3%	3	21,4%	7	50,0%
Czy gospodarstwo organizuje praktyki lub staże zawodowe?	2	14,3%	0	0,0%	5	35,7%	6	42,9%	1	7,1%
Czy gospodarstwo kieruje pracowników na szkolenia lub przeprowadza szkolenia dla pracowników?	1	7,1%	3	21,4%	5	35,7%	2	14,3%	3	21,4%
Czy w gospodarstwie jest stosowane równouprawnienie w zatrudnieniu i wynagrodzeniu osób na tych samych stanowiskach?	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,1%	13	92,9%
Czy w gospodarstwie zatrudniane są kobiety?	0	0,0%	0	0,0%	1	7,1%	7	50,0%	6	42,9%

Zdecydowana większość właścicieli przedsiębiorstw agroturystycznych zatrudnia pracowników wyłącznie wśród społeczności lokalnej (7 respondentów – 50%) lub większość pracowników pochodzi ze społeczności lokalnej (3 respondentów – 21%). Większość przedsiębiorców zatrudniających pracowników organizuje staże lub praktyki zawodowe (85,7%), ale tylko 1 obiekt zadeklarował, że organizuje je corocznie. Wszyscy przedsiębiorcy zadeklarowali, że w gospodarstwie jest stosowane równouprawnienie w zatrudnieniu i wynagrodzeniu osób na tych samych stanowiskach, z czego 92,8% respondentów określiło, że jest to całkowite równouprawnienie, a tylko 1 respondent zaznaczył, że równouprawnienie jest wprowadzone w bardzo dużym stopniu. W każdym przedsiębiorstwie agroturystycznym spośród biorących udział w tej części badania pracują kobiety, z czego w 42,8% wyłącznie kobiety, a w 50% badanych obiektów stanowią one zdecydowaną większość.

Respondenci mieli możliwość udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi na pytania dotyczące zatrudnienia osób zagrożonych wykluczeniem oraz oferowanych warunków zatrudnienia. Wyniki przedstawiają tabele 16 i 17.

Tabela 16. Zatrudnienie osób zagrożonych wykluczeniem w agroturystyce

Przyczyna zagrożenia wykluczeniem	Liczba obiektów	Udział procentowy
1	2	3
osoby niepełnosprawne	0	0,0%
osoby starsze	6	42,9%
osoby nieposiadające doświadczenia	6	42,9%

cd. tabeli 16

1	2	3
osoby samotnie wychowujące dzieci	6	42,9%
cudzoziemcy	4	28,6%
osoby o odmiennym niż dominujące w kraju wyznaniu religijnym	4	28,6%
osoby zagrożone wykluczeniem z innych powodów	3	21,4%
nie są zatrudnione osoby zagrożone wykluczeniem	5	35,7%

Większość gospodarstw agroturystycznych, które zatrudniają pracowników, zatrudnia osoby zagrożone wykluczeniem (64,3% badanych obiektów), w szczególności osoby starsze, nieposiadające doświadczenia i samotnie wychowujące dzieci. W żadnym z 14 badanych przedsiębiorstw nie były zatrudniane osoby niepełnosprawne. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa i stanowi wyłącznie pytanie pomocnicze.

Wśród biorących udział w badaniu przedsiębiorców agroturystycznych większość zadeklarowała, że pracownicy są zatrudniani na podstawie umowy o pracę, a rzadziej na podstawie umowy cywilnoprawnej, choć część obiektów zatrudnia pracowników zarówno na podstawie umów o pracę, jak i umów cywilnoprawnych. Większość osób pracujących w tych gospodarstwach ma prawo do urlopów i może korzystać z zaplecza socjalnego, takiego jak bezpłatne wyżywienie i napoje, a także ma dostęp do świadczeń, w tym zdrowotnych.

Tabela 17. Oferowane w gospodarstwach agroturystycznych warunki zatrudnienia

Oferowane warunki zatrudnienia	Liczba obiektów	Udział procentowy
są zatrudnione na podstawie umowy o pracę	13	92,9%
są zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej	6	42,9%
mają prawo do urlopów	12	85,7%
mają dostęp do świadczeń w tym zdrowotnych	11	78,6%
mogą korzystać z zaplecza socjalnego, takiego jak bezpłatne wyżywienie i napoje	12	85,7%
mogą korzystać z zaplecza socjalnego w postaci zakwaterowania	5	35,7%
mają możliwość otrzymywania dodatkowych benefitów i nagród motywacyjnych	10	71,4%
mają możliwość awansu	5	35,7%
Średnia		66,8%

Przedsiębiorcy prowadzący gospodarstwa agroturystyczne w większości zadeklarowali, że w stosunku do zatrudnianych pracowników stosowane są formy dodatkowych benefitów i nagród motywacyjnych. Najmniej popularnymi wśród oferowanych warunków zatrudnienia była możliwość korzystania z zakwaterowania oraz możliwość awansu.

W ostatnim pytaniu z tej sekcji respondenci odpowiedzieli, czy osoby pracujące w gospodarstwie zostały przeszkolone w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. W 71,4% przypadków zadeklarowano, że przeszkoleni zostali wszyscy (pracownicy i właściciele), w 14,3% przypadków przeszkoleni zostali właściciele, a właściciel jednego obiektu zaznaczył, że pytanie go nie dotyczy.

5.4.2. Obszar: Zgodność z przepisami

Pytania w obszarze Zgodność z przepisami zostały zgromadzone w jednej sekcji kwestionariusza. Sekcja zawierała trzy pytania, na które odpowiedzi udzielali jedynie respondenci reprezentujący gospodarstwa agroturystyczne prowadzone w formie działalności gospodarczej. Respondenci reprezentujący gospodarstwa agroturystyczne prowadzone w formie zgłoszenia do Urzędu Gminy lub w formie działalności nierejestrowanej nie byli ankietowani w tym zakresie, ze względu na brak określonych, jednoznacznych wymogów w ramach przepisów prawnych. Odpowiedzi nie podlegały podczas analizy podziałowi na obiekty słow i klasyczne.

Sekcja 5 – Zgodność z przepisami i rekomendacjami (24 obiekty)

Wszystkie gospodarstwa agroturystyczne wprowadziły zalecenia odpowiednich dla prowadzonej działalności przepisów sanitarno-epidemiologicznych (SANEPID), przy czym 70,8% respondentów zadeklarowała, że zostały wprowadzone wszystkie zalecenia, a 29,2% że większość wymagań została spełniona. Każdy z przedsiębiorców wprowadził także zasady ochrony przeciwpożarowej, w tym w 37,5% zrealizowano system zgodny z kwalifikacją budynku i pełną dokumentację (gaśnice, oznaczenie dróg ewakuacyjnych, system sygnalizacji pożarowej), w 37,5% zrealizowano zasady ochrony przeciwpożarowej optymalne w opinii właścicieli, a w 25% wprowadzono rekomendowane przez specjalistę zasady ochrony przeciwpożarowej. W zakresie polityki przeciwdziałania przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania 70,8% przedsiębiorców deklaruje, że nigdy nie było świadkiem lub podmiotem zaangażowanym, 20,1% przedsiębiorców w przypadku wystąpienia takiej sytuacji zgłasza fakt do odpowiednich służb. Zdarzają się również gospodarstwa, w których polityka dotycząca przeciwdziałania przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania jest bardziej rozbudowana: w 12,5% obiektów pracownicy są przeszkoleni w zakresie przeciwdziałania, a 8,3% prowadzi działalność edukacyjną lub terapeutyczną w tym zakresie.

5.4.3. Obszar: Transparentność

Sekcja 6 – Regulamin i zasady funkcjonowania (152 obiekty zakwalifikowane)

Na pytania zawarte w niniejszej sekcji odpowiadali wszyscy respondenci biorący udział w badaniu. Pytanie pierwsze dotyczyło założeń związanych z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego w wizji gospodarstwa agroturystycznego. Na pytanie, czy wizja gospodarstwa zawiera takie założenia, respondenci mogli odpowiedzieć korzystając z 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało, że wizja nie zawiera takich założeń, a 5, że wizja jest całkowicie zgodna z tymi założeniami. Odpowiedzi prezentuje tabela 18, z zachowanym podziałem na respondentów reprezentujących obiekty slow i klasyczne.

Tabela 18. Koncepcja zrównoważonego rozwoju w wizji gospodarstw agroturystycznych

Czy wizja gospodarstwa zawiera założenia związane z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego?	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	11	7,2%	6	3,9%	22	14,5%	28	18,4%	85	55,9%
Klasyczne (n = 133)	11	9,7%	6	5,3%	21	18,6%	23	20,4%	72	63,7%
Slow (n = 19)	0	0,0%	0	0,0%	1	5,3%	5	26,3%	13	68,4%

Obiekty agroturystyczne biorące udział w badaniu w zdecydowanej większości (74,3%) deklarują, że wizja gospodarstwa zawiera założenia związane z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego. Właściciele obiektów slow deklarują udział tych założeń w wizji swoich obiektów w większym stopniu (94,7% właścicieli deklaruje, że te założenia mają odzwierciedlenie w wizji obiektu) niż właściciele pozostałych gospodarstw (71,4%). Wśród obiektów, których wizja nie zawiera założeń związanych z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego były wyłącznie obiekty klasyczne. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa.

Drugie pytanie sekcji dotyczyło posiadania przez gospodarstwa agroturystyczne regulaminu, a udzielona na nie odpowiedź warunkowała udział w sekcji 7: Zawartość regulaminu. Posiadanie regulaminu (nie brano pod uwagę miejsca jego prezentacji ani zawartych w nim informacji), zadeklarowało 105 ze wszystkich obiektów (69,1%), z czego 71,4% stanowiły obiekty klasyczne (95 obiektów), i zaledwie 52,6% obiekty slow (10 obiektów). Gospodarstwa, które udzieliły negatywnej odpowiedzi na to pytanie (47 obiektów ogółem, z czego 9 obiektów Slowhop), były przekierowane do sekcji 8 z pominięciem sekcji 7.

Sekcja 7 – Zawartość regulaminu (105 obiektów zakwalifikowanych)

Sekcja zawartość regulaminu zawierała dwa pytania, na które odpowiedzi mogli udzielić respondenci deklarujący posiadanie regulaminu. Na pytania udzieliło odpowiedzi 105 respondentów. Pierwsze pytanie dotyczyło zawartości regulaminu i było pytaniem, w którym respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Odpowiedzi i ich udział procentowy przedstawia tabela 19.

Tabela 19. Zawartość regulaminów gospodarstw agroturystycznych

W regulaminie obiektu zawarte są	Wszystkie (n = 105)		Klasyczne (n = 95)		Słow (n = 10)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
zasady korzystania z obiektu i wyposażenia	103	98,10%	94	98,9%	9	90,0%
określone są miejsca do palenia ogniska, grillowania lub piknikowania	87	82,80%	80	84,2%	7	70,0%
informacje o pożądanym i niepożądanym zachowaniach gości	80	76,20%	73	76,8%	7	70,0%
wytyczne dotyczące segregacji odpadów	77	73,30%	70	73,7%	7	70,0%
zasady zachowania w przypadku pożaru lub innej sytuacji kryzysowej	61	58,10%	57	60,0%	4	40,0%
wytyczne dotyczące minimalizowania hałasu	57	54,30%	50	52,6%	7	70,0%
wytyczne dotyczące zachowania neutralności dla środowiska	48	45,70%	42	44,2%	6	60,0%
misja i wizja gospodarstwa	29	27,60%	26	27,4%	3	30,0%
żadne z powyższych	1	0,95%	1	1,1%	0	0,0%
Średnia	40,4%		39,8%		46,0%	

Najbardziej popularnymi zapisami w regulaminie są zasady korzystania z obiektu i wyposażenia, określenie miejsca do palenia ogniska, grillowania lub piknikowania, informacje o pożądanym i niepożądanym zachowaniach gości i wytyczne dotyczące segregacji odpadów. Nie zaobserwowano większych różnic ani specyficznych trendów w zawartości regulaminów pomiędzy obiektami słow a klasycznymi. Wśród obiektów słow częściej pojawiają się zapisy dotyczące minimalizowania hałasu i wytyczne dotyczące zachowania neutralności dla środowiska, natomiast klasyczne obiekty częściej określają miejsca do palenia ogniska, grillowania lub piknikowania oraz zasady zachowania w przypadku pożaru lub innej sytuacji kryzysowej. Zapisy dotyczące misji i wizji gospodarstwa stosunkowo rzadko znajdują się w regulaminach obiektów (średnio u 27,6% wszystkich obiektów).

Drugie pytanie dotyczyło monitorowania przez pracowników przestrzegania regulaminu i zasad bezpieczeństwa i w tym zakresie właściciele wszystkich obiektów byli raczej zgodni (96,2%), że pracownicy i właściciele monitorują, czy goście i pozostali pracownicy przestrzegają zapisów regulaminu i zasad bezpieczeństwa. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRG.

Sekcja 8 – Strona internetowa (152 obiekty zakwalifikowane)

Sekcja 8 zawierała tylko jedno pytanie, na które możliwe było udzielenie odpowiedzi Tak lub Nie. Udzielenie odpowiedzi twierdzącej umożliwiło respondentom udział w kolejnej sekcji – Zawartość strony internetowej. Respondenci zostali zapytani o to, czy ich gospodarstwo agroturystyczne posiada stronę internetową i 134 z nich (88,2%) udzieliło odpowiedzi twierdzącej. Posiadanie strony internetowej jest jednak bardziej popularne wśród obiektów slow (94,7%) niż wśród klasycznych obiektów (87,2%). Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa.

Sekcja 9 – Zawartość strony internetowej (134 obiekty zakwalifikowane)

Sekcja 9 zawierała dwa pytania, na które odpowiedzi mogli udzielić tylko respondenci deklarujący posiadanie strony internetowej w ramach pytań z sekcji 8. Na pytania udzieliło odpowiedzi 134 respondentów – 18 obiektów slow i 116 obiektów klasycznych. Oba pytania były pytaniami zamkniętymi, w którym respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Pierwsze pytanie dotyczyło zawartości strony internetowej, a wskazania respondentów prezentuje tabela 20. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa. Dalej respondenci zostali zapytani, czy na stronie internetowej swojego obiektu promują region, w którym znajduje się obiekt. Drugie pytanie zostało zakwalifikowane do obszaru Promocja regionu, a odpowiedzi zostały zaprezentowane w dalszej części opisu.

Tabela 20. Obszar Transparentność: Zawartość strony internetowej

Na stronie internetowej	Wszystkie (n = 134)		Klasyczne (n = 116)		Slow (n = 18)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
znajdują się prawdziwe i aktualne informacje o wyposażeniu, udogodnieniach	128	95,52%	111	95,70%	17	94,4%
publikowane są tylko prawdziwe zdjęcia obiektu, niepoddane retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć	127	94,78%	111	95,70%	16	88,9%
opisana jest misja i wizja gospodarstwa	77	57,46%	63	54,30%	14	77,8%
znajdują się informacje o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach	66	49,25%	64	55,2%	2	11,1%
znajdują się informacje o działaniach prospołecznych, proekologicznych i mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego prowadzonych przez gospodarstwo	50	37,31%	43	37,1%	7	38,9%
jest opublikowany regulamin obiektu	35	26,12%	35	30,2%	0	0,0%
znajdują się informacje o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych	17	12,69%	16	13,8%	1	5,6%

Respondenci najczęściej deklarowali, że na stronach internetowych obiektu znajdują się prawdziwe i aktualne informacje o wyposażeniu oraz udogodnieniach, a także że publikowane są tylko prawdziwe zdjęcia obiektu, niepoddane

retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć, przy czym obiekty slow używają zdjęć poddanych retuszowi lub pochodzących z banków zdjęć częściej niż klasyczne. Misję i wizję przedsiębiorstwa na stronie internetowej zamieściło 57,5% obiektów, przy czym trend ten jest zdecydowanie bardziej wyraźny wśród obiektów slow niż wśród klasycznych. Prezentowanie informacji o działaniach prospołecznych, proekologicznych i mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego prowadzonych przez gospodarstwo nie jest jeszcze zbyt popularne wśród obiektów.

Regulamin na stronie internetowej publikuje zaledwie 26,1% wszystkich obiektów i nie zdecydował się na to żaden z obiektów slow. Niewiele obiektów informuje o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych (12,7% obiektów).

Wskazanie dotyczące publikowania zdjęć niepoddanych retuszowi i nie pochodzących z banków zdjęć nie zostało ostatecznie zakwalifikowane do działań zrównoważonych, ponieważ może wpływać niekorzystnie na jakość materiałów i osłabiać tym samym konkurencyjność przedsiębiorstwa. Potencjalnie może więc stać w sprzeczności z celem Efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa.

Sekcja 10 – Materiały promocyjne (152 obiekty zakwalifikowane)

W ramach sekcji 10 zawarte zostały trzy pytania, a odpowiedzi na nie udzielali wszyscy respondenci. Pierwsze dotyczyło prowadzenia przez gospodarstwo agroturystyczne komunikacji w mediach społecznościowych i ze względu na możliwość angażowania się w tę komunikację w różnym stopniu, do udzielania odpowiedzi została wykorzystana 5-stopniowa skala Likerta, gdzie za 1 należy uznać, że gospodarstwo nie posiada kont w mediach społecznościowych, a za 5 – aktywnie komunikuje się poprzez media społecznościowe. Wyniki prezentuje tabela 21. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa.

Tabela 21. Komunikacja w mediach społecznościowych

Czy gospodarstwo prowadzi komunikację w mediach społecznościowych?	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	23	15,1%	10	6,6%	20	13,2%	41	27,0%	58	38,2%
Klasyczne (n = 133)	23	20,4%	9	8,0%	19	16,8%	36	31,9%	46	40,7%
Slow (n = 19)	0	0,0%	1	5,3%	1	5,3%	5	26,3%	12	63,2%

Większość obiektów agroturystycznych posiada profile w mediach społecznościowych (78,3% obiektów udzieliło na skali odpowiedzi od 3–5) – wszystkie obiekty slow biorące udział w badaniu i 84,9% obiektów klasycznych. Wysoki poziom zaangażowania w komunikację w mediach społecznościowych deklaruje 65,1% obiektów. Różnica pomiędzy zaangażowaniem obiektów klasycznych a obiektów slow w komunikację poprzez media społecznościowe jest wyraźnie

zauważalne. Aż 89,5% obiektów słow deklaruje wysoki poziom zaangażowania (odpowiedzi 4 i 5), podczas gdy tak zaangażowanych w komunikację poprzez media społecznościowe jest 61,7% obiektów klasycznych. Wyniki zaprezentowano w tabeli 22.

Tabela 22. Dostosowanie sposobu komunikacji do różnych grup odbiorców

Czy gospodarstwo dopasowuje formy komunikatów do grup odbiorców?	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	33	21,7%	11	7,2%	45	29,6%	28	18,4%	35	23,0%
Klasyczne (n = 133)	28	24,8%	9	8,0%	40	35,4%	26	23,0%	30	26,5%
Słow (n = 19)	5	26,3%	2	10,5%	5	26,3%	2	10,5%	5	26,3%

Drugie pytanie dotyczyło dostosowywania przez gospodarstwo agroturystyczne form komunikatów do różnych grup odbiorców. Ze względu na możliwość dopasowywania komunikatów w różnym stopniu, do udzielania odpowiedzi została udostępniona 5-stopniowa skala Likerta. Większość przedsiębiorstw deklaruje, że dopasowuje formy komunikatów, do różnych grup odbiorców w różnym stopniu (odpowiedzi od 3–5), jednak całkowite dopasowanie deklaruje zaledwie 23% obiektów. Pytanie nie jest powiązane z żadnym z punktów KDZRGa.

Ostatnie pytanie tej sekcji dotyczyło posiadania przez gospodarstwo drukowanych materiałów promocyjnych, takich jak ulotki, katalogi lub foldery. Na pytanie respondenci mogli odpowiedzieć wyłącznie Tak lub Nie, a odpowiedź pozytywna kwalifikowała ich do udzielania odpowiedzi w ramach Sekcji 11, dotyczącej zawartości tych materiałów. Posiadanie drukowanych materiałów reklamowych zadeklarowało 63,2% gospodarstw i widać wyraźne zróżnicowanie pomiędzy obiektami klasycznymi, spośród których aż 69,2% deklaruje posiadanie takich materiałów, a obiektami słow, wśród których tylko 21,1% właścicieli deklaruje posiadanie materiałów drukowanych.

Sekcja dotycząca materiałów drukowanych ostatecznie nie została zakwalifikowana do działań zrównoważonych, ponieważ stoi w sprzeczności z działaniami ekologicznymi i dążeniem do ograniczenia użycia papieru w działalności. Pytania nie są powiązane z żadnym z punktów KDZRGa.

Sekcja 11 – Zawartość drukowanych materiałów promocyjnych (96 obiektów)

Pytania dotyczące zawartości drukowanych materiałów promocyjnych adresowane były wyłącznie do tych obiektów, które zadeklarowały ich posiadanie w poprzednim pytaniu. Posiadanie promocyjnych materiałów drukowanych zadeklarowało 92 właścicieli obiektów klasycznych (69,2%) i czterech właścicieli obiektów słow (21,1%). Sekcja zawierała dwa pytania zamknięte, w których respon-

denci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Pierwsze pytanie dotyczyło zawartości drukowanych materiałów promocyjnych. W drugim respondenci zostali zapytani, czy w tych materiałach promują region, w którym znajduje się obiekt. Ze względu na niewielki udział obiektów slow w tej sekcji badania, nie analizowano ewentualnych różnic w podejściu między obiektami z grup badawczych i wyniki przedstawiono w formie analizy zbiorczej dla wszystkich obiektów. Wyniki zaprezentowano w tabeli 23.

Tabela 23. Obszar Transparentność: zawartość materiałów drukowanych

W materiałach drukowanych	Wszystkie (n = 96)		Klasyczne (n = 92)		Slow (n = 4)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
publikowane są tylko prawdziwe zdjęcia obiektu, niepoddane retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć	80	83,33%	76	82,6%	4	100,0%
znajdują się prawdziwe i aktualne informacje o wyposażeniu, udogodnieniach	76	79,17%	74	80,4%	2	50,0%
znajdują się informacje o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach	40	41,67%	37	40,2%	3	75,0%
opisana jest misja i wizja gospodarstwa	36	37,50%	33	35,9%	3	75,0%
znajdują się informacje o działaniach prospołecznych, proekologicznych i mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego prowadzonych przez gospodarstwo	28	29,17%	28	30,4%	0	0,0%
znajdują się informacje o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych	8	8,33%	8	8,7%	0	0,0%
żadne z powyższych	6	6,25%	6	6,5%	0	0,0%

Właściciele obiektów agroturystycznych w materiałach reklamowych umieszczają najczęściej niepoddawane retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć zdjęcia i informacje o wyposażeniu, udogodnieniach deklarując jednocześnie, że są one prawdziwe i aktualne. Mniej niż połowa właścicieli decyduje się na zamieszczanie informacji o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach, a zamieszczenie informacji o misji i wizji gospodarstwa w materiałach drukowanych zadeklarowało 37,5% obiektów.

Sekcja 12 – Opinie o gospodarstwie (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała tylko jedno pytanie, na które respondenci mogli udzielić odpowiedzi Tak lub Nie. Na opiniowanie obiektu pozwala 92,8% obiektów agroturystycznych biorących udział w badaniu. Obiekty nie były kwalifikowane do następnej sekcji ze względu na odpowiedź na to pytanie, ponieważ udzielenie odpowiedzi negatywnej nie definiowało jednoznacznie, że goście nie wyrażają opinii na temat funkcjonowania gospodarstwa, np. w kontakcie bezpośrednim z właścicielem.

Sekcja 13 – Udostępnione metody opiniowania (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała dwa pytania dotyczące udostępnianych przez gospodarstwa metod opiniowania obiektu. Pierwsze pytanie dotyczyło miejsc, w których goście mogą wyrazić opinię o obiekcie i poza predefiniowanymi odpowiedziami respondenci mogli wprowadzić swoje propozycje. Odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące miejsc, w których goście mogą wyrazić opinię o obiekcie przedstawia tabela 24.

Tabela 24. Miejsca możliwego opiniowania gospodarstw agroturystycznych

Umożliwia się gościom opiniowanie obiektu	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
w zewnętrznych serwisach (TripAdvisor, Google)	114	75,00%	97	72,9%	17	89,5%
w mediach społecznościowych	113	74,34%	97	72,9%	16	84,2%
przez rozmowę z gośćmi pod koniec pobytu	104	68,42%	92	69,2%	12	63,2%
na stronie internetowej przedsiębiorstwa	59	38,82%	57	42,9%	2	10,5%
w księdze gości (księga pamiątkowa, kronika)	10	6,58%	10	7,5%	0	0,0%
poprzez ankiety ewaluacyjne (w formie papierowej)	7	4,61%	6	4,5%	1	5,3%
w serwisach umożliwiających rezerwację online	4	2,63%	3	2,3%	1	5,3%
Średnia	64,1%		64,5%		61,9%	

Zdecydowana większość respondentów skorzystała przy udzielaniu odpowiedzi z odpowiedzi predefiniowanych. Najbardziej popularnym miejscem opiniowania obiektów są zewnętrzne serwisy opiniotwórcze, takie jak TripAdvisor lub wizytówki obiektu w Google Moja Firma (Mapy Google). Nieznacznie mniej popularne są media społecznościowe. Większość właścicieli decyduje się również na bezpośrednią rozmowę z gośćmi pod koniec pobytu. Na udostępnienie możliwości pozostawienia opinii na stronie internetowej gospodarstwa, decydują się zdecydowanie rzadziej właściciele obiektów słow. Właściciele w ramach własnych odpowiedzi wskazywali również na możliwość pozostawienia wpisu w księdze gości lub innej papierowej formie kroniki pamiątkowej, a także o opiniach w serwisach umożliwiających rezerwację online.

Drugie pytanie dotyczyło ustosunkowywania się do opinii poprzez wprowadzanie zmian oczekiwanych przez gości i działań naprawczych w przypadku niedociągnięć. Odpowiedzi na to pytanie respondenci udzielali na 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało, że obiekt nigdy nie wprowadza zmian i działań naprawczych w odpowiedzi na ewentualne zarzuty gości, 2 – raczej nie wprowadza, 3 – czasami wprowadza, 4 – raczej wprowadza i 5 – zawsze wprowadza zmiany, a rozkład odpowiedzi prezentuje tabela 25.

Tabela 25. Wprowadzanie działań naprawczych w odpowiedzi na opinie gości

Czy gospodarstwo wprowadza zmiany oczekiwane przez gości i działania naprawcze w przypadku niedociągnięć?	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	2	1,3%	5	3,3%	23	15,1%	49	32,2%	73	48,0%
Klasyczne (n = 133)	2	1,8%	5	4,4%	20	17,7%	41	36,3%	65	57,5%
Slow (n = 19)	0	0,0%	0	0,0%	3	15,8%	8	42,1%	8	42,1%

Zdecydowana większość właścicieli deklaruje, że w gospodarstwie wprowadzane są zmiany oczekiwane przez gości i działania naprawcze w przypadku niedociągnięć, przy czym do wszystkich uwag odnosi się 48% właścicieli.

5.4.4. Obszar: Promocja regionu

Sekcja 9 – Zawartość strony internetowej (134 obiekty zakwalifikowane)

W drugim pytaniu sekcji 9: Zawartość strony internetowej, respondenci ustosunkowywali się do tego, czy i w jaki sposób region, w którym funkcjonuje obiekt, jest promowany na jego stronie internetowej. Wskazania respondentów przedstawia tabela 26.

Tabela 26. Obszar Promocja regionu: zawartość strony internetowej

Gospodarstwo promuje region na swojej stronie internetowej przez	Wszystkie (n = 134)		Klasyczne (n = 116)		Slow (n = 18)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
budowanie oferty w oparciu o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu	99	73,88%	85	73,3%	14	77,8%
publikowanie zdjęć dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	87	64,93%	74	63,8%	13	72,2%
publikowanie informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	75	55,97%	64	55,2%	11	61,1%
publikowanie informacji dotyczących miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie	65	48,51%	55	47,4%	10	55,6%
promowanie lokalnych tradycji	65	48,51%	54	46,6%	11	61,1%
nie promuje regionu na swojej stronie internetowej	16	11,94%	15	12,9%	1	5,6%
Średnia	58,4%		57,3%		65,6%	

Respondenci deklarowali najczęściej, że oferta gospodarstwa jest budowana w oparciu o ofertę w oparciu o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu, lub że publikowane są zdjęcia i informacje dotyczące dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego regionu. Tylko 11,9% obiektów deklaruje, że nie promuje regionu na swojej stronie internetowej. Promocja regionu na stronie internetowej jest bardziej istotnym elementem dla właścicieli obiektów slow, choć różnice pomiędzy udziałem procentowym obiektów klasycznych i slow w różne formy promowa-

nia regionu na stronie internetowej są nieznaczne, a największa dotyczy promowania lokalnych tradycji na stronie internetowej obiektu (61,1% wśród obiektów slow i 46,6% wśród obiektów klasycznych).

Sekcja 11 – Zawartość drukowanych materiałów promocyjnych (96 obiektów)

W drugim pytaniu sekcji 11: Zawartość drukowanych materiałów promocyjnych, respondenci ustosunkowywali się do tego, czy i w jaki sposób region, w którym prowadzi działalność obiekt jest w nich promowany, a wskazania respondentów prezentuje tabela 27. Sekcja dotycząca materiałów drukowanych nie została zakwalifikowana do działań zrównoważonych i nie jest powiązana z żadnym z punktów KDZRG.

Tabela 27. Obszar Promocja regionu: zawartość drukowanych materiałów promocyjnych

Gospodarstwo promuje region w drukowanych materiałach promocyjnych (ulotkach, katalogach, folderach) przez	Wszystkie (n = 96)		Klasyczne (n = 92)		Slow (n = 4)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
budowanie oferty w oparciu o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu	64	66,67%	63	68,50%	1	25,00%
publikowanie zdjęć dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	47	48,96%	45	48,90%	2	50,00%
promowanie lokalnych tradycji	40	41,67%	39	42,40%	1	25,00%
publikowanie informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	39	40,63%	38	41,30%	1	25,00%
publikowanie informacji dotyczących miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie	33	34,38%	32	34,80%	1	25,00%
nie promuje regionu w drukowanych materiałach promocyjnych	16	16,67%	14	15,20%	2	50,00%

Mniej niż połowa właścicieli decyduje się na przedstawienie zdjęć dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, promowanie lokalnych tradycji i publikowanie informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego w promocyjnych materiałach drukowanych. Najrzadziej publikowane są informacje dotyczące miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie.

Sekcja 14 – Promocja regionu i rozwój obszaru turystycznego (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała sześć pytań wielokrotnego wyboru, a w przypadku pięciu, respondenci mieli możliwość dodatkowo udzielenia własnych odpowiedzi, poza tymi wskazanymi w ankiecie. Tylko jedno z pytań miało charakter zamknięty. Na pytania odpowiadali respondenci reprezentujący wszystkie obiekty biorące udział w badaniu. Odpowiedzi respondentów wskazują na sposób i poziom zaangażowania w promocję regionu i rozwój obszaru turystycznego, w którym funkcjonują.

Pierwsze pytanie dotyczyło sposobu, w jaki gospodarstwa dostarczają informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego gościom. Odpowiedzi prezentuje tabela 28. Respondenci, jako najbardziej popularne sposoby dostarczania gościom informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego wskazywali osobisty kontakt z gośćmi i rozmowę, podczas której przekazywali takie informacje oraz dystrybucję folderów, map i przewodników.

Tabela 28. Formy dostarczania informacji o dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym

Gospodarstwo dostarcza informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
w formie kontaktu osobistego z gośćmi	140	92,11%	121	91,0%	19	100,0%
przez dystrybucję folderów, map i przewodników	115	75,66%	101	75,9%	14	73,7%
w formie spotkań z przewodnikami lub innymi ekspertami zewnętrznymi	37	24,34%	34	25,6%	3	15,8%
przez prowadzenie punktu informacji turystycznej	25	16,45%	22	16,5%	3	15,8%
Średnia	52,1%		52,2%		51,3%	

Drugie pytanie dotyczyło sposobu, w jaki gospodarstwa angażują się w rozwój obszaru turystycznego. Odpowiedzi przedstawia tabela 29.

Tabela 29. Formy zaangażowania w rozwój obszaru turystycznego

Gospodarstwo angażuje się w rozwój obszaru turystycznego przez	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
udział w wydarzeniach i inicjatywach lokalnej społeczności i lokalnych władz (lub współorganizację)	90	59,21%	79	59,4%	11	57,9%
współpracę z innymi podmiotami świadczącymi usługi turystyczne	89	58,55%	78	58,6%	11	57,9%
współpracę z Lokalną Grupą Działania (lub członkostwo)	83	54,61%	75	56,4%	8	42,1%
współpracę z lokalnym stowarzyszeniem agroturystycznym (lub członkostwo)	82	53,95%	76	57,1%	6	31,6%
współpracę z Kołem Gospodyń Wiejskich (lub członkostwo)	46	30,26%	41	30,8%	5	26,3%
nie angażuje się w rozwój obszaru turystycznego	16	10,53%	14	10,5%	2	10,5%
Średnia	51,3%		52,5%		43,2%	

Większość obiektów angażuje się w więcej niż jedną inicjatywę mającą na celu rozwój regionu, jednak żadna z tych inicjatyw nie jest szczególnie popularna na tle pozostałych. Gospodarstwa najrzadziej decydują się na współpracę z Kołami Gospodyń Wiejskich. Obiekty klasyczne częściej deklarują członkostwo w lokalnych stowarzyszeniach agroturystycznych oraz współpracę z Lokalnymi Grupami Działania.

Trzecie pytanie dotyczyło sposobu, w jaki gospodarstwa biorą udział w ochronie dziedzictwa kulturowego regionu, na terenie którego działają i dziedzictwa kulturowego kraju. Odpowiedzi prezentuje tabela 30.

Tabela 30. Formy udziału w ochronie dziedzictwa kulturowego

Gospodarstwo bierze aktywny udział w ochronie dziedzictwa kulturowego przez	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Slow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
podtrzymywanie lokalnych tradycji	87	57,24%	74	55,6%	13	68,4%
organizowanie zajęć i infrastruktury edukacyjnej (zagrody edukacyjne, skanseny)	49	32,24%	42	31,6%	7	36,8%
sieciowanie, znakowanie obiektów związanych z dziedzictwem kulturowym regionu	43	28,29%	38	28,6%	5	26,3%
zachęcanie do udziału w wydarzeniach religijnych	38	25,00%	36	27,1%	2	10,5%
wsparcie finansowe	24	15,79%	20	15,0%	4	21,1%
nie bierze udziału	36	23,68%	32	24,1%	4	21,1%
Średnia	31,7%		31,6%		32,6%	

Właściciele najczęściej deklarują swój udział w ochronie dziedzictwa kulturowego poprzez podtrzymywanie lokalnych tradycji, a także organizowanie zajęć i infrastruktury edukacyjnej, takiej jak zagrody edukacyjne czy. Nie jest to jednak obszar, w który agroturystyki angażują się w dużym stopniu.

Czwarte pytanie dotyczyło sposobu w jaki gospodarstwa dbają o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie. Odpowiedzi przedstawia tabela 31.

Tabela 31. Formy dbałości o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie

Gospodarstwo dba o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie poprzez	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Slow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
promowanie wizyt w nich	111	73,03%	95	71,4%	16	84,2%
informowanie o rekomendowanych terminach zwiedzania	93	61,18%	81	60,9%	12	63,2%
inicjowanie zorganizowanych form zwiedzania tych miejsc	50	32,89%	44	33,1%	6	31,6%
organizowanie zajęć edukacyjnych dotyczących odwiedzania tych miejsc	31	20,39%	29	21,8%	2	10,5%
nie jest zaangażowane	19	12,50%	18	13,5%	1	5,3%
w regionie nie ma takich miejsc	5	3,29%	5	3,8%	0	0,0%
Średnia	46,9%		46,8%		47,4%	

Właściciele gospodarstw deklarują swoje zaangażowanie w dbałość o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie w swoim regionie, przede wszystkim poprzez promowanie wizyt w nich wśród gości gospodarstwa, informowanie gości o rekomendowanych terminach zwiedzania oraz inicjowanie zorganizowanych form zwiedzania tych miejsc.

Piąte pytanie dotyczyło sposobu, w jaki gospodarstwa prezentują charakter regionu i dbają o jego zachowanie poprzez odzwierciedlenie charakteru regionu w architekturze, infrastrukturze i wyposażeniu obiektu. Odpowiedzi zostały za-prezentowane w obszarze Architektura i infrastruktura.

Ostatnie pytanie tej sekcji dotyczyło artefaktów historycznych i archeologicznych, będących w posiadaniu gospodarstw agroturystycznych i zarządzania nimi oraz promowania miejsc, gdzie artefakty historyczne i archeologiczne są przechowywane.

Odpowiedzi na to pytanie zostały rozdzielone na dwa odrębne działania w ramach KDZRGa: *Dbą o posiadane artefakty archeologiczne i historyczne* oraz *Prowadzi działania na rzecz artefaktów archeologicznych i historycznych*. Odpowiedzi prezentuje tabela 32. W tabeli kolorem szarym oznaczono wyjątkowo te wiersze i średnią dla nich, które dotyczą działania KDZRGa: *Prowadzi działania na rzecz artefaktów archeologicznych i historycznych*.

Tabela 32. Formy działania realizowane w odniesieniu do artefaktów

Gospodarstwo w odniesieniu do artefaktów historycznych i archeologicznych	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
nie posiada żadnych artefaktów historycznych ani archeologicznych	84	55,26%	72	54,1%	12	63,2%
nie prowadzi sprzedaży artefaktów historycznych i archeologicznych	37	24,34%	34	25,6%	3	15,8%
zachęca do udziału w lokalnych wystawach artefaktów historycznych i archeologicznych	32	21,05%	26	19,5%	6	31,6%
udostępnia możliwość oglądania artefaktów historycznych i archeologicznych	28	18,42%	25	18,8%	3	15,8%
dba o bezpieczeństwo i właściwe zachowanie artefaktów historycznych i archeologicznych	20	13,16%	17	12,8%	3	15,8%
prowadzi zajęcia edukacyjne dotyczące artefaktów historycznych i archeologicznych	14	9,21%	12	9,0%	2	10,5%
posiada dokumenty potwierdzające prawo posiadania artefaktów historycznych lub archeologicznych	10	6,58%	9	6,8%	1	5,3%
Średnia	24,0%		23,0%		25,0%	

Ponad połowa gospodarstw agroturystycznych deklaruje, że nie posiada żadnych artefaktów historycznych ani archeologicznych. Spośród obiektów deklarujących (68 obiektów), że znajdują się w posiadaniu takich artefaktów: 10 z nich (14,7%) posiada dokumenty potwierdzające prawo ich posiadania, 37 z tych obiektów (54,4%) deklaruje, że nie prowadzi sprzedaży takich artefaktów, 28 z tych obiektów (41,2%) udostępnia możliwość oglądania artefaktów historycznych i archeologicznych znajdujących się w ich posiadaniu, a 20 deklaruje (29,4%), że dba o ich bezpieczeństwo i właściwe zachowanie.

5.4.5. Obszar: Architektura i infrastruktura

Do obszaru Architektura i infrastruktura zakwalifikowano jedno pytanie sekcji 14 oraz wszystkie pytania sekcji 15. Na pytania odpowiadali wszyscy respondenci.

Sekcja 14 – Promocja regionu i rozwój obszaru turystycznego (wszystkie obiekty – 152)

Pytanie dotyczyło sposobu, w jaki gospodarstwa prezentują charakter regionu i dbają o jego zachowanie poprzez odzwierciedlenie jego charakteru w architekturze, infrastrukturze i wyposażeniu. Odpowiedzi przedstawia tabela 33.

Tabela 33. Formy realizacji działania: charakter regionu znajduje odzwierciedlenie w budynkach i wyposażeniu

Gospodarstwo prezentuje charakter regionu i dba o jego zachowanie co znajduje odzwierciedlenie w architekturze, infrastrukturze, wyposażeniu	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
budynki pozostają w zgodzie z krajobrazem	108	71,05%	90	67,7%	18	94,7%
wystój nawiązuje do kultury i tradycji regionu	90	59,21%	77	57,9%	13	68,4%
wyposażenie nawiązuje do kultury i tradycji regionu	88	57,89%	72	54,1%	16	84,2%
budynki nawiązują do tradycji regionu	84	55,26%	67	50,4%	17	89,5%
w wyposażeniu i wystroju używa przedmiotów pochodzących od lokalnych twórców i rzemieślników	82	53,95%	66	49,6%	16	84,2%
nie prezentuje charakteru regionu	20	13,16%	20	15,0%	0	0,0%
Średnia	59,5%		55,9%		84,2%	

Większość właścicieli gospodarstw agroturystycznych deklaruje, że w ich obiektach prezentowany i zachowywany jest charakter regionu, a budynki dobrze komponują się z krajobrazem i nawiązują do tradycji regionu. Wśród obiektów słow widać większe zaangażowanie w nawiązywanie do charakteru regionu niż wśród obiektów klasycznych.

Sekcja 15 – Infrastruktura i architektura (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała trzy pytania, w tym dwa pytania wielokrotnego wyboru oraz jedno pytanie, na które respondenci mogli udzielić odpowiedzi Tak lub Nie.

Pierwsze pytanie dotyczyło wprowadzenia w gospodarstwie udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Większość obiektów (79,6%) zadeklarowała, że w gospodarstwie nie zostały wprowadzone udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. Udogodnienia takie częściej wprowadzane były przez obiekty klasyczne niż obiekty słow.

Drugie pytanie dotyczyło surowców użytych do tworzenia zabudowy gospodarstwa oraz jego infrastruktury. Odpowiedzi prezentuje tabela 34.

Tabela 34. Materiały wykorzystywane do budowy i tworzenia infrastruktury

Do tworzenia zabudowy gospodarstwa (budynki) oraz infrastruktury	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
korzystano z lokalnych surowców (kamień, drewno)	117	76,97%	99	74,40%	18	94,70%
zwracano uwagę na efektywność materiałową	71	46,71%	58	43,60%	13	68,40%
stosowano innowacyjne, zrównoważone rozwiązania podczas inwestycji	57	37,50%	48	36,10%	9	47,40%
korzystano z surowców ekologicznych	51	33,55%	40	30,10%	11	57,90%
korzystano z surowców pochodzących z recyklingu	33	21,71%	23	17,30%	10	52,60%
żadne z powyższych	14	9,21%	14	10,50%	0	0,00%
Średnia	43,3%		40,3%		64,2%	

Prawie 80% obiektów biorących udział w badaniu zadeklarowało, że w budowie samego gospodarstwa, jego rozbudowie, przebudowie lub tworzeniu infrastruktury korzystano z lokalnych surowców. W 46,7% przypadkach podczas budowy zwracano uwagę na efektywność materiałową wykorzystanych surowców, a w 37,5% stosowano innowacyjne, zrównoważone rozwiązania podczas inwestycji. Obiekty słow zdecydowanie częściej wykorzystywały materiały zrównoważone w inwestycjach i każdy z obiektów słow zadeklarował, że takie materiały były używane. Szczególnie widoczna różnica pomiędzy obiektami słow, a obiektami klasycznymi była w zakresie korzystania z surowców pochodzących z recyklingu.

Pytanie trzecie dotyczyło surowców użytych do tworzenia wyposażenia gospodarstwa. Odpowiedzi respondentów pokazuje tabela 35.

Tabela 35. Materiały i produkty wykorzystywane w wyposażeniu

W wyposażeniu gospodarstwa	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
używa się produktów lokalnych, rzemieślniczych	100	65,79%	82	61,7%	18	94,7%
używa się produktów z surowców ekologicznych	71	46,71%	56	42,1%	15	78,9%
stosowano innowacyjne, zrównoważone rozwiązania	55	36,18%	46	34,6%	9	47,4%
używa się produktów z surowców z recyklingu	39	25,66%	27	20,3%	12	63,2%
żadne z powyższych	29	19,08%	28	21,1%	1	5,3%
Średnia	36,2%		32,3%		63,2%	

Więcej niż połowa wszystkich właścicieli gospodarstw deklaruje, że wyposażenie gospodarstwa zostało wykonane z produktów lokalnych lub rzemieślniczych, rzadziej decydowali się na używanie do wyposażania obiektów surowców ekologicznych. Obiekty słow zdecydowanie częściej wykorzystywały materiały zrównoważone i lokalne w wyposażeniu.

5.4.6. Obszar: Zbiorniki wodne

Do obszaru Zbiorniki wodne zakwalifikowano pytania z trzech sekcji. Pierwsza sekcja, zawierająca jedno pytanie, warunkowała możliwość udzielania odpowiedzi na pytania w kolejnych sekcjach.

Sekcja 16 – Zbiorniki wodne (wszystkie obiekty – 152)

W sekcji 16 zostało zawarte jedno pytanie dotyczące dostępu gospodarstwa do zbiorników wodnych. Odpowiedzi: Tak, posiada własne zbiorniki wodne (stawy, jezioro) i tytuł prawny do nich, udzieliło 37 obiektów (24,3%), 69 obiektów zadeklarowało, że nie posiada własnego zbiornika, ale w bezpośredniej okolicy znajdują się zbiorniki wodne.

Sekcja 17 – Własne zbiorniki wodne (37 obiektów zakwalifikowanych)

Sekcja zawierała jedno pytanie, a do udzielania na nie odpowiedzi zakwalifikowani zostali jedynie właściciele tych gospodarstw, które zadeklarowały że posiadają własne zbiorniki wodne, takie jak np. staw, jezioro i mają tytuł prawny do nich. Respondenci zostali zapytani, czy umożliwiają społeczności lokalnej korzystanie z ich zbiorników wodnych, a odpowiedzi właściciele udzielali z wykorzystaniem 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznacza, że nie umożliwiają społeczności lokalnej korzystania ze swoich zbiorników, a 5 oznacza, że umożliwia w pełni i bezpłatnie. Wyniki prezentuje tabela 36.

Tabela 36. Umożliwienie społeczności lokalnej dostępu do własnych zbiorników wodnych

Czy umożliwia społeczności lokalnej korzystanie z własnych zbiorników wodnych	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 37)	15	40,5%	4	10,8%	4	10,8%	4	10,8%	10	27,0%

Większość respondentów stwierdziła, że nie umożliwia lokalnej społeczności korzystania z należących do nich zbiorników wodnych. Ze względu na niewielką liczbę obiektów zakwalifikowanych do tego pytania, w analizie nie brano pod uwagę ewentualnych różnic w podejściu do tego zagadnienia pomiędzy właścicielami obiektów słow a klasycznych.

Sekcja 18 – Wpływ na zbiorniki wodne (104 obiekty zakwalifikowane)

Sekcja zawierała dwa pytania, na które odpowiedzi udzielali zarówno właściciele gospodarstw posiadających własne zbiorniki wodne, jak i właściciele obiektów znajdujących się w bezpośredniej okolicy zbiorników wodnych. Ze względu na trudne do przewidzenia czynniki zewnętrzne (takie jak np. polityka właściciela zbiornika, w którą gospodarstwo nie może ingerować, a w związku z tym nie ma wpływu na jego sytuację), respondenci mieli możliwość wstrzymania się od odpowiedzi na pytania w tej sekcji. Wyniki prezentuje tabela 37. W analizie nie brano pod uwagę ewentualnych różnic w podejściu do tego zagadnienia pomiędzy właścicielami obiektów słow, a obiektów klasycznych.

Tabela 37. Deklarowana dbałość o czystość zbiorników wodnych

Dba o czystość i stan lokalnych zbiorników wodnych	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 104)	3	2,9%	3	2,9%	12	11,5%	22	21,2%	64	61,5%

Na pytanie dotyczące dbania o czystość i stan lokalnych zbiorników wodnych odpowiedzi udzieliło 104 właścicieli obiektów. Właściciele dwóch obiektów nie udzieli odpowiedzi na to pytanie. Większość gospodarstw deklaruje, że dba o czystość i stan lokalnych zbiorników wodnych.

W drugim pytaniu właściciele zostali zapytani o to, czy gospodarstwo nie ogranicza dostępu społeczności lokalnej do zasobów naturalnych zbiorników wodnych, w tym do rybołówstwa. Odpowiedzi udzieliło 101 właścicieli obiektów, 5 respondentów nie udzieliło odpowiedzi. Odpowiedzi obrazuje tabela 38. Większość respondentów deklaruje, że nie ogranicza dostępu do zasobów naturalnych zbiorników wodnych.

Tabela 38. Nieograniczanie społeczności lokalnej dostępu do zbiorników wodnych

Gospodarstwo nie ogranicza dostępu społeczności lokalnej do zasobów naturalnych zbiorników wodnych (w tym rybołówstwa)	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 101)	11	10,9%	5	5,0%	9	8,9%	11	10,9%	65	64,4%

5.4.7. Obszar: Lokalna produkcja

Sekcja 19 – Lokalna produkcja i dystrybucja (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała dwa pytania wielokrotnego wyboru i dotyczyła form współpracy podejmowanej przez gospodarstwa agroturystyczne z lokalnymi rzemieślnikami i producentami oraz pochodzenia produktów wykorzystywanych

przyżywieniu gości gospodarstwa. Na pytania z tej sekcji odpowiadali wszyscy respondenci biorący udział w badaniu. Pytanie pierwsze dotyczyło form współpracy z lokalnymi producentami i rzemieślnikami. Odpowiedzi przedstawia tabela 39.

Tabela 39. Formy współpracy z lokalnymi producentami i rzemieślnikami

Gospodarstwo współpracuje z lokalnymi rzemieślnikami i producentami poprzez	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Slow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
promowanie ich wyrobów lub usług	112	73,68%	95	71,4%	17	89,5%
tworzenie oferty dla gości uwzględniającej korzystanie z ich wyrobów lub usług	75	49,34%	65	48,9%	10	52,6%
sprzedawanie ich wyrobów lub usług	68	44,74%	56	42,1%	12	63,2%
tworzenie partnerstw z lokalnymi rzemieślnikami i producentami	42	27,63%	38	28,6%	4	21,1%
wspólne akcje promocyjne	40	26,32%	34	25,6%	6	31,6%
żadne z powyższych	18	11,84%	18	13,5%	0	0,0%
Średnia	44,3%		43,3%		51,6%	

Najczęstszą formą współpracy pomiędzy gospodarstwami, a lokalnymi rzemieślnikami i producentami jest promowanie przez gospodarstwa ich wyrobów i usług oraz tworzenie oferty dla gości uwzględniającej korzystanie z wyrobów lub usług lokalnych rzemieślników i producentów. We współpracę z lokalnymi producentami i rzemieślnikami bardziej zaangażowane są obiekty slow.

W pytaniu drugim właściciele gospodarstw deklarowali, na bazie jakich produktów serwują posiłki gościom. Wśród badanych 119 obiektów deklaruje, że goście gospodarstwa mogą korzystać z usług związanych z wyżywieniem. Wyżywienie dla gości proponuje 94,7% badanych obiektów slow i 75,9% obiektów klasycznych (w tym 7 z cateringu). Odpowiedzi prezentuje tabela 40.

Tabela 40. Produkty wykorzystywane do przygotowywania posiłków

Gospodarstwo serwuje gościom żywność na bazie produktów	Wszystkie (n = 119)		Klasyczne (n = 101)		Slow (n = 18)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
od lokalnych rolników i producentów	97	81,51%	79	78,2%	18	100,0%
z własnych upraw lub hodowli	94	78,99%	80	79,2%	14	77,8%
polskiego pochodzenia	86	72,27%	71	70,3%	15	83,3%
od lokalnych dostawców i z lokalnych hurtowni	59	49,58%	52	51,5%	7	38,9%
o znanym pochodzeniu i składzie (informacje może udostępnić na prośbę gości)	49	41,18%	42	41,6%	7	38,9%
ekologicznych i fair trade	46	38,66%	37	36,6%	9	50,0%
bez GMO	41	34,45%	32	31,7%	9	50,0%
wodę mineralną z lokalnych ujęć	31	26,05%	22	21,8%	9	50,0%
z cateringu	7	5,88%	7	6,9%	0	0,0%
Średnia	52,8%		51,4%		61,1%	

Obiekty świadczące usługę wyżywienia dla swoich gości deklarują najczęściej, że posiłki przygotowywane są na bazie produktów pochodzących od lokalnych rolników i producentów, z własnych hodowli i upraw oraz polskiego pochodzenia. Żaden z obiektów slow nie serwuje wyżywienia z cateringu. Obiekty te przykładają również większą wagę do tego, na bazie jakich produktów przygotowywane jest wyżywienie dla gości.

5.4.8. Obszar: Lokalna społeczność i ekologia

Sekcja 20 – Lokalna społeczność (wszystkie obiekty – 152)

W sekcji dotyczącej lokalnej społeczności zostało zawarte jedno pytanie, w którym wszyscy respondenci zostali poproszeni o wskazanie, w jaki sposób angażują się, jako przedsiębiorstwo, w rozwój lokalnej społeczności. Respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi, a także wskazać swoje propozycje. Odpowiedzi prezentuje tabela 41.

Tabela 41. Formy zaangażowania w rozwój lokalnej społeczności

Gospodarstwo angażuje się w rozwój lokalnej społeczności poprzez	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Slow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
organizację wydarzeń lokalnych	97	63,82%	79	59,4%	18	94,7%
prowadzenie warsztatów, szkoleń i zajęć edukacyjnych	94	61,84%	80	60,2%	14	73,7%
wsparcie w tworzeniu infrastruktury dla społeczności	59	38,82%	52	39,1%	7	36,8%
umożliwienie dostępu do obiektów turystycznych znajdujących się na terenie gospodarstwa	46	30,26%	37	27,8%	9	47,4%
udostępnianie infrastruktury społeczności	31	20,39%	22	16,5%	9	47,4%
nie angażuje się w rozwój lokalnej społeczności	41	26,97%	32	24,1%	9	47,4%
Średnia	43,0%		40,6%		60,0%	

Znaczna część gospodarstw (84,2%) zadeklarowała, że angażuje się w rozwój lokalnej społeczności. Żadna z form zaangażowania nie była szczególnie popularna. Nie zaobserwowano też znacznych różnic pomiędzy podejściem właścicieli obiektów klasycznych i obiektów slow do tej kwestii. Właściciele w formie własnych, innych propozycji deklarowali również, że biorą udział w lokalnych wydarzeniach.

Sekcja 21 – Działalność ekologiczna (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała sześć pytań dotyczących zaangażowania gospodarstwa w działalność ekologiczną i wprowadzanie proekologicznych rozwiązań i modernizacji w swojej działalności. Trzy z nich stanowiły pytania wielokrotnego

wyboru, a w trzech pozostałych respondenci określali poziom zaangażowania na skali Likerta. Na pytania z sekcji dotyczącej działalności ekologicznej udzielali odpowiedzi wszyscy respondenci.

W pytaniu pierwszym respondenci określali, czy w prowadzonej działalności, zarówno usługowej jak i rolnej, używają oni środków bezpiecznych dla środowiska. W celu udzielenia odpowiedzi mieli do dyspozycji 5-stopniową skalę Likerta, gdzie 1 oznacza że nie stosuje bezpiecznych dla środowiska środków lub nie zwraca uwagi na to jakie środki są stosowane, 2 – raczej nie, 3 – czasami, 4 – raczej tak, a 5 oznacza, że stosowane są wyłącznie środki bezpieczne dla środowiska. Odpowiedzi prezentuje tabela 42.

Tabela 42. Wykorzystywanie środków bezpiecznych dla środowiska

W działalności usługowej i rolnej używa środków bezpiecznych dla środowiska	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	0	0,0%	2	1,3%	16	10,5%	44	28,9%	90	59,2%
Klasyczne (n = 133)	0	0,0%	1	0,8%	16	12,0%	36	27,1%	80	60,2%
Ślow (n = 19)	0	0,0%	1	5,3%	0	0,0%	8	42,1%	10	52,6%

Większość właścicieli gospodarstw agroturystycznych deklaruje, że w działalności używa wyłącznie środków bezpiecznych dla środowiska lub stara się, aby większość stosowanych przez nich środków była bezpieczna dla środowiska. Żadne gospodarstwo nie przyznaje się do stosowania środków, które mogłyby szkodzić środowisku. Dwa przyznają, że czasem stosują takie środki, a 16 obiektów nie jest pewnych, jakie środki są stosowane lub czasami stosuje środki, które nie są bezpieczne dla środowiska. Nie zarysowują się żadne większe różnice pomiędzy odpowiedziami udzielonymi przez respondentów reprezentujących obiekty klasyczne, a reprezentującymi obiekty ślow.

W drugim pytaniu respondenci deklarowali, jakimi metodami jest redukowane zużycie wody w ich przedsiębiorstwach. Odpowiedzi przedstawia tabela 43.

Tabela 43. Ograniczenie zużycia wody

Gospodarstwo ogranicza zużycie wody	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Ślow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
prowadzeni się recykling wody (np. przy podlewaniu, używa się wody opadowej)	89	58,55%	82	61,7%	7	36,8%
tylko w okresie suszy	38	25,00%	33	24,8%	5	26,3%
wprowadzono technologie ograniczającej zużycie wody w pokojach gościnnych	26	17,11%	22	16,5%	4	21,1%
wprowadzono technologie ograniczającej zużycie wody we wszystkich pomieszczeniach	26	17,11%	24	18,0%	2	10,5%
nie wprowadza się ograniczenia zużycia wody	20	13,16%	18	13,5%	2	10,5%
Średnia	17,1%		17,3%		15,8%	

Ograniczenie zużycia wody nie jest popularnym działaniem wśród badanych gospodarstw agroturystycznych, a 25% badanych deklaruje, że robi to wyłącznie w okresie suszy. Najbardziej popularną metodą jest prowadzenie recyklingu, np. używanie wody opadowej do podlewania roślin.

Pytania trzecie oraz czwarte dotyczyły ograniczenia zużycia energii i wykorzystania alternatywnych źródeł energii. W celu udzielenia odpowiedzi respondenci korzystali z 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznacza że nie są stosowane żadne alternatywne źródła energii, ani żadne urządzenia energooszczędne, 2 – raczej nie, 3 – czasami, 4 – raczej tak, a 5 oznacza, że stosowane są wyłącznie alternatywne źródła energii lub urządzenia energooszczędne.

Wykorzystywanie alternatywnych źródeł energii, co prezentuje tabela 44, nie jest popularne wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych i 40,1% obiektów nie korzysta z nich w żaden sposób. Widoczna jest jednak tendencja do ograniczania zużycia energii i 29,6% deklaruje, że wszystkie urządzenia w gospodarstwie są energooszczędne, a 37,5%, że większość jest taka. Wskazania respondentów, dotyczące wykorzystywania urządzeń energooszczędnych przedstawia tabela 45.

Tabela 44. Wykorzystywanie alternatywnych źródeł energii

Wykorzystuje alternatywne źródła energii	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	61	40,1%	11	7,2%	25	16,4%	34	22,4%	21	13,8%
Klasyczne (n = 133)	49	36,8%	11	8,3%	22	16,5%	31	23,3%	20	15,0%
Slow (n = 19)	12	63,2%	0	0,0%	3	15,8%	3	15,8%	1	5,3%

Tabela 45. Wykorzystywanie urządzeń energooszczędnych

Ogranicza zużywanie energii przez korzystanie z energooszczędnych urządzeń	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	3	2,0%	6	3,9%	41	27,0%	57	37,5%	45	29,6%
Klasyczne (n = 133)	3	2,3%	5	3,8%	37	27,8%	48	36,1%	40	30,1%
Slow (n = 19)	0	0,0%	1	5,3%	4	21,1%	9	47,4%	5	26,3%

Pytania piąte i szóste były pytaniami wielokrotnego wyboru i dotyczyły kolejno: metod zmniejszania ilości odpadów oraz metod zmniejsza ilości wytwarzanych zanieczyszczeń, a odpowiedzi prezentują kolejno tabele 46 oraz 47.

Tabela 46. Stosowane formy redukowania ilości wytwarzanych odpadów

Zmniejsza ilość wytwarzanych odpadów	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
przez segregację odpadów	139	91,45%	121	91,0%	18	94,7%
przez zastąpienie tradycyjnej korespondencji formą elektroniczną	108	71,05%	91	68,4%	17	89,5%
przez racjonalne zakupy	103	67,76%	92	69,2%	11	57,9%
przez ograniczenie użycia produktów jednorazowych (plastikowe sztucze, talerzyki, słomki)	97	63,82%	84	63,2%	13	68,4%
przez racjonalne zakupy w szczególności od lokalnych dostawców	70	46,05%	56	42,1%	14	73,7%
przez absolutne wykluczenie użycia produktów jednorazowych	47	30,92%	39	29,3%	8	42,1%
przez alternatywne wykorzystanie odpadów	47	30,92%	37	27,8%	10	52,6%
przez maksymalne ograniczenie użycie papieru w działalności	45	29,61%	41	30,8%	4	21,1%
przez stosowanie papieru z recyklingu	27	17,76%	24	18,0%	3	15,8%
żadne metody nie są wprowadzone w gospodarstwie	2	1,32%	2	1,5%	0	0,0%
Średnia	49,9%		48,9%		57,3%	

Tabela 47. Stosowane metody zmniejszają ilość wytwarzanych zanieczyszczeń

Zmniejsza ilość wytwarzanych zanieczyszczeń	Wszystkie (n = 152)		Klasyczne (n = 133)		Słow (n = 19)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
przez ograniczenie użytkowania klimatyzacji lub jej brak (redukcja emisji gazów cieplarnianych)	92	60,53%	78	58,6%	14	73,7%
przez ograniczenie użycia węgla (redukcja emisji gazów cieplarnianych)	78	51,32%	68	51,1%	10	52,6%
przez stosowanie produktów i metod naturalnych oraz ekologicznych	77	50,66%	64	48,1%	13	68,4%
przez budowę oczyszczalni ścieków	63	41,45%	54	40,6%	9	47,4%
przez ograniczenie transportu dla pracowników i gości (udostępnienie rowerów, transportu zbiorowego)	55	36,18%	47	35,3%	8	42,1%
żadne metody nie są wprowadzone w gospodarstwie	4	2,63%	3	2,3%	1	5,3%
Średnia	48,0%		46,7%		56,8%	

Gospodarstwa agroturystyczne są zaangażowane w działania mające na celu redukcję ilości wytwarzanych odpadów. Zaledwie dwa z nich deklarują, że nie prowadzą żadnych działań w tym zakresie. Wśród metod redukowania ilości odpadów najczęściej wskazywaną jest segregacja odpadów i zastępowanie tradycyjnej korespondencji formą elektroniczną. Większość gospodarstw stara się dokonywać zaopatrzenia w sposób racjonalny, a obiekty słow dodatkowo deklarują, że zakupy te robią u lokalnych dostawców.

Prawie wszystkie obiekty agroturystyczne biorące udział w badaniu zadeklarowały, że prowadzą działania mające na celu zmniejszenie ilości wytwarzanych zanieczyszczeń. Do najbardziej popularnych i najczęściej wskazywanych

przez właścicieli gospodarstw form należą: ograniczenie użytkowania klimatyzacji lub jej brak, ograniczenie użycia węgla oraz stosowanie produktów i metod naturalnych oraz ekologicznych.

5.4.9. Obszar: Rolnictwo i edukacja

Dla stwierdzenia realizacji działań w obszarze Rolnictwo i edukacja wykorzystano pytania z czterech sekcji. W sekcji 22 zadano respondentom pytanie klasyfikujące do sekcji 23: Kontakt ze zwierzętami. Pytanie z sekcji 24: Działalność edukacyjna klasyfikowało do sekcji 25: Formy działalności edukacyjnej.

Sekcja 22 – Działalność rolnicza i posiadanie zwierząt (wszystkie obiekty – 152)

Sekcja zawierała dwa pytania dotyczące prowadzonej działalności rolniczej i posiadania zwierząt. Na pytania odpowiadali właściciele wszystkich gospodarstw, które z założenia prowadzą działalność rolniczą. Pytanie pierwsze dotyczyło uprawy roślin endemicznych i charakterystycznych dla obszaru w ramach prowadzonej działalności rolniczej, a respondenci udzielali odpowiedzi z użyciem 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało, że gospodarstwo nie uprawia żadnych roślin endemicznych oraz lokalnych i taka sytuacja nigdy nie miała miejsca, 2 – raczej nie uprawia, 3 – czasami uprawia rośliny endemiczne, 4 – raczej uprawia i 5 – wszystkie uprawiane rośliny należą do gatunków endemicznych i lokalnych. Wyniki prezentuje tabela 48.

Tabela 48. Uprawa roślin endemicznych i charakterystycznych dla regionu

Czy w ramach działalności rolniczej uprawiane są rośliny endemiczne	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	76	50,0%	18	11,8%	33	21,7%	14	9,2%	11	7,2%
Klasyczne (n = 133)	67	50,4%	15	11,3%	29	21,8%	13	9,8%	9	6,8%
Ślow (n = 19)	9	47,4%	3	15,8%	4	21,1%	1	5,3%	2	10,5%

Uprawy endemiczne prowadzone są w 7,2% gospodarstw, a 9,2% właścicieli deklaruje, że zazwyczaj uprawiane są gatunki endemiczne. Brak upraw roślin endemicznych deklaruje 50% obiektów, a 11,8% deklaruje, że takich upraw raczej nie prowadzi.

W pytaniu drugim respondenci ustosunkowywali się do tego, czy w gospodarstwie znajdują się zwierzęta domowe lub gospodarskie. Posiadanie zwierząt zadeklarowały 123 gospodarstwa agroturystyczne (80,9%).

Sekcja 23 – Kontakt ze zwierzętami (123 obiektów zakwalifikowanych)

Do sekcji z pytaniami dotyczącymi kontaktu ze zwierzętami zostały zakwalifikowane te gospodarstwa agroturystyczne, które w pytaniu dotyczącym posiadania zwierząt udzieliły odpowiedzi twierdzącej. W wyniku błędu formularza, czterech respondentów, którzy nie powinni zostać zakwalifikowani do tej sekcji, udzieliło odpowiedzi na pytania w niej zawarte. Odpowiedzi te zostały wyeliminowane z analizy, a tabele 49 i 50 prezentują wyniki z pominięciem odpowiedzi tych respondentów. Dla tych pytań liczona jest suma, zamiast średniej, ponieważ kilka odpowiedzi na równi spełnia kryterium KDZRGa: Umożliwia gościom kontakt ze zwierzętami oraz Udostępnia regulamin, w którym znajdują się informacje dotyczące zachowania wobec zwierząt.

Tabela 49. Dostępne formy kontaktu gości ze zwierzętami

Czy goście mają dostęp do zwierząt?	Wszystkie (n = 123)		Klasyczne (n = 106)		Słow (n = 17)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
Tak, goście mogą oglądać zwierzęta	44	35,77%	39	36,8%	5	29,4%
Tak, goście mają nieograniczony dostęp do zwierząt	31	25,20%	22	20,8%	9	52,9%
Tak, goście biorą udział przy obrządku zwierząt w obecności osoby wykwalifikowanej	25	20,33%	24	22,6%	1	5,9%
Tak, goście mają ograniczony kontakt ze zwierzętami	18	14,63%	16	15,1%	2	11,8%
Nie, goście nie mają dostępu do zwierząt	5	4,07%	5	4,7%	0	0,0%
Suma	95,9%		95,3%		100%	

Właściciele obiektów klasycznych najczęściej pozwalają gościom na oglądanie zwierząt, które znajdują się w gospodarstwie. Zdecydowanie rzadziej niż właściciele obiektów słow decydują się na to, aby goście mieli nieograniczony dostęp do zwierząt.

Drugie pytanie dotyczyło posiadania przez gospodarstwa regulaminów lub zapisów w regulaminie, które dotyczą sposobu, w jaki goście powinni zachowywać się w stosunku do przebywających w gospodarstwie zwierząt. Odpowiedzi przedstawia tabela 50.

Tabela 50. Informacje dotyczące zachowania w stosunku do zwierząt w regulaminach

Czy w regulaminie znajdują się informacje dotyczące właściwego zachowania wobec zwierząt?	Wszystkie (n = 123)		Klasyczne (n = 106)		Słow (n = 17)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
Nie	76	61,79%	68	64,2%	8	47,1%
Tak, w regulaminie znajdują się takie informacje	35	28,46%	29	27,4%	6	35,3%
Tak, jest odrębny regulamin dotyczący zasad kontaktu ze zwierzętami	16	13,01%	13	12,3%	3	17,6%
Suma	41,5%		39,7%		52,9%	

W ponad połowie gospodarstw agroturystycznych nie jest regulowane, w jaki sposób goście powinni zachowywać się w stosunku do zwierząt. W 13% wszystkich gospodarstw powstały odrębne regulaminy dotyczące zasad kontaktu ze zwierzętami.

Sekcja 24 – Działalność edukacyjna (wszystkie – 152 obiekty)

Sekcja zawierała dwa pytania dotyczące prowadzenia przez gospodarstwa agroturystyczne działalności edukacyjnej. Na pytania udzielali odpowiedzi wszyscy respondenci biorący udział w badaniu. Pierwsze pytanie dotyczyło udziału gospodarstw w promocji zdrowia i działań profilaktycznych wśród swoich pracowników i gości, a respondenci mogli wyrazić poziom swojego zaangażowania w tej sprawie z wykorzystaniem 5-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało, że gospodarstwa nie biorą udziału w promowaniu zdrowia i działań profilaktycznych wśród pracowników i gości, 2 – raczej nie biorą udziału, 3 – czasami biorą udział, 4 – raczej biorą udział i 5 – biorą czynny udział w promowaniu zdrowia i prowadzenie działań profilaktycznych wśród pracowników i gości. Wyniki prezentuje tabela 51.

Tabela 51. Udział w promocji zdrowia i prowadzenie działań profilaktycznych

Udział w promocji zdrowia i działań profilaktycznych wśród pracowników i gości	1		2		3		4		5	
Wszystkie (n = 152)	52	34,2%	8	5,3%	29	19,1%	28	18,4%	35	23,0%
Klasyczne (n = 133)	45	33,8%	8	6,0%	25	18,8%	26	19,5%	29	21,8%
Slow (n = 19)	7	36,8%	0	0,0%	4	21,1%	2	10,5%	6	31,6%

Zaangażowanie gospodarstw agroturystycznych w działania mające na celu promocję zdrowia i profilaktyki wśród pracowników i gości jest bardzo zróżnicowany. Ponad 1/3 właścicieli wszystkich obiektów deklaruje, że nie bierze w nich udziału, a właściciele 23% obiektów deklarują wysokie zaangażowanie w promocję zdrowia i działań profilaktycznych wśród pracowników i gości.

Drugie pytanie dotyczyło prowadzenia przez gospodarstwa agroturystyczne działalności edukacyjnej, a respondenci mogli udzielić odpowiedzi Tak lub Nie. Udzielona odpowiedź kwalifikowała również do kolejnej sekcji pytań dotyczącej form działalności edukacyjnej. Liczba obiektów prowadzących działalność edukacyjną oraz nieprowadzących działalności edukacyjnej były do siebie zbliżone. 52,6% obiektów deklaruje prowadzenie działalności, a 47,4% obiektów nie prowadzi takiej działalności. Nie ma żadnego zróżnicowania pomiędzy odpowiedziami obiektów należących do grupy klasycznych i slow.

Sekcja 25 – Formy działalności edukacyjnej (84 obiektów zakwalifikowanych)

Sekcja zawierała trzy pytania dotyczące form działalności edukacyjnej, jaka jest prowadzona w gospodarstwach agroturystycznych. Pierwsze pytanie dotyczyło formy organizowanych działań edukacyjnych. Na pytanie respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi, a odpowiedzi prezentuje tabela 52.

Tabela 52. Formy podejmowanych działań edukacyjnych

Podejmuje działania edukacyjne dla gości	Wszystkie (n = 84)		Klasyczne (n = 74)		Słow (n = 10)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
w formie warsztatów	54	64,29%	47	63,50%	7	70,00%
w formie prelekcji/wykładów	38	45,24%	33	44,60%	5	50,00%
poprzez stworzenie zagrody edukacyjnej	23	27,38%	21	28,40%	2	20,00%
poprzez stworzenie skansenu/muzeum	20	23,81%	16	21,60%	4	40,00%
poprzez stworzenie ścieżki edukacyjnej	14	16,67%	14	18,90%	0	0,00%
poprzez stworzenie wioski tematycznej	6	7,14%	6	8,10%	0	0,00%
Średnia	30,8%		30,9%		30,0%	

Najbardziej popularną formą prowadzenia działalności edukacyjnej jest organizowanie warsztatów dla gości oraz prelekcji lub wykładów. Obiekty klasyczne chętniej niż obiekty słow tworzą zagrody edukacyjne i ścieżki edukacyjne. Wśród obiektów słow bardziej popularne jest tworzenie skansenu lub muzeum.

Tabela 53 przedstawia odpowiedzi na pytanie o to, kto prowadzi działania edukacyjne w gospodarstwie. Na pytanie respondenci mogli udzielić tylko jednej odpowiedzi, a jeżeli żadna z odpowiedzi nie była adekwatna do ich sytuacji, mogli wskazać własną.

Tabela 53. Osoby prowadzące zajęcia edukacyjne

Działania edukacyjne dla gości są prowadzone przez	Wszystkie (n = 84)		Klasyczne (n = 74)		Słow (n = 10)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
właścicieli lub pracowników	53	63,10%	47	63,5%	6	60,0%
przez właścicieli, pracowników i osoby z zewnątrz	24	28,57%	20	27,0%	4	40,0%
osoby z zewnątrz (np. firmy, stowarzyszenia)	5	5,95%	5	6,8%	0	0,0%
inne	2	2,38%	2	2,7%	0	0,0%

W większości działania edukacyjne prowadzone są przez właścicieli gospodarstw lub pracowników, czasami przy dodatkowym wsparciu osób z zewnątrz, takich jak np. przedstawiciele firm, instytucji lub stowarzyszeń. Gospodarstwa rzadko decydują się na to, aby działalność edukacyjna prowadzona była wyłącznie przez osoby z zewnątrz. Respondenci z dwóch obiektów wskazali na inne

formy: współpracę z innymi gospodarstwami które prowadzą działalność edukacyjną.

Trzecie pytanie, na które odpowiedzi prezentuje tabela 54, dotyczyło tematyki działań edukacyjnych organizowanych w gospodarstwach agroturystycznych. Respondenci mogli wskazać na więcej niż jeden zakres tematyczny prowadzonych działań, a także zaproponować własne odpowiedzi.

Tabela 54. Tematyka prowadzonych działań edukacyjnych

Działania edukacyjne dotyczą	Wszystkie (n = 84)		Klasyczne (n = 74)		Słow (n = 10)	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
dziedzictwa kulturowego i lokalnych tradycji	57	67,86%	53	71,6%	4	40,0%
rzemiosła, rękodzieła lub sztuki	42	50,00%	36	48,6%	6	60,0%
regionu (historii, geologii) w tym rekonstrukcyjne	33	39,29%	29	39,2%	4	40,0%
hodowli i dobrostanu zwierząt	32	38,10%	28	37,8%	4	40,0%
ochrony zwierząt, w szczególności gatunków zagrożonych i endemicznych	21	25,00%	19	25,7%	2	20,0%
ochrony roślin, w szczególności gatunków zagrożonych i endemicznych	19	22,62%	16	21,6%	3	30,0%
uprawy roślin w tym endemicznych	12	14,29%	8	10,8%	4	40,0%
inne	11	13,10%	9	12,2%	2	20,0%
Średnia	33,8%		33,4%		36,3%	

Najbardziej popularnym tematem działań edukacyjnych prowadzonych w gospodarstwach agroturystycznych jest dziedzictwo kulturowe i lokalne tradycje, a także rzemiosło, rękodzieło i sztuka. Edukacja dotycząca dziedzictwa kulturowego i tradycji jest bardziej popularna wśród obiektów klasycznych, natomiast rzemiosło, rękodzieło i sztuka są tematami, które częściej wybierają właściciele obiektów słow. Najmniej popularną tematyką działań edukacyjnych są uprawy. Wśród innych wskazań (zadeklarowanych przez 11 obiektów) pojawiły się zagadnienia związane ze zdrowym stylem życia (ekologia, joga, ziołolecznictwo) oraz tradycyjnymi wyrobami (warsztaty serowarskie, masarskie, wypiek chleba i kuchnia regionalna).

5.5. Wnioski z badań i rekomendacje

Wnioski z analizy kwestionariuszy zostały podzielone na obszary tematyczne. Zweryfikowano, czy działania zrównoważonego rozwoju są realizowane przez polskie gospodarstwa agroturystyczne oraz określono, jakie działania zaproponowane w katalogu działań zrównoważonego rozwoju są podejmowane przez gospodarstwa (RQ5.1) najczęściej, a także w jakich obszarach tematycz-

nych koncentrują się te działania (RQ5.2). Sprawdzono, czy utworzony w efekcie etapu pierwszego artefakt katalogu działań zrównoważonego rozwoju jest narzędziem adekwatnym do wykorzystania w praktyce gospodarczej. Wnioski zaprezentowano z podziałem na obszary tematyczne. Określono poziomy realizacji działań (Rojek-Nowosielska, 2017), przyjmując średnie wartości procentowe lub sumaryczne wartości procentowe dla odpowiedzi 4 i 5 przy pytaniach wykorzystujących skalę Likerta. Wyniki prezentuje tabela 55.

Tabela 55. Przyjęte kryteria poziomu realizacji działań zrównoważonego rozwoju

Wartość w przedziale procentowym	Ogólny poziom realizacji działania
0,0%-20,9%	Bardzo słaby
21,0%-40,9%	Słaby
41,0%-60,9%	Przeciętny
61,0%-80,9%	Dobry
81,0%-100%	Bardzo dobry

5.5.1. Obszar: Zatrudnienie

Większość spośród badanych gospodarstw agroturystycznych nie posiada osobowości prawnej, przez co nie ma możliwość zatrudnienia pracowników. Niemniej gospodarstwa posiadające tę możliwość przyczyniają się do tworzenia miejsc pracy, zatrudniają pracowników lokalnie i zapewniają im godne warunki zatrudnienia oraz szkolenie BHP, a poziom realizacji tych działań można określić jako dobry. Przedsiębiorcy deklarują równouprawnienie w zatrudnianiu i wynagradzaniu. W gospodarstwach agroturystycznych znajduje zatrudnienie wiele kobiet, w tym w prawie połowie obiektów pracują wyłącznie kobiety. Najslabiej realizowanymi działaniami są: udział pracowników w szkoleniach (słaby) oraz organizowanie praktyk i staży zawodowych (przeciętny). Wyniki prezentuje tabela 56.

Tabela 56. Zatrudnienie: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Tworzy miejsca pracy	75,0%	Dobry
Zatrudnia pracowników lokalnie	71,4%	Dobry
Zapewnia godne warunki zatrudnienia	66,8%	Dobry
Stosuje równouprawnienie w zatrudnieniu i wynagrodzeniu	100,0%	Bardzo dobry
Organizuje praktyki lub staże zawodowe	50,0%	Przeciętny
Kieruje pracowników na szkolenia lub organizuje szkolenia dla pracowników	35,9%	Słaby
Zatrudnia kobiety, w tym na stanowiskach kierowniczych	92,9%	Bardzo dobry
Pracownicy są przeszkoleni w zakresie BHP	71,4%	Dobry

W żadnym z badanych gospodarstw agroturystycznych nie była zatrudniona osoba z niepełnosprawnością, choć większość gospodarstw zatrudnia osoby zagrożone w jakiś sposób wykluczeniem, w szczególności osoby starsze (prawdopodobnie osoby, dla których stanowi to dodatkowe do świadczeń emerytalnych źródło dochodów), osoby nieposiadające doświadczenia (prawdopodobnie młodzież i studenci) i samotnie wychowujące dzieci. Zatrudnienie osób starszych i osób młodych bez doświadczenia może być związane z przeważającym, sezonowym (wakacyjnym i weekendowym) okresem wzmożonej działalności takich obiektów i wiąże się z możliwością pozyskania w ten sposób pracowników sezonowych lub wykonujących prace dorywcze. Większość pracowników zatrudnianych w przedsiębiorstwach agroturystycznych pracuje na podstawie umowy o pracę, co pozytywnie świadczy o stałości oferowanego zatrudnienia, a część obiektów zatrudnia pracowników zarówno na podstawie umowy o pracę jak i umów cywilnoprawnych.

5.5.2. Obszar: Zgodność z przepisami

Spśród badanych gospodarstw agroturystycznych, które podlegają określonym przepisom w zakresie sanitarno-epidemiologicznym oraz ochrony przeciwpożarowej, większość zadeklarowała że wprowadziła wymagane zasady. W zakresie ochrony przeciwpożarowej poziom realizacji oceniony został jako dobry, a w zakresie sanitarno-epidemiologicznym jako bardzo dobry. Wyniki prezentuje tabela 57.

Tabela 57. Zgodność z przepisami: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Prowadzi odpowiednie działania zgodne z wytycznymi sanitarno-epidemiologicznymi	99,2%	Bardzo dobry
Wprowadziło odpowiednie zasady ochrony przeciwpożarowej	62,5%	Dobry
Przeciwdziała wszelkim przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania	40,9%	Słaby

Wdrażanie polityki związanej z przeciwdziałaniem przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania nie jest popularne wśród tych przedsiębiorstw, a ich właściciele w większości deklarują, że nigdy nie byli świadkami takich sytuacji.

5.5.3. Obszar: Transparentność

Prawie 70% obiektów deklaruje posiadanie regulaminu, co można ocenić jako dobry poziom realizacji tego działania wśród polskich gospodarstw, chociaż trend ten jest zdecydowanie mniej popularny wśród obiektów slow (52,6%)

niż wśród obiektów klasycznych (71,6%). Zaobserwowane różnice mogą wynikać z doświadczeń właścicieli. Większość obiektów slow prowadzona jest przez osoby młode (poniżej 50. roku życia), które zdecydowały się na wyjazd z miasta na tereny wiejskie i prowadzą działalność od kilku lat, mając przy tym mniejsze doświadczenie w pracy z gośćmi, ale ich wiedza dotycząca zagrożeń społecznych, środowiskowych i dotyczących konieczności wprowadzania działań mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego jest większa. Właściciele obiektów klasycznych prowadzą działalność agroturystyczną najczęściej już od wielu lat i tworząc obiekty agroturystyczne jako dodatkowe źródło utrzymania nie aktualizowali założeń misji i wizji w kolejnych latach. Uwzględnianie założeń związanych z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego w regulaminie, jest realizowane na poziomie słabym i jest bardziej popularne wśród obiektów slow. Wyniki prezentuje tabela 58.

Tabela 58. Transparentność: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Posiada regulamin	69,1%	Dobry
W regulaminie zawarte są zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem, misja i wizja	40,4%	Słaby
Umożliwia opiniowanie	92,8%	Bardzo dobry
Opiniowanie jest możliwe na stronie internetowej, w zewnętrznych serwisach, w formie osobistej rozmowy i ankiet	64,1%	Przecięty
Wprowadza oczekiwane zmiany i działania naprawcze	80,2%	Dobry

Wiele obiektów realizuje działania w zakresie udostępniania możliwości opiniowania obiektu przez gości. Jednak liczba miejsc, w których możliwe jest pozostawienie opinii, jest ograniczona. Zdecydowanie częściej gospodarstwa wykorzystują media społecznościowe niż ankiety ewaluacyjne, na co wskazywali eksperci. Biorąc pod uwagę obecne trendy oraz wymiar ekologiczny, należy przyjąć, że media społecznościowe powinny zastąpić w tym miejscu ankiety. Wprowadzenie zmian i działań naprawczych, prowadzonych na podstawie uwag gości, zostało ocenione na poziomie dobrym.

Strony internetowe są popularną, wśród badanych obiektów, formą komunikacji z klientem. Posiadanie strony zadeklarowało prawie 90% obiektów (88,2%). Właściciele deklarują dbałość o to, żeby na stronach internetowych były zawsze aktualne i wiarygodne informacje o obiekcie i oferowanych udogodnieniach, a także że korzystają z własnych, nie poddawanych retuszowi zdjęć. Do ewentualnego poprawiania zdjęć lub korzystania z banków zdjęć przyznają się częściej właściciele obiektów slow, co może wynikać z okresu, w którym tworzona była

strona internetowa i panujących wtedy trendów. Nie jest zjawiskiem złym, że obiekt korzysta ze zdjęć zaczerpniętych z banków fotografii, jednak powinny być one wykorzystane w taki sposób, aby nie wprowadzać konsumentów w błąd. Publikowanie na stronie internetowej informacji o misji i wizji nie jest szczególnie popularne i deklaruje to nieco ponad połowa badanych. Zdecydowanie częściej misję i wizję upubliczniają właściciele obiektów slow, za to właściciele obiektów klasycznych chętniej publikują informacje o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach.

Posiadanie i posługiwanie się materiałami drukowanymi w promocji przedsiębiorstwa deklaruje ponad połowa obiektów, ale trend ten jest zdecydowanie mniej popularny wśród obiektów slow.

5.5.4. Obszar: Promocja regionu

Właściciele gospodarstw agroturystycznych starają się dostarczać swoim gościom informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego regionu. Najczęściej robią to w formie bezpośredniej rozmowy z gośćmi lub poprzez dystrybucję folderów, map i przewodników. W obrębie stron internetowych można zaobserwować nieznacznie większe zaangażowanie w promocję regionu wśród obiektów slow niż pośród obiektów klasycznych. Promowanie regionu na stronie internetowej realizowane jest na przeciętnym poziomie, podobnie jak dostarczanie informacji dotyczących dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, angażowanie się w rozwój obszaru turystycznego i dbanie o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie. Aktywny udział w ochronie dziedzictwa kulturowego oraz zarządzaniu artefaktami historycznymi i archeologicznymi jest realizowane na słabym poziomie. Wyniki prezentuje tabela 59.

Tabela 59. Promocja regionu: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
1	2	3
Promuje region turystyczny na stronie internetowej przez budowanie oferty w oparciu o zasoby kulturowe i przyrodnicze regionu, publikuje dotyczące regionu zdjęcia i informacje, a także informacje o tradycjach i miejscach wrażliwych	58,4%	Przeciętny
Dostarcza informacji dotyczących dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego poprzez dystrybucję map, przewodników, prowadzenie punktu informacji turystycznej, kontakt osobisty, spotkania z ekspertami, prowadzenie zagrody edukacyjnej lub ścieżki dydaktycznej	52,1%	Przeciętny
Angażuje się w rozwój obszaru turystycznego poprzez współpracę z LGD, stowarzyszeniem agroturystycznym, Kołem Gospodyń Wiejskich lub innymi podmiotami, a także bierze udział w wydarzeniach organizowanych lokalnie	51,3%	Przeciętny

cd. tabeli 59

1	2	3
Aktywnie bierze udział w ochronie dziedzictwa kulturowego poprzez zachęcanie do udziału w wydarzeniach religijnych, podtrzymywanie lokalnych tradycji, organizowanie zajęć lub infrastruktury edukacyjnej, znakowanie obiektów i wsparcie finansowe	31,7%	Słaby
Dbą o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie poprzez promowanie wizyt w nich, informowanie o rekomendowanych terminach zwiedzania, organizację zajęć edukacyjnych i zorganizowanych form zwiedzania	46,9%	Przeciętny
Dbą o posiadane artefakty archeologiczne i historyczne, do których ma udokumentowane prawo własności, nie prowadzi ich sprzedaży, a jeżeli je posiada, umożliwia ich oglądanie	15,6%	Słaby
Prowadzi zajęcia edukacyjne, zachęca do udziału w lokalnych wystawach artefaktów historycznych lub jeżeli nie posiada kompetencji – nie angażuje się	28,5%	Słaby

Zaangażowanie w rozwój obszaru turystycznego może przybierać różne formy, takie jak: współpraca z LGD, stowarzyszeniami, innymi podmiotami świadczącymi usługi turystyczne czy udział w wydarzeniach i inicjatywach lokalnej społeczności i lokalnych władz. Większość obiektów deklaruje ponadto swój wkład w ochronę dziedzictwa kulturowego regionu poprzez podtrzymywanie lokalnych tradycji lub organizowanie zajęć oraz przygotowywanie infrastruktury edukacyjnej. Zaangażowanie obiektów słow w podtrzymywanie lokalnych tradycji świadczy o rosnącym trendzie związanym z zachowaniem dziedzictwa kulturowego i o tym, że ludność napływowa, rozpoczynająca działalność agroturystyczną, interesuje się lokalnymi tradycjami. Właściciele gospodarstw starają się dbać o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie, promując wizyty w nich wśród swoich gości i informując o rekomendowanych terminach zwiedzania (np. zwiedzanie miejsc sakralnych w czasie, w którym nie odbywają się w nich nabożeństwa). Mniej niż połowa właścicieli deklaruje, że jest w posiadaniu artefaktów historycznych lub archeologicznych, a ponad połowa z nich, że nie sprzedaje takich artefaktów. Udostępnianie ich do oglądania gościom nie jest jednak zjawiskiem popularnym. Niepokoi także niewielka liczba respondentów deklarujących, że dbają o artefakty znajdujące się w ich posiadaniu. Należy jednak podkreślić, że pojawiały się opinie respondentów, w których zaznaczali, że nie rozumieją pytania lub nie wiedzą, czym są takie artefakty.

5.5.5. Obszar: Architektura i infrastruktura

Właściciele gospodarstw przykładają dużą wagę do tego, aby budynki i wyposażenie nawiązywało do charakteru i tradycji regionu, jednak właściciele obiektów słow wyraźnie przodują w tej kwestii, jednocześnie najmniej nawiązując do charakteru regionu wystrojem wnętrz. W większości badanych gospo-

darstw agroturystycznych nie wprowadzono udogodnień dla osób niepełnosprawnych, co może wynikać z braku takiego zapotrzebowania, niedostrzegania potrzeb klientów z niepełnosprawnościami lub braku możliwości modernizacji budynków w taki sposób, aby były one dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Do budowy lub tworzenia infrastruktury większości gospodarstw agroturystycznych wykorzystano surowce lokalne, takie jak kamień lub drewno. Może to wynikać z tego, że wiele obiektów agroturystycznych zlokalizowanych jest w zabudowaniach starych w tym historycznych lub zabudowaniach odrestaurowanych (np. zabytkowe stodoły, stare folwarki). Wyniki prezentuje tabela 60.

Tabela 60. Architektura i infrastruktura: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Charakter regionu znajduje odzwierciedlenie w architekturze, infrastrukturze i wyposażeniu, nawiązując do lokalnej kultury, tradycji i krajobrazu	59,5%	Przeciętny
Wprowadzono udogodnienia dla osób niepełnosprawnych	20,4%	Bardzo słaby
Do tworzenia zabudowy gospodarstwa oraz infrastruktury wykorzystano surowce lokalne, ekologiczne, zrównoważone, z recyklingu	43,3%	Przeciętny
W wyposażeniu używa produktów lokalnych, rzemieślniczych	65,8%	Dobry
W wyposażeniu wykorzystuje produkty z surowców ekologicznych, z recyklingu i zrównoważonych	36,2%	Słaby

Właściciele obiektów slow zdecydowanie częściej deklarowali, że do tworzenia zabudowań i infrastruktury korzystali z surowców pochodzących z recyklingu, surowców ekologicznych i że budując swoje gospodarstwa, zwracają uwagę na ich efektywność materiałową. Może to być związane z tym, że wiele obiektów slow powstało właśnie w odrestaurowywanych zabudowaniach wiejskich. Świadomość w zakresie zrównoważonego rozwoju i troski o aspekty ekologiczne właścicieli takich obiektów jest wyższa, co można zaobserwować również w zakresie surowców, jakie stosowane były do wyposażenia (łóżka, krzesła, stoły i inne). Właściciele obiektów slow przeważnie deklarowali użycie materiałów pochodzących bądź z surowców ekologicznych, bądź recyklingu lub wyrobów lokalnych i rzemieślniczych, podczas gdy właściciele obiektów klasycznych – jedynie wyrobów lokalnych i rzemieślniczych.

5.5.6. Obszar: Zbiorniki wodne

Duża liczba gospodarstw biorących udział w badaniu (68,4%) jest zlokalizowana w pobliżu zbiorników wodnych lub jest prawnym właścicielem takich zbiorników. Gospodarstwa agroturystyczne posiadające własne zbiorniki wodne

mają zróżnicowaną politykę w zakresie udostępniania tych zbiorników lokalnej społeczności. Spora liczba właścicieli obiektów deklaruje, że nie zezwala lokalnej społeczności na korzystanie z ich zbiorników wodnych, co poziom realizacji tego działania określa jako słaby. Wyniki prezentuje tabela 61.

Tabela 61. Zbiorniki wodne: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Umożliwia społeczności lokalnej korzystanie z własnych zbiorników wodnych	37,8%	Słaby
Dbą o czystość i stan lokalnych zbiorników wody	82,7%	Bardzo dobry
Nie ogranicza dostępu do wody społeczności lokalnej, w tym do rybołówstwa	75,3%	Dobry

Zdecydowana większość właścicieli obiektów mających dostęp do zbiorników wodnych deklaruje, że dba o ich stan i czystość, a poziom realizacji tego działania określono jako bardzo dobry. Dobry poziom realizacji dotyczy nieograniczania dostępu społeczności lokalnej do zasobów naturalnych zbiorników wodnych. Jednocześnie w zakresie ograniczania dostępu pojawia się niepokojąco wysoka liczba obiektów, które deklarują, że ograniczają taki dostęp lub raczej ogranicza (15,9%).

5.5.7. Obszar: Lokalna produkcja

Gospodarstwa agroturystyczne podejmują współpracę z lokalnymi rzemieślnikami i producentami, a współpraca ta najczęściej przybiera formę promowania ich wyrobów lub usług, sprzedawania tych wyrobów w swoim gospodarstwie lub zawieranie w ofercie turystycznej możliwości korzystania z wyrobów i usług lokalnych producentów i rzemieślników. Ogólny poziom realizacji tego działania został jednak określony jako przeciętny. Wyniki prezentuje tabela 62.

Tabela 62. Lokalna produkcja: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Współpracuje z lokalnymi rzemieślnikami i producentami poprzez promowanie lub sprzedawanie ich wyrobów i usług, uwzględnianie ich w ofercie, tworzenie partnerstw i wspólne akcje promocyjne	44,3%	Przeciętny
Serwuje wyżywienie na bazie produktów z własnych hodowli i upraw, od lokalnych producentów i dostawców, bez GMO, ekologiczną, fair-trade, o znanym pochodzeniu i składzie, a także wodę z lokalnych ujęć	52,8%	Przeciętny

Większość obiektów deklaruje, że prowadzi dla swoich gości usługi związane z wyżywieniem, a posiłki przygotowują w większości na bazie produktów pochodzących od lokalnych rolników i producentów lub z własnych upraw.

Właściciele obiektów slow zdają się bardziej zwracać uwagę na to, aby stosowane przez nich produkty były ekologiczne, fair trade, bez GMO i polskiego pochodzenia. Właściciele klasycznych obiektów deklarują natomiast większą wiedzę o składzie i pochodzeniu produktów, a także częściej podejmują współpracę z lokalnymi dystrybutorami. Oba typy obiektów rzadko wykorzystują jednak wodę z lokalnych ujęć. Średni poziom realizacji działania „Serwuje wyżywienie na bazie...” można określić jako przeciętny.

5.5.8. Obszar: Społeczność i ekologia

W działalności gospodarstw agroturystycznych przeważa stosowanie środków bezpiecznych dla środowiska i liczba obiektów deklarujących, że korzysta wyłącznie lub przeważnie z takich środków jest bardzo duża. Gorzej prezentuje się sytuacja związana z oszczędnością wody i poziom realizacji tego działania określono jako bardzo słaby. Gospodarstwa w niewielkim stopniu deklarują wprowadzanie technologii ograniczających zużycie wody, a w dodatkowych odpowiedziach do pytania zaznaczali, że choć sami starają się oszczędzać wodę, to nie wiedzą, w jaki sposób przekonać do tego swoich gości lub boją się wprowadzania im jakichkolwiek ograniczeń. Niewiele gospodarstw korzysta także z alternatywnych źródeł energii lub stanowi ona niewielki odsetek energii niezbędnej do funkcjonowania działalności i poziom realizacji tego działania oceniony został jako słaby, natomiast starają się wprowadzać energooszczędne urządzenia do swojej działalności, co realizowane jest na dobrym poziomie. Wyniki prezentuje tabela 63.

Tabela 63. Społeczność i ekologia: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
Angażuje się w rozwój lokalnej społeczności przez prowadzenie szkoleń i warsztatów, organizację wydarzeń lokalnych, udostępnienie infrastruktury, umożliwienie dostępu do atrakcji turystycznych i gruntów	43,0%	Przeciętny
Używa środków bezpiecznych dla środowiska	88,1%	Bardzo dobry
Prowadzi recykling wody	58,5%	Przeciętny
Ogranicza zużycie wody	17,1%	Bardzo słaby
Wykorzystuje alternatywne źródła energii	36,2%	Słaby
Ogranicza zużywanie energii przez wdrożenie energooszczędnych urządzeń	67,1%	Dobry
Zmniejsza ilość wytwarzanych odpadów poprzez racjonalne zakupy w szczególności lokalne, ograniczenie lub wykluczenie użycia produktów jednorazowych, ograniczenie papieru, segregację lub recykling odpadów	49,9%	Przeciętny
Zmniejsza ilość wytwarzanych zanieczyszczeń poprzez stosowanie naturalnych i ekologicznych metod, ograniczenie transportu, oczyszczanie ścieków, ograniczenie użycia węgla i klimatyzacji	48,0%	Przeciętny

Prawie wszystkie obiekty agroturystyczne deklarują wprowadzanie działań zmniejszających ilość wytwarzanych odpadów, choć głównie koncentrują się one wokół segregacji śmieci. Właściciele obiektów starają się dokonywać racjonalnych zakupów, przede wszystkim żywnościowych i zaopatrywać się u lokalnych dostawców (np. na targowiskach), co powoduje zmniejszenie ilości wyrzucanych opakowań. Choć coraz częściej ograniczają wykorzystywanie produktów jednorazowych lub całkowicie z nich rezygnują, to jednak ogólny poziom realizacji tego działania określono jako przeciętny. Pomimo, że gospodarstwa agroturystyczne deklarują prowadzenie działań mających na celu ograniczenie ilości wytwarzanych zanieczyszczeń poprzez ograniczanie użycia klimatyzacji, ograniczanie użycia węgla oraz stosowanie metod naturalnych i ekologicznych, to jednak również w tym obszarze poziom realizacji działań jest przeciętny.

5.5.9. Obszar: Rolnictwo i edukacja

Wśród badanych gospodarstw rzadko występuje uprawa wyłącznie roślin endemicznych, co może wynikać z faktu, że liczba takich gatunków w Polsce jest niewielka, a te, które występują, nie mają większej wartości w uprawach rolnych. Zachodzi obawa, że nie wszyscy respondenci zrozumieli pytanie w ten sam sposób, a ci którzy zadeklarowali uprawę roślin endemicznych, myśleli o roślinach typowych dla uprawy w Polsce (jak np. pszenica, żyto). Wyniki zaprezentowano w tabeli 64.

Tabela 64. Rolnictwo i edukacja: poziom realizacji działań

Działanie	Wartość procentowa realizacji	Poziom realizacji
W ramach działalności rolniczej uprawia rośliny endemiczne	16,4%	Bardzo słaby
Posiada zwierzęta domowe i gospodarskie	80,9%	Dobry
Umożliwia gościom kontakt ze zwierzętami	95,9%	Bardzo dobry
Udostępnia regulamin, w którym znajdują się informacje dotyczące zachowania wobec zwierząt	41,5%	Przeciętny
Bierze udział w promocji zdrowia i profilaktyki	41,4%	Przeciętny
Prowadzi działalność edukacyjną	52,6%	Przeciętny
Organizuje różne formy zajęć edukacyjnych dla gości w formie: warsztatów, prelekcji, ścieżki lub zagrody edukacyjnej, muzeum, skansenu, wioski tematycznej	30,8%	Słaby
Działania edukacyjne dotyczą: ochrony zwierząt i roślin, hodowli i dobrostanu zwierząt, upraw, dziedzictwa kulturowego i tradycji, rzemiosła, rękodzieła, sztuki, regionu	33,8%	Słaby
Zajęcia są prowadzone przez właścicieli i zewnętrznych ekspertów	28,6%	Słaby

Posiadanie zwierząt jest popularne w gospodarstwach agroturystycznych, co wynika z ich rolniczego charakteru. Znaczna część właścicieli gospodarstw agroturystycznych deklaruje, że w ich gospodarstwie znajdują się zwierzęta. Nie

określano przy tym, czy są to zwierzęta domowe czy gospodarskie. Zauważalne są jednak różnice w podejściu gospodarzy do udostępniania gościom możliwości kontaktu ze zwierzętami. Właściciele obiektów klasycznych są bardziej zachowawczy w tej kwestii, pozwalają na oglądanie zwierząt lub uczestnictwo w obżędku przy nich pod okiem osoby wykwalifikowanej, podczas gdy właściciele obiektów slow najczęściej zezwalają na nieograniczony kontakt ze zwierzętami. Większość obiektów nie wprowadza zapisów w regulaminach, które wskazywałyby, jakie zachowania w stosunku do zwierząt są dopuszczalne, a jakie nie. Jednakże fakt, że prawie 40% obiektów stosuje w regulaminach takie zapisy, świadczyć może o występowaniu wśród gości wciąż niewłaściwych zachowań w stosunku do zwierząt.

Ponad połowa gospodarstw agroturystycznych biorących w badaniu prowadzi działalność edukacyjną dla swoich gości, najczęściej w formie warsztatów, prelekcji lub wykładów. Działania edukacyjne prowadzone są przeważnie przez właścicieli lub pracowników gospodarstwa. Tematyka działań edukacyjnych jest obszerna, jednak najczęściej dotyczy dziedzictwa kulturowego, tradycji regionu, rękodzieła, rzemiosła i sztuki ludowej, a także historii regionu, hodowli i dobrostanu zwierząt. Działanie związane ze zróżnicowaniem tematyki zajęć edukacyjnych, form ich prowadzenia oraz współpraca z ekspertami zewnętrznymi jest realizowane na poziomie ogólnie określonym jako słaby. Istnieje potencjał do rozwoju tego obszaru.

Zrealizowane z wykorzystaniem kwestionariusza badanie pozwoliło na empiryczną weryfikację, czy działania zrównoważonego rozwoju są realizowane przez polskie gospodarstwa agroturystyczne. Zweryfikowano także, jakie działania zaproponowane w KDZRGa są podejmowane przez gospodarstwa agroturystyczne (RQ4.4) w największym i najmniejszym stopniu. Badane przedsiębiorstwa agroturystyczne osiągnęły najlepsze wyniki w zakresie: zatrudniania kobiet, równouprawnienia w zatrudnieniu i wynagrodzeniu, zgodności z przepisami sanitarno-epidemiologicznymi, umożliwianiu gościom opiniowania obiektu, dbania o czystość lokalnych zbiorników wody, użycia bezpiecznych dla środowiska środków w działalności usługowej i rolnej oraz umożliwianiu gościom kontaktu ze zwierzętami. Wyniki najslabsze związane są z wprowadzeniem udogodnień dla osób niepełnosprawnych, wykorzystaniem produktów z surowców ekologicznych, z recyklingu i zrównoważonych w wyposażeniu obiektu, wprowadzeniem technologii mających na celu redukcję zużycia wody oraz uprawą roślin endemicznych.

Zrealizowano w ten sposób cel teoriopoznawczy CTP1: Identyfikacja kluczowych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw branży agroturystycznej, oraz częściowo cel CTP4: Diagnoza poziomu realizacji działań

zrównoważonego rozwoju w polskich gospodarstwach agroturystycznych. Sprawdzono także, czy artefakt Katalogu Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych (KDZRGa) może być wykorzystywany w praktyce i stwierdzono, że jest to narzędzie adekwatne, choć mogą zostać wprowadzone do niego dodatkowe elementy i korekty w zakresie czytelności sformułowań (np. artefakty, uprawy endemiczne).

Działania w zakresie zrównoważonego rozwoju są najlepiej realizowane w obszarach (RQ4.5): Zatrudnienie – dobry lub bardzo dobry (6), przeciętny (1), słaby lub bardzo słaby (1); Transparentność – dobry lub bardzo dobry (3), przeciętny (1), słaby lub bardzo słaby (1); Zgodność z przepisami – dobry lub bardzo dobry (2), przeciętny (0), słaby lub bardzo słaby (1). Najslabiej natomiast realizowane są w obszarach: Rolnictwo i edukacja – dobry lub bardzo dobry (2), przeciętny (3), słaby lub bardzo słaby (4) oraz Promocja regionu – dobry lub bardzo dobry (0), przeciętny (4), słaby lub bardzo słaby (3).



ZAKOŃCZENIE

Problemem badawczy został w niniejszej pracy przedstawiony w formie pytania badawczego: czy gospodarstwa agroturystyczne realizują działania w zakresie zrównoważonego rozwoju? W toku badań, zarówno literaturowych, jak i własnych, udzielono odpowiedzi na to pytanie, stwierdzając, że przedsiębiorstwa agroturystyczne w Polsce realizują takie działania. Głównym celem niniejszej monografii było natomiast ustalenie, jakie działania w zakresie zrównoważonego rozwoju są podejmowane przez przedsiębiorstwa agroturystyczne w Polsce i określenie poziomu realizacji tych działań. Dla osiągnięcia założonego celu głównego konieczne było opracowanie zaleceń dla gospodarstw agroturystycznych, które mogą pomóc przedsiębiorstwom we wdrażaniu działań zrównoważonego rozwoju, oraz utworzenie narzędzia, umożliwiającego ocenę poziomu wdrożenia tych działań w przedsiębiorstwie. Realizacja celu głównego pozwoliła na wniesienie wkładu różnego rodzaju: teoriopoznawczego, metodologicznego i utylitarnego. Przeprowadzony przegląd literatury wykazał, że jak na razie nie ma jednolitej metody oceny poziomu realizacji działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju, którą można by zastosować w praktyce gospodarczej, a także jasnych wytycznych dla przedsiębiorstw. W konsekwencji właściciele przedsiębiorstw agroturystycznych nie zawsze zdają sobie sprawę z tego, jakie działania zrównoważonego rozwoju mogą i powinny być przez nich wdrażane. W dzisiejszych czasach bardzo ważne jest, aby przedsiębiorstwa, bez obaw, czy działają właściwie, realizowały takie działania, które [...] *zaspokajają obecne potrzeby przedsiębiorstwa i jego interesariuszy, jednocześnie chroniąc, podtrzymując i wzmacniając ludzkie i naturalne zasoby, które będą potrzebne w przyszłości* (Zgrzywa-Ziemak, 2019). Konieczne jest realizowanie przez przedsiębiorstwa działań zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju, aby dbać o zasoby naturalne i dobre warunki życia dla ludzi na całym świecie. Można stwierdzić, że przedsiębiorstwa agroturystyczne w Polsce są zaangażowane w realizowanie działań z zakresu zrównoważonego

ważonego rozwoju, choć istnieją obszary, w których zaangażowanie to powinno ulec poprawie.

Główny wkład teoretyczny, uzupełniający zidentyfikowaną lukę, to określenie kluczowych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju, jakie mogą być realizowane przez przedsiębiorstwa branży agroturystycznej. Główny wkład poznawczy to diagnoza poziomu realizacji działań zrównoważonego rozwoju w polskich gospodarstwach agroturystycznych. Głównym wkładem metodologicznym jest opracowanie narzędzia diagnozy zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw agroturystycznych. Głównym wkładem utylitarnym niniejszej pracy jest natomiast opracowanie wytycznych do realizacji zasad zrównoważonego rozwoju dla gospodarstw agroturystycznych w postaci Katalogu Działów Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych, opracowanego na podstawie dokumentów strategicznych, istniejących certyfikatów i wywiadów z ekspertami. Katalog (KDZRG) stanowił również podstawę do opracowania narzędzia diagnozy zrównoważonego rozwoju dla przedsiębiorstw agroturystycznych, pozwalającego dokonać oceny poziomu realizacji działań w nim zawartych.

Ponadto w toku badań literaturowych zidentyfikowano bariery w aplikowaniu celów i działań zrównoważonego rozwoju w strategię przedsiębiorstw agroturystycznych. Usystematyzowano wiedzę w zakresie zrównoważonego rozwoju gospodarstw agroturystycznych, które stanowią specyficzny typ przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi zakwaterowania na obszarach wiejskich. Opracowano również narzędzie statystyczne w postaci kwestionariusza do badania realizacji działań zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw agroturystycznych.

Przedsiębiorstwa agroturystyczne mogą skorzystać z opracowanego przez autorkę Katalogu Działów Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych, a także określić swój poziom realizacji tych działań, korzystając z narzędzia oceny.



BIBLIOGRAFIA

- Adamski, P., Ciapała, S. (2016). Turystyka przyrodnicza, ekoturystyka i turystyka zrównoważona – problemy klasyfikacyjne. *Folia Turistica*, 40, 9-26. <https://wtir.akf.krakow.pl/attachments/article/101/01%20Adamski,%20Ciapa%C5%82a.pdf>
- Andrzejczyk, R., Niedziółka, A. (2019). Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju turystyki wiejskiej na Podhalu. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 3, 59–70. <https://share.google/rLD9rica0HudryaZX>
- Bajdor, P., Grabara, J. K. (2012). Turystyka zrównoważona – przegląd literatury i charakterystyka. W S. Nowak (red.), *Regionalne i lokalne strategie rozwoju turystyki* (s. 52–58). Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach.
- Balińska, A., Zawadka, J. (2013). Znaczenie agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 102, 127-143. <https://doi.org/10.22630/EIOGZ.2013.102.21>
- Banaszyk, P. (2007). U podstaw metodologii nauk o zarządzaniu. *Współczesne Zarządzanie*, 1, 61–71.
- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., Tsang, S. (2014). What Happened to the ‘Development’ in Sustainable Development? Business Guidelines Two Decades after Brundtland. *Sustainable Development*, 22(1), 15–32. <https://doi.org/10.1002/sd.521>
- Berger, P. L., Luckmann, T. (1966). The Social Construction of Reality. Penguin Books. <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf>
- Bielińska-Dusza, E., Pająk, W. (2012). Metodyczna koncepcja badania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w kształtowaniu strategii zrównoważonego rozwoju. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Oeconomica*, 265, 153–170. <https://dspace.uni.lodz.pl:8443/xmlui/bitstream/handle/11089/1986/153-170.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., Higgins-Desbiolles, F. (2019). A Critical Framework for Interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847–864. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619748>

- Borys, T. (2003). Regionalne wskaźniki zrównoważonego rozwoju. W A. Pawłowski (red.), *Filozoficzne i społeczne uwarunkowania zrównoważonego rozwoju* (Monografie, nr 16). Polska Akademia Nauk.
- Borys, T. (2011). Zrównoważony rozwój – jak rozpoznać ład zintegrowany. *Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development*, 6(2), 75–81. <http://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-article-BPL2-0028-0067>
- Bowen, H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8f>
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., Miller, G. (2017). Twenty-Five Years of Sustainable Tourism and the *Journal of Sustainable Tourism: Looking Back and Moving Forward*. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1251689>
- Bramwell, B., Van Der Straaten, J., Prat, A. G., Richards, G. (1996). *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*. Tilburg University Press.
- Broccardo, L., Culasso, F., Truant, E. (2017). Unlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model. *Sustainability*, 9(9), 1618. <https://doi.org/10.3390/su9091618>
- Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528–546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Buczowska, K., Malchrowicz-Moško, E. (2012). Etyczne dylematy turystyki kulturowej. *Turystyka Kulturowa*, 12, 42–55. https://bazhum.muzhp.pl/media/texts/turystyka-kulturowa/2012-numer-12/turystyka_kulturowa-r2012-t-n12-s42-55.pdf
- Butler, R. W. (1999). Sustainable Tourism: A State-of-the-Art Review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Cabezas, H., Fath, B. D. (2002). Towards a theory of sustainable systems. *Fluid Phase Equilibria*, 194–197, 3–14. [https://doi.org/10.1016/S0378-3812\(01\)00677-X](https://doi.org/10.1016/S0378-3812(01)00677-X)
- Cagno, E., Worrell, E., Trianni, A., Pugliese, G. (2012). Dealing with Barriers to Industrial Energy Efficiency: An Innovative Taxonomy. W *ECEEE 2012 Summer Study in Industry*, 759–770. <https://proceedings.eceee.org/docs/2012/contents.pdf>
- Camilleri, M. (2014). Advancing the Sustainable Tourism Agenda Through Strategic CSR Perspectives. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 42–56. <https://doi.org/10.1080/21568316.2013.839470>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Casalegno, C., Candelo, E., Santoro, G., Kitchen, P. (2020). The Perception of Tourism in Coffee-Producing Equatorial Countries: An Empirical Analysis. *Psychology & Marketing*, 37(1), 154–166. <https://doi.org/10.1002/mar.21291>
- Cembruch-Nowakowski, M. (2019). Green Hotels – Exception or Norm? *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 33(3). <https://doi.org/10.24917/20801653.333.11>

- Chahal, H., Sharma, R. D. (2006). Implications of corporate social responsibility on marketing performance: A conceptual framework. *Journal of Services Research*, 6, 205–216.
- Chiras, D. D., Corson, W. H. (1997). Indicators of Sustainability and Quality of Life: Translating Vision into Reality. *Journal of Environmental Science and Health, Part C*, 15(1), 61–82. <https://doi.org/10.1080/10590509709373490>
- Clarkson, M. (1994). A Risk Based Model of Stakeholder Theory. W *Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory*. Centre for Corporate Social Performance & Ethics, University of Toronto.
- Conway, D., Timms, B. F. (2012). Are Slow Travel and Slow Tourism Misfits, Compadres or Different Genres? *Tourism Recreation Research*, 37(1), 71–76. <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081689>
- Cramer, J., Jonker, J., van der Heijden, A. (2004). Making Sense of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 55(2), 215–222. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-1903-0>
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Bradac Hojnik, B., Omerzel Gomezelj, D. (2014). Building a Model of Researching the Sustainable Entrepreneurship in the Tourism Sector. *Kybernetes*, 43(3/4), 377–393. <https://doi.org/10.1108/K-07-2013-0155>
- CSR Consulting. (2020). *Kampania 17 celów*. <https://kampania17celow.pl/>
- Cuppen, E., Bosch-Rekvelde, M. G. C., Pikaar, E., Mehos, D. C. (2016). Stakeholder Engagement in Large-Scale Energy Infrastructure Projects: Revealing Perspectives Using Q Methodology. *International Journal of Project Management*, 34(7), 1347–1359. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2016.01.003>
- Ćwiklicki, M. (2020). Metodyka przeglądu zakresu literatury (scoping review). W A. Sopińska & A. Modliński (red.), *Współczesne zarządzanie – koncepcje i wyzwania* (s. 54–67). Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. <https://share.google/vUwGANUMhCEcymLTc>
- Czaja-Cieszyńska, H. (2018). Standardy GRI – kierunek dla raportowania na rzecz zrównoważonego rozwoju w organizacjach pozarządowych w Polsce. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoła Główna Handlowa*, 164, 49–61. <https://doi.org/10.33119/SIP.2018.164.3>
- Czaja, S. (2016). Czynniki niedostatecznej realizacji Milenijnych Celów Rozwoju – analiza globalna. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 452, 115–125. https://www.dbc.wroc.pl/Content/36126/Czaja_Czynniki_Niedostatecznej_Realizacji_Milenijnych_Celow_2016.pdf
- Czerny, M. (2016). *Rozwój zrównoważony obszarów wiejskich na globalnym Południu*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Czerwińska-Jaśkiewicz, M. (2013). *Marketing w agroturystyce*. Difin.
- Czudec, A., Miś, T., Zając, D. (2018). *Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich w wymiarze regionalnym*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility Is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>

- Dawson, J., Stewart, E. J., Lemelin, H., Scott, D. (2010). The Carbon Cost of Polar Bear Viewing Tourism in Churchill, Canada. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 319–336. <https://doi.org/10.1080/09669580903215147>
- Decyzja Komisji (UE) 2017/175 z dnia 25 stycznia 2017 r. w sprawie ustanowienia kryteriów oznakowania ekologicznego UE dla zakwaterowania turystycznego (notyfikowana jako dokument Nr C(2017) 299), Pub. L. No. L 28/9 (2017).
- Dingwerth, K., Eichinger, M. (2010). Tamed Transparency: How Information Disclosure under the Global Reporting Initiative Fails to Empower. *Global Environmental Politics*, 10(3), 74–96. https://doi.org/10.1162/GLEP_a_00015
- Do, H. H., Nguyen, T. H. N. (2020). Corporate Social Responsibility for Sustainable Development of Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Journal of Business and Economic Development*, 5(3), 157. <https://doi.org/10.11648/j.jbed.20200503.15>
- Dobrzański, G., Borkowska-Niszczota, M., Kiryluk, H., Szymańska, E. (2010). Problemy interpretacji turystyki zrównoważonej. *Folia Turistica*, 22, 147–166. <https://share.google/bWKWi0ycCV6ZW3mml>
- Dobrzański, G., Szymańska, E. (2014). Przedsiębiorstwa zrównoważone w województwie podlaskim. Ujęcie modelowe i praktyczne. *Zeszyty Naukowe Polskie Towarzystwo Ekonomiczne*, 16(13), 45–62.
- Domański, R. (2007). Czynniki optymizmu w modelowaniu długookresowego rozwoju trwałego i zrównoważonego (podtrzymywalnego). *Przegląd Geograficzny*, 79(34), 395–421. https://rcin.org.pl/Content/85/PDF/2007-79-3-4_final.pdf
- Drapińska, A. (2015). Marketing a społeczna odpowiedzialność biznesu – sprzeczne idee? *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 1(41). <https://doi.org/10.18276/pzfm.2015.41/1-22>
- Dresch, A., Lacerda, D. P., Antunes, J. A. V. (2015). Design Science Research. In *Design Science Research* (s. 67–102). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07374-3_4
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Heinemann. <https://rudyc.com/InovBis/Peter%20F.%20Drucker%20-%20Innovation%20and%20Entrepreneurship-1985.pdf>
- Drzazga, M., Spyra, Z. (2019). Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR) we współczesnym marketingu. W M. Drzazga (red.), *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (CSR) – perspektywa marketingu* (s. 23–36). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Drzewiecki, M. (1995). *Agroturystyka: założenia, uwarunkowania, działania*. Instytut Wydawniczy Świadek.
- Dummet, K. (2006). Drivers for Corporate Environmental Responsibility (CER). *Environment, Development and Sustainability*, 8(3), 375–389. <https://doi.org/10.1007/s10668-005-7900-3>
- Dziuba, R. (2012). System certyfikacji “Czysta turystyka” podstawowe przesłanki decyzji wdrożeniowej. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 2(31). <https://doi.org/10.18778/1429-3730.31.02>

- Eijgelaar, E., Thaper, C., Peeters, P. (2010). Antarctic Cruise Tourism: The Paradoxes of Ambassadorship, “Last Chance Tourism” and Greenhouse Gas Emissions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 337–354. <https://doi.org/10.1080/09669581003653534>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- European Commission. (2001). *GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
- European Commission. (2011). *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*. Komunikat komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów /* KOM/2011/0681 wersja ostateczna */. <https://www.gov.pl/attachment/f6a890d1-e250-4149-8c53-87b7cad574d4>
- Fan, Y. (2005). Ethical Branding and Corporate Reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 341–350. <https://doi.org/10.1108/13563280510630133>
- Fanelli, R. M., Romagnoli, L. (2020). Customer Satisfaction with Farmhouse Facilities and Its Implications for the Promotion of Agritourism Resources in Italian Municipalities. *Sustainability*, 12(5), 1749. <https://doi.org/10.3390/su12051749>
- Figueiredo, J., García-Peñalvo, F. J. (2022). Design Science Research Applied to Difficulties of Teaching and Learning Initial Programming. *Universal Access in the Information Society*, 1, 1151–1161. <https://doi.org/10.1007/s10209-022-00941-4>
- Font, X., McCabe, S. (2017). Sustainability and Marketing in Tourism: Its Contexts, Paradoxes, Approaches, Challenges and Potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Frey, N., George, R. (2010). Responsible Tourism Management: The Missing Link between Business Owners’ Attitudes and Behaviour in the Cape Town Tourism Industry. *Tourism Management*, 31(5), 621–628. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.017>
- Fundacja Partnerstwo dla Środowiska/Czysta Turystyka. (n.d.). *Jak zdobyć Certyfikat Czysta Turystyka* (broszura). [https://tarnow.pl/content/download/16272/file/Certyfikat Czysta Turystyka.doc](https://tarnow.pl/content/download/16272/file/Certyfikat+Czysta+Turystyka.doc)
- Gahramanova, S. (2019). The Role of the Corporate Social Responsibility in Sustainable Development of Small and Medium Enterprises in Azerbaijan. W M. Ibrahimov, A. Aleksic, D. Dukic (red.). *Economic and Social Development* (Book of Proceedings. 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Socio Economic Problems of Sustainable Development” – Baku, 14-15 February 2019; s. 1254-1260). Varazdin Development and Entrepreneurship Agency/Azerbaijan State University of Economics (UNEC)/University North/University of Warsaw/Mohammed V University in Rabat.
- Gangi, F., Daniele, L. M., Varrone, N. (2020). How Do Corporate Environmental Policy and Corporate Reputation Affect Risk-Adjusted Financial Performance? *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1975–1991. <https://doi.org/10.1002/bse.2482>

- Garay, L., Font, X. (2012). Doing Good to Do Well? Corporate Social Responsibility Reasons, Practices and Impacts in Small and Medium Accommodation Enterprises. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 329–337. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.013>
- Garg, P., Pandey, A. (2021). Towards Sustainable Tourism: An Empirical Investigation. *Foresight*, 23(2), 188–200. <https://doi.org/10.1108/FS-04-2020-0042>
- Gimenez, C., Sierra, V., Rodon, J. (2012). Sustainable Operations: Their Impact on the Triple Bottom Line. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.01.035>
- Główny Urząd Statystyczny. (2017). *Obszary wiejskie w Polsce w 2016 roku*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/obszary-wiejskie-w-polsce-w-2016-roku,2,3.html>
- Główny Urząd Statystyczny. (2019). *Turystyka w 2018 r.* <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html>
- Główny Urząd Statystyczny. (2020). *Wskaźniki dla biznesu*. <https://sdg.gov.pl/business/>
- Główny Urząd Statystyczny. (2022). *Obszary wiejskie w Polsce*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/obszary-wiejskie-w-polsce-w-2020-roku,2,5.html>
- Gołuchowski, J. (1997). *Inteligentne systemy diagnoz ekonomicznych*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
- Górka, K. (2007). Wdrażanie koncepcji rozwoju zrównoważonego i trwałego. *Ekonomia i Środowisko*, 2, 8–20. <https://bibliotekanauki.pl/articles/95798.pdf>
- Gössling, S. (2017). Tourism, Information Technologies and Sustainability: An Exploratory Review. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 1024–1041. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1122017>
- Gössling, S., Lane, B. (2015). Rural Tourism and the Development of Internet-Based Accommodation Booking Platforms: A Study in the Advantages, Dangers and Implications of Innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1386–1403. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.909448>
- Gralak, K., Kacprzak, M. (2018). Agroturystyka w rozwoju obszarów wiejskich w Polsce – stan, problemy i perspektywy. *Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja*, 2(22), 187–195. <https://bibliotekanauki.pl/articles/475962>
- GRI's Sustainability Disclosure Database. (n.d.). <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/register-your-report/> (dostęp: 28.03.2020).
- GRI. (2020). *About GRI*. <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/>
- Griffin, R. W. (2017). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Griniuk, D. (2015). Znaczenie agroturystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym województwa podlaskiego. W *Współczesne problemy rozwoju turystyki w ujęciu regionalnym* (s. 60–75). PTE Oddział w Białymstoku.

- Gruchelski, M., Niemczyk, J. (2016). Agenda Narodów Zjednoczonych na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030 i cele zrównoważonego rozwoju – szanse realizacji celów. *Postępy Techniki Przetwórstwa Spożywczego*, 1, 122–126. <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-49967f9e-1eb6-4d8c-ae94-2a0604a64522>
- GTSC. (2020). *GSTC Criteria*. <https://www.gstc.org/gstc-criteria/>
- Guaita Martínez, J. M., Martín Martín, J. M., Salinas Fernández, J. A., Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An Analysis of the Stability of Rural Tourism as a Desired Condition for Sustainable Tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165–174. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>
- Guth, M., Borychowski, M. (2017). Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich w Polsce w polityce Unii Europejskiej w perspektywach finansowych na lata 2007–2013 i 2014–2020. *Progress in Economic Sciences*, 4, 387–404. <http://pes.pwz.pila.pl/index.php/PES/article/view/129>
- Håkansson, H., Snehota, I. (1989). No Business Is an Island: The Network Concept of Business Strategy. *Scandinavian Journal of Management*, 5(3), 187–200. [https://doi.org/10.1016/0956-5221\(89\)90026-2](https://doi.org/10.1016/0956-5221(89)90026-2)
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships* (2nd ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hall, C. M. (2011). Policy Learning and Policy Failure in Sustainable Tourism Governance: From First- and Second-Order to Third-Order Change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 649–671. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.555555>
- Hall, C. M. (2013). Framing Behavioural Approaches to Understanding and Governing Sustainable Tourism Consumption: Beyond Neoliberalism, “Nudging” and “Green Growth”? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 1091–1109. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.815764>
- Hardy, A., Beeton, R. J. S., Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475–496. <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- Herskovitz, S., Crystal, M. (2010). The essential brand persona: storytelling and branding. *Journal of Business Strategy*, 31(3), 21–28. <https://doi.org/10.1108/02756661011036673>
- Hevner, A. R. (2007). A Three Cycle View of Design Science Research. *Scandinavian Journal of Information Systems*, 19(2), 4. http://aisel.aisnet.org/sjis/vol19/iss2/4?utm_source=aisel.aisnet.org%2Fsjis%2Fvol19%2Fiss2%2F4&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Hevner, A. R., March, S. T., Park, J., Ram, S. (2004). Design Science in Information Systems Research. *MIS Quarterly*, 28(1), 75–105. <https://doi.org/10.2307/25148625>
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable Tourism: Sustaining Tourism or Something More? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157–160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Huang, W. (2011). *Good Practice in Sustainable Tourism Developing a Measurement System by Providing a Model Assessment Procedure*. Lund University.

- Hubbard, G. (2009). Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line. *Business Strategy and the Environment*, 18(3), 177–191. <https://doi.org/10.1002/bse.564>
- Ignatowicz, G. (2015). Realizacja zasady zrównoważonego rozwoju w polityce ekologicznej Polski po konferencjach w Rio de Janeiro w 1992 oraz 2012 roku. *Białostockie Studia Prawnicze*, 18, 223–236. <https://doi.org/10.15290/bsp.2015.18.17>
- Ihlen, Ø. (2015). “It Is Five Minutes to Midnight and All Is Quiet.” Corporate Rethoric and Sustainability. *Management Communication Quarterly*, 29(1), 145–152. <https://doi.org/10.1177/0893318914563145>
- International Institute for Sustainable Development. (1992). *Business Strategies for Sustainable Development*. https://www.iisd.org/system/files/publications/business_strategy.pdf
- International Institute for Sustainable Development. (2001). *Business Strategy for Sustainable Development*. <https://www.iisd.org/publications/business-strategy-sustainable-development>
- Jabłoński, A. (2013). Modele zrównoważonego biznesu – miejsce i rola w koncepcji zarządzania strategicznego. *Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości*, 22(2: Zarządzanie Strategiczne. Quo vadis?), 283–295. <https://pracenaukowe.wwszip.pl/prace/prace-naukowe-22.pdf>
- Jamal, T., Camargo, B., Wilson, E. (2013). Critical Omissions and New Directions for Sustainable Tourism: A Situated Macro–Micro Approach. *Sustainability*, 5(11), 4594–4613. <https://doi.org/10.3390/su5114594>
- Janikowski, R. (2004). Rozwój zrównoważony czy stały? *Ekonomia i Środowisko*, nr 2(26), 224–230.
- Jankowska-Kłapkowska, A. (1991). System ekologiczno-ekonomicznych ocen procesu wzrostu i rozwoju społeczno-gospodarczego. W *Ekologiczne bariery wzrostu i rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce* (s. 245–280). Wydawnictwo AGH.
- Jaźwińska, D. (2016). Efektywność strategii zrównoważonego rozwoju. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej Organizacja i Zarządzanie*, 71, 151–164. <https://doi.org/10.21008/j.0239-9415.2016.071.14>
- Jędrzejewski, P. (2022). Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich w Polsce. W A. Wałasik & H. Ziętara (red.), *Zrównoważony rozwój w kontekście współczesnych zmian społeczno-gospodarczych* (s. 275–285). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Jonker, J., Rudnicka, A., Reichel, J. (2011). *Nowe horyzonty: przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym*. Centrum Strategii i Rozwoju Impact.
- Jovicic, D. Z. (2014). Key Issues in the Implementation of Sustainable Tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297–302. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.797386>
- Juvan, E., Dolnicar, S. (2014). The Attitude–Behaviour Gap in Sustainable Tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76–95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>
- Kachniewska, M. (2018). Circular Economy in the Opinions of Small- and Medium-sized Hotel Enterprises. *Folia Turistica*, 48, 185–208. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.7698>

- Kamieniecka, J., Ragus, M., Manthey, P. (2014). *Rozpoznanie uwarunkowań tworzenia systemu certyfikacji turystyki zrównoważonej w środowisku wiejskim*. Instytut na Rzecz Ekorozwoju. <http://natura2000.org.pl/wp-content/uploads/2014/12/certyfikacja-zrownowazonejturystykiInE.pdf>
- Kapera, I. (2018a). *Rozwój zrównoważony turystyki. Problemy przyrodnicze, społeczne i gospodarcze na przykładzie polski*. Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. <https://repozytorium.uafm.edu.pl/server/api/core/bitstreams/7297c876-0016-46aa-8f12-bf3725983275/content>
- Kapera, I. (2018b). Sustainable Development in the Hotel Industry: Between Theory and Practice in Poland. *Turyzm/Tourism*, 28(2), 23–30. <https://doi.org/10.2478/tour-2018-0011>
- Karagiannis, S., Stavroulakis, D. (2011). Development of Agrotourism through the Application of Internet Technologies: Problems and Perspectives. *CEUR Workshop Proceedings*, 1152, 299–308. <https://ceur-ws.org/Vol-1152/paper26.pdf>
- Karpińska, A. (2015). Postrzeganie agroturystyki w województwie podlaskim. W B. Roszkowska-Mądra, M. Roman (red.), *Współczesne problemy rozwoju turystyki w ujęciu regionalnym* (s. 43–59). Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Białymstoku. <https://witrynawiejska.org.pl/wp-content/uploads/2015/09/ptedruk1.pdf>
- Kazojć, K. (2014). Koncepcja społecznej odpowiedzialności i jej obszary w organizacjach. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 1(38), 57–69. http://wneiz.pl/nauka_wneiz/sip/sip38-2014/SiP-38-t1-57.pdf
- Kenig-Witkowska, M. M. (2011). *Międzynarodowe prawo środowiska: Wybrane zagadnienia systemowe*. Wolters Kluwer Polska.
- Klima, S. (2017). Rola rozwoju zrównoważonego w kształtowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw. W M. Maciejewski, K. Wach (red.), *Handel zagraniczny i biznes międzynarodowy we współczesnej gospodarce* (s. 215–226). Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. <https://ier.uek.krakow.pl/index.php/pm/article/view/1799/pdf>
- Kłodziński, M. (2005). Turystyka wiejska w procesie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. *Woda-Środowisko-Obszary Wiejskie*, 5 (1 (13)), 9–22. https://www.itp.edu.pl/old/wydawnictwo/woda/zeszyt_13_2005/artykuly/Klodzinski.pdf
- Kłodziński, M. (2006). Rolnictwo a zrównoważony rozwój obszarów wiejskich. W J. Zegar (red.), *Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym* (nr 3, s. 9–20). Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, Państwowy Instytut Badawczy.
- Korombel, A. (2016). Mary Parker Follett – wizjonerka nauk o zarządzaniu. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 3, 183–192. <https://publisherspanel.com/api/files/view/146212.pdf>
- Kosacka, M., Werner-Lewandowska, K. (2016). Metodyka pomiaru zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie z użyciem wskaźników – studium przypadku. W S. Saniuk, K. Witkowski (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu logistycznym* (s. 189–204). Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk. <https://piz.san.edu.pl/docs/e-XVII-12-1.pdf>
- Kotler, P., Hessekiel, D., Lee, N. R. (2012). *Dobro popłaca! MT Biznes*.

- Kowalczyk, M. (2011). Wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki. *Człowiek i Środowisko*, 35(3–4), 35–50.
- Kowska-Styczeń, A. (2015). Organizacja jako złożony system adaptacyjny. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie*, 80, 179–188. <https://share.google/3tkYrNrpJdbI5VSLU>
- Krippendorf, J. (1999). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Taylor & Francis.
- Kubicka, J. (2018). Praktyki na rzecz zrównoważonego rozwoju stosowane przez polskie przedsiębiorstwa. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 512, 113–122. <https://doi.org/10.15611/pn.2018.512.10>
- Ladd, J. (1970). Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations. *Monist*, 54(4), 488–516. <https://doi.org/10.5840/monist197054433>
- Lane, B. (1994). Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 102–111. <https://doi.org/10.1080/09669589409510687>
- Laszlo, C. (2008). *Firma zrównoważonego rozwoju*. Studio EMKA.
- Lee, T. H. (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 34, 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Lee, Y., Kozar, K. A. (2006). Investigating the Effect of Website Quality on e-Business Success: An Analytic Hierarchy Process (AHP) Approach. *Decision Support Systems*, 42(3), 1383–1401. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2005.11.005>
- Lemelin, H., Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P., Lueck, M. (2010). Last-Chance Tourism: The Boom, Doom, and Gloom of Visiting Vanishing Destinations. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 477–493. <https://doi.org/10.1080/13683500903406367>
- Long, T. B. (2019). Sustainable Business Strategy. W W. Leal Filho, A. M. Azul, L. Brandli, P. G. Özuyar, T. Wall (red.), *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals: Decent Work and Economic Growth* (s. 975–985). Springer.
- Majewski, J., Lane, B. (2003). *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*. Fundacja Edukacja dla Demokracji.
- Manning, E. W., Dougherty, T. D. (1995). Sustainable Tourism Preserving the Golden Goose. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 29–42. [https://doi.org/10.1016/0010-8804\(95\)93841-H](https://doi.org/10.1016/0010-8804(95)93841-H)
- Marquina, P., Morales, C. E. (2012). The Influence of CSR on Purchasing Behaviour in Peru and Spain. *International Marketing Review*, 29(3), 299–312. <https://doi.org/10.1108/02651331211229778>
- Martin, D. M., Schouten, J. W. (2014). Sustainable Marketing through the Natural Step. W R. Varey & M. Pirson (red.), *Humanistic Marketing* (s. 231–243). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137353290_18

- van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95–105. <https://doi.org/10.1023/A:1023331212247>
- Mazur-Wierzbicka, E. (2006). Miejsce zrównoważonego rozwoju w polskiej i unijnej polityce ekologicznej na początku XXI wieku. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 8, 319–328. https://www.ur.edu.pl/files/ur/import/Zeszyty/zeszyt-8/23_mazur-wierzbicka.pdf
- Mazur-Wierzbicka, E. (2019). Hotelarstwo społecznie odpowiedzialne – wybrane aspekty. W M. Drzazga (red.), *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (CSR) – perspektywa marketingu* (s. 45–54). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- McCool, S. F., Moisey, R. N., Nickerson, N. P. (2001). What Should Tourism Sustain? The Disconnect with Industry Perceptions of Useful Indicators. *Journal of Travel Research*, 40(2), 124–131. <https://doi.org/10.1177/004728750104000202>
- McNabb, D. E. (2019). Pathways to Sustainable Agriculture. W *Global Pathways to Water Sustainability* (s. 185–199). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-04085-7_12
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., Dobrška, Z. (1995). *Przekraczanie granic: globalne załamanie czy bezpieczna przyszłość?* Centrum Uniwersalizmu przy Uniwersytecie Warszawskim.
- Melo, T., Garrido-Morgado, A. (2012). Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(1), 11–31. <https://doi.org/10.1002/csr.260>
- Mensah, J. (2019). Sustainable Development: Meaning, History, Principles, Pillars, and Implications for Human Action: Literature Review. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1653531. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>
- Miecznikowski, T. (2019). WIŚNIEWSKI/FFW Communication/Life Tube. CSR z pomysłem przepędza potwory. *Marketing w Praktyce*, 6, 63–66.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-Responsible Tourism Discourse – Towards ‘Responsustainable’ Tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(Part B), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Milewski, D., Załoga, E. (2015). Transport’s Sustainable Development as the Economical Challenge. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Problemy Transportu i Logistyki*, 30(871), 141–151. <https://doi.org/10.18276/ptl.2015.30-11>
- Miller, G., Twining-Ward, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition: The Challenge of Developing and Using Indicators*. CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851990514.0000>
- Milne, M. J., Gray, R. (2013). W(h)ither Ecology? The Triple Bottom Line, the Global Reporting Initiative, and Corporate Sustainability Reporting. *Journal of Business Ethics*, 118(1), 13–29. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1543-8>

- Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej. (2019). *Informacje o Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju*. <https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/informacje-o-strategii-na-rzecz-odpowiedzialnego-rozwoju>
- Ministerstwo Rozwoju. (2017). *Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju – implementacja w Polsce*. <https://kampania17celow.pl/raporty/agenda-2030-na-rzecz-zrownowazonego-rozwoju-implementacja-w-polsce/>
- Miś, T. (2015). Rola kapitału społecznego w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 42(2), 282–295. <https://www.ur.edu.pl/files/ur/import/Import/2015/10/19-Mis-T..pdf>
- Miształ, A. (2018). Zrównoważony rozwój polskich przedsiębiorstw – ewaluacja. *Handel Wewnętrzny*, 2(373), 27–40. <https://bibliotekanauki.pl/articles/562279>
- Mitura, T. (2015). Turystyka wiejska jako forma zrównoważonej turystyki na przykładzie województwa podkarpackiego. W B. Petrecka, S. Dyrda-Maciałek, K. Rejman (red.), *Europa w ujęciu interdyscyplinarnym – społeczeństwo, polityka, gospodarka, turystyka* (s. 337–350). PWSTE.
- Moscato, G., Murphy, L. (2014). There Is No Such Thing as Sustainable Tourism: Re-Conceptualizing Tourism as a Tool for Sustainability. *Sustainability*, 6(5), 2538–2561. <https://doi.org/10.3390/su6052538>
- Moyle, C., Moyle, B., Ruhanen, L., Bec, A., Weiler, B. (2018). Business Sustainability: How Does Tourism Compare? *Sustainability*, 10(4), 968. <https://doi.org/10.3390/su10040968>
- Moyle, B., Moyle, C., Ruhanen, L., Weaver, D., Hadinejad, A. (2021). Are We Really Progressing Sustainable Tourism Research? A Bibliometric Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 106–122. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1817048>
- Niedzielski, E. (2015). Funkcje obszarów wiejskich i ich rozwój. *Problems of Agricultural Economics*, 343(2), 83–92. <https://doi.org/10.5604/00441600.1152187>
- Niemczyk, J. (2015). Metodologia nauk o zarządzaniu. W W. Czakon (red.), *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu* (Wydanie 3; s. 17–27). Wolters Kluwer Polska.
- Niezgoda, A. (2008). Rola różnych koncepcji i form rozwoju turystyki w dążeniu do celów rozwoju zrównoważonego. *Turyzm*, 18(2), 75–85. https://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/bitstream/handle/11089/29128/turyzm_2008_18_2_Niezgoda_75_85.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ONZ. (2015). *Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030* (70.1). Rezolucja przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne w dniu 25 września 2015. http://www.unic.un.org.pl/files/164/Agenda_2030_pl_2016_ostateczna.pdf
- Oplanić, M., Teżak Damijanić, A., Saftić, D., Čehić, A. (2019). The Internet as a Source of Information about Local Agro-Food Products. *Journal of Central European Agriculture*, 20(2), 759–769. <https://doi.org/10.5513/JCEA01/20.2.2127>
- Pańkowska, M. (n.d.). *Seminarium dla doktorantów – Paradygmat badań naukowych Hevnera i in.* <https://p.ue.katowice.pl/pank/DSRHevner.pdf>

- Papuziński, A. (2013). The Axiology of Sustainable Development: An Attempt at Typologization. *Aksjologia zrównoważonego rozwoju: próba typologizacji. Problemy Ekorozwoju*, 8(1), 5–25. <http://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-153fca1e-0805-42f5-8d43-7bebcfdc5c6c>
- Parra López, E., Calero García, F. J. (2006). Agrotourism, Sustainable Tourism and Ultraperipheral Areas: The Case of Canary Islands. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1), 85–97. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.006>
- Pato, M. L., Duque, A. S. (2021). Sustainability Communication in Rural Tourism: Website Content Analysis, in Viseu Dão Lafões Region (Portugal). *Sustainability*, 13(16), 8849. <https://doi.org/10.3390/su13168849>
- Peffers, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., Chatterjee, S. (2007). A Design Science Research Methodology for Information Systems Research. *Journal of Management Information Systems*, 24(3), 45–77. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240302>
- Piątek, Z. (2007). Przyrodnicze i społeczno-historyczne warunki równoważenia ładu ludzkiego świata. *Problemy Ekorozwoju*, 2(1), 31–44. <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-article-BPL6-0008-0019/c/Piatek.pdf>
- Du Pisani, J. A. (2006). Sustainable development – historical roots of the concept. *Environmental Sciences*, 3(2), 83–96. <https://doi.org/10.1080/15693430600688831>
- PN-EN ISO 14001: 2015 Systemy Zarządzania Środowiskowego – Wymagania i Wytyczne Stosowania (2016). Polski Komitet Normalizacyjny.
- PN-ISO 26000 – Guidance on Social Responsibility (2010).
- Począta, J. (2013). Wiejska turystyka kulturowa zgodna z paradygmatem zrównoważonego rozwoju. *Turystyka Kulturowa*, 4, 21–35. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/197/182>
- Popescu, I. C., Dumitru, I., Vegheş, C., Kailani, C. (2013). Marketing Communication as a Vector of the Romanian Small Businesses Sustainable Development. *Amfiteatru Economic, Supl. Special Business and Sustainable Development*, XV(7), 671–686. https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_1233.pdf
- Popiołek, K. (2017). *Slowhop – nowa platforma niedzisiejszych miejsc*. <https://turystyka.rp.pl/biura-podrozy/14641-slowhop-nowa-platforma-niedzisiejszych-miejsc>
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2011, January-February). *Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard Business Review. <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>
- Post, J. E., Preston, L. E., Sauter-Sachs, S. (2002). *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*. Stanford University Press.
- Przychodzeń, W. (2013). *Zrównoważone przedsiębiorstwo Teoria, praktyka, wycena, nauczanie*. Poltext.
- Psyk-Piotrowska, E., Gabryelak, E., Gwara, E., Jeziorska-Biel, P., Kretek-Kamińska, A., Sudra, E., Zajda, K. (2015). *Uwarunkowania i mechanizmy zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich – identyfikacja i ocena postaw młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz możliwości ich wykorzystania*

dla rozwoju lokalnego (Raport dotyczący opracowania i realizacji badań w ramach projektu flagowego „Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich Strategii UE dla regionu Morza Bałtyckiego”). https://ksow.pl/files/Bazy/Biblioteka/files/Uwarunkowania_i_mechanizmy_zrownowazonego_rozwoju_na_obszarach_wiejskich_-_Raport_metodologiczny.pdf

- Pulido-Fernández, J. I., Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M. (2015). Is Sustainable Tourism an Obstacle to the Economic Performance of the Tourism Industry? Evidence from an International Empirical Study. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 47–64. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.909447>
- Quan, Y., Wu, H., Li, S., Ying, S. X. (2018). Firm Sustainable Development and Stakeholder Engagement: The Role of Government Support. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1145–1158. <https://doi.org/10.1002/bse.2057>
- Rabadán-Martín, I., Aguado-Correa, F., Padilla-Garrido, N. (2019). Facing New Challenges in Rural Tourism: Signaling Quality via Website. *Information Technology & Tourism*, 21(4), 559–576. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00157-y>
- Rada Ministrów. (2017). *Strategia na rzecz odpowiedzialnego rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.)*. Uchwała nr 8 z 14 lutego 2017 r., Monitor Polski poz. 260. 2020. <https://www.gov.pl/documents/33377/436740/SOR.pdf>
- Rada Ministrów. (2019). *Strategia Zrównoważonego Rozwoju Wsi, Rolnictwa i Rybactwa 2030*. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/dokumenty-analizy-szrwir-2030>
- Roberts, L., Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation Principles to Practice*. CABI Publishing.
- Rodríguez-López, N., Diéguez-Castrillón, M. I., Gueimonde-Canto, A. (2019). Sustainability and Tourism Competitiveness in Protected Areas: State of Art and Future Lines of Research. *Sustainability*, 11(22), 6296. <https://doi.org/10.3390/su11226296>
- Rojek-Nowosielska, M. (2017). *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Model, diagnoza, ocena* (Monografie i Opracowania Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 269). <https://ksiegarnia.ue.wroc.pl/spoleczna-odpowiedzialnosc-przedsiębiorstw-model-diagnoza-ocena>
- Roman, M., Niedziółka, A. (2017). *Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*. Wydawnictwo SGGW Warszawa.
- Roman, M., Roman, A. (2019). Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w działaniach terapeutycznych realizowanych w turystyce wiejskiej. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 3, 72–83. <https://share.google/w2c9zGEN1ZcNn09Si>
- Roszkowska-Mądra, B., Roman, M. (2015). Znaczenie turystyki wiejskiej w zrównoważonym rozwoju terenów peryferyjnych (na przykładzie gminy Płaska). *Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. Roczniki Naukowe*, XVII(4), 261–266. <https://bibliotekanauki.pl/articles/870779>
- Roszkowska, E., Karwowska, R. (2014). Wielowymiarowa analiza poziomu zrównoważonego rozwoju województw Polski w 2010 roku. *Ekonomia i Zarządzanie*, 6(1), 9–37. <http://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-30723c68-90ce-4fdc-81aa-027c1d780865>

- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., McLennan, C. J. (2015). Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25-Year Bibliometric Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517–535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
- Rutecka, P. (2019). Właściciel agroturystycznego przedsiębiorstwa rodzinnego jako brand-hero marki. W H. Kościelniak, A. Puto (red.), *Nowe trendy w rozwoju firm rodzinnych* (s. 79–93). Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of Sustainability in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Santeramo, F. G., Barbieri, C. (2017). On the Demand for Agritourism: A Cursory Review of Methodologies and Practice. *Tourism Planning & Development*, 14(1), 139–148. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1137968>
- Santos, M. C., Veiga, C., Águas, P., Santos, J. A. C. (2019). Sustainability communication in hospitality in peripheral tourist destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 660–676. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2019-0049>
- Saseanu, A. S., Ghita, S. I., Albastroiu, I., Stoian, C.-A. (2020). Aspects of Digitalization and Related Impact on Green Tourism in European Countries. *Information*, 11(11), 507. <https://doi.org/10.3390/info11110507>
- Schaefer, A., Crane, A. (2005). Addressing Sustainability and Consumption. *Journal of Macromarketing*, 25(1), 76–92. <https://doi.org/10.1177/0276146705274987>
- Schaltegger, S. (2011). Von CSR zu Corporate Sustainability. W B. Sandberg, K. Lederer (red.), *Corporate Social Responsibility in kommunalen Unternehmen* (s. 187–199). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94040-3_11
- Schramade, W. (2017). Investing in the UN Sustainable Development Goals: Opportunities for Companies and Investors. *Journal of Applied Corporate Finance*, 29(2), 87–99. <https://doi.org/10.1111/jacf.12236>
- Scott, D. (2011). Why Sustainable Tourism Must Address Climate Change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.539694>
- Seroka-Stolka, O. (2011). Poziom świadomości ekologicznej przedsiębiorców jako element zrównoważonego rozwoju – analiza porównawcza. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie* 15(4), 159–165. <https://share.google/smJqCBENUquxCfXOI>
- Sharples, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* Earthscan. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/28323/1/173.pdf.pdf>
- Shields, J., Shelleman, J. M. (2014). Integrating Sustainability into SME Strategy. *Journal of Small Business Strategy*, 25(2), 59–76. <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/561/529>
- Siekierski, J., Popławski, Ł. (2009). Usługi turystyczne jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 3(14), 153–164. <https://doi.org/10.25944/znmwse.2009.03.153164>
- Sikora, J. (1999). *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

- Sikora, J., Wartecka-Ważyńska, A. (2016). Reklama internetowa w promocji ruchu turystycznego na wsi. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1(33), 211–224. https://bazhum.muzhp.pl/media/texts/ekonomiczne-problemy-turystyki/2016-numer-1-33/ekonomiczne_problemy_turystyki-r2016-t-n1_33-s211-224.pdf
- Simão, J. N., Partidário, M. do R. (2012). How Does Tourism Planning Contribute to Sustainable Development? *Sustainable Development*, 20(6), 372–385. <https://doi.org/10.1002/sd.495>
- Śleszyński, J. (2017). Wskaźniki trwałego rozwoju na poziomie lokalnym. *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 4(88), 39–52. https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/6230/1/Optimum_4_2017_J_Sleszynski_Wskazniki_trwalego_rozwoju_na_poziomie_lokalnym.pdf
- Smith, A. (1989). *Teoria uczuć moralnych*. PWN.
- Społeczny Instytut Ekologiczny. (n.d.). *Polski Certyfikat Ekoturystyczny*. <https://sie.org.pl/polski-certyfikat-ekoturystyczny/>
- Stanford, D. (2006). *Responsible Tourism, Responsible Tourists: What Makes a Responsible Tourist in New Zealand?* Victoria University of Wellington.
- Stange, R., Schiele, H., Henseler, J. (2022). Advancing Purchasing as a Design Science: Publication Guidelines to Shift towards More Relevant Purchasing Research. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 28(1), 100750. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2022.100750>
- Stanny, M., Czarnecki, A. (2011). *Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich Zielonych Pluc Polski. Próba analizy empirycznej*. Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk. https://www.irwirpan.waw.pl/dir_upload/site/files/Monika/ksiazka_2011/r00.pdf
- Stecko, J. (2012). CSR 1.0 a CSR 2.0 porównanie i analiza pojęć. *Scientific Journals of Rzeszów University of Technology, Series: Management and Marketing*, 19, 119–125. <https://doi.org/10.7862/rz.2012.zim.10>
- Stefańczyk, J., Golnik, B. (2017). Wyzwania agroturystyki w Polsce. W J. Uglis, A. Jęczmyk (red.), *Agroturystyka w teorii i praktyce* (s. 13–24). Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.
- Stoddard, J. E., Evans, M. R., Davé, D. S. (2008). Sustainable Tourism: The Case of the Blue Ridge National Heritage Area. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(3), 245–257. <https://doi.org/10.1177/1938965508320574>
- Stoddard, J. E., Evans, M. R., Pollard, C. E. (2012). The Triple Bottom Line A Framework for Sustainable Tourism Development. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 13(3), 233–258. <https://doi.org/10.1080/15256480.2012.698173>
- Stojanovic, A., Milosevic, I., Arsic, S., Urosevic, S., Mihajlovic, I. (2020). Corporate Social Responsibility as a Determinant of Employee Loyalty and Business Performance. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 149–166. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.02.09>

- Sudoł, S. (2006). *Przedsiębiorstwo: podstawy nauki o przedsiębiorstwie: zarządzanie przedsiębiorstwem*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sudoł, S. (2012). *Nauki o zarządzaniu: podstawowe problemy, kontrowersje i propozycje*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sukiennik, M. (2014). Turystyka w czasach przesytu. Slow Travel jako alternatywa. *Turystyka Kulturowa*, 3, 21–38. <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/458/434>
- Szarucki, M. (2018). Analiza zakresów tematycznych teoretycznych rozważań w subdyscyplinie metodologia nauk o zarządzaniu. *Organizacja i Kierowanie*, 2(181), 27–40.
- Sznajder, M., Przezbórska, L. (2006). *Agroturystyka*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Tao, T. C. H., Wall, G. (2009). Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy. *Tourism Management*, 30(1), 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.009>
- Tölkes, C. (2020). The Role of Sustainability Communication in the Attitude–Behaviour Gap of Sustainable Tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 117–128. <https://doi.org/10.1177/1467358418820085>
- Tomasiewicz, J. (2004). Przemoc w ruchu ekologicznym: od obywatelskiego nieposłuszeństwa do terroryzmu (przypadek Earth Liberation Front). *Krakowskie Studia Międzynarodowe*, 1, 187–210. <https://repozytorium.uafm.edu.pl/items/20062664-0195-43f1-a139-f885bf4fdc0e>
- Torres-Delgado, A., Palomeque, F. L. (2014). Measuring Sustainable Tourism at the Municipal Level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122–137. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.003>
- Tourism Sustainability Group. (2007). *Action for More Sustainable European Tourism* (Report). http://www.ernestproject.eu/coalap/ernest/other_docs/10072009160632789_tsg_final_report_en.pdf
- Uglis, J., Jęczmyk, A. (2017). *Agroturystyka w teorii i praktyce*. Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.
- UNIC Warsaw. (2019). *Biznes i cele zrównoważonego rozwoju*. <https://www.un.org.pl/biznes-i-cele-zrownowazonego-rozwoju>
- UNIC Warsaw. (2020). *Cele zrównoważonego rozwoju*. Platforma SDG. <https://www.un.org.pl/glowny-urzad-statystyczny>
- United Nations Statistics Division. (n.d.). *Welcome to UNSD*. <https://unstats.un.org/home/> (dostęp: 11.01.2020).
- Unuczek, T. (2022). Typologia inicjatyw związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu jako element zrównoważonego rozwoju w społeczeństwie. W A. Walasik, H. Ziętała (red.), *Zrównoważony rozwój w kontekście współczesnych zmian społeczno-gospodarczych* (s. 35–48). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- UNWTO/UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable – a Guide for Policy Makers*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284408214>

- UNWTO. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. World Tourism Organization. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_216669.pdf
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook*. <https://doi.org/10.18111/9789284407262>
- Vasilenko, L., Arbačiauskas, V. (2012). Obstacles and Drivers for Sustainable Innovation Development and Implementation in Small and Medium Sized Enterprises. *Environmental Research, Engineering and Management*, 60(2), 58–66. <https://doi.org/10.5755/j01.ere.m.60.2.1242>
- Venable, J., Pries-Heje, J., Baskerville, R. (2016). FEDS: A Framework for Evaluation in Design Science Research. *European Journal of Information Systems*, 25(1), 77–89. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.36>
- Visser, W. (2013). *Corporate Sustainability & Responsibility: An Introductory Text on CSR Theory & Practice – Past, Present & Future*. Kaleidoscope Futures.
- Waligo, V. M., Clarke, J., Hawkins, R. (2013). Implementing Sustainable Tourism: A Multi-Stakeholder Involvement Management Framework. *Tourism Management*, 36, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wawro, E. (2005). Dylematy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w świetle teorii i praktyki. *Zeszyty Naukowe AE*, 35, 15–32. https://www.ue.katowice.pl/fileadmin/user_upload/wydawnictwo/SE_Archiwalne/SE_35/06.pdf
- WCED. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Transmitted to the General Assembly as Annex A/42/427 – Development and International Co-operation: Environment. UN Documents: Gathering a body of global agreements. <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 5–15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.536242>
- Werth, D., Avissar, R. (2002). The local and global effects of Amazon deforestation. *Journal of Geophysical Research*, 107(D20), LBA 55-1–LBA 55-8. <https://doi.org/10.1029/2001JD000717>
- Wilk, I. (2013). Aktywność marketingowa przedsiębiorstw w warunkach zrównoważonego rozwoju. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 30(775), 273–287. https://bazhum.muzhp.pl/media/texts/problemy-zarzadzania-finansow-i-marketingu/2013-tom-30/problemy_zarzadzania_finansow_i_marketingu-r2013-t30-s273-287.pdf
- Wilk, I. (2018). Działalność marketingowa gospodarstw ekoagroturystycznych w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 535, 195–204. <https://doi.org/10.15611/pn.2018.535.18>
- Wilkin, J. (2007). Obszary wiejskie w warunkach dynamizacji zmian strukturalnych. W *Ekspertyzy do Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020* (t. 1, s. 593–616) Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

- Wilkin, J. (2010). Wielofunkcyjność rolnictwa – nowe ujęcie roli rolnictwa w gospodarce i społeczeństwie. W J. Wilkin (red.), *Wielofunkcyjność rolnictwa Kierunki badań, podstawy metodologiczne i implikacje praktyczne* (s. 17–41). Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk. <https://doi.org/10.53098/9798389900363>
- Wilkin, J. (2011). Wielofunkcyjność wsi i rolnictwa a rozwój zrównoważony. *Wies i Rolnictwo*, 4(153), 27–39.
- Williams, A. M. (2013). Mobilities and Sustainable Tourism: Path-Creating or Path-Dependent Relationships? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 511–531. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.768252>
- Wiśniewska, M. (2012). Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”. *Zarządzanie i Finanse*, 10(3/2), 161–176.
- Wlazły, A. (2018). Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich w aspekcie teorii wielofunkcyjności. *Progress in Economic Sciences*, 5, 65–94. <https://doi.org/10.14595/PES/05/005>
- Wojciechowska, J. (2006). Geneza oraz ewolucja turystyki na obszarach wiejskich w Polsce. *Folia Turistica*, 17, 99. <https://foliaturistica.pl/article/545414/pl>
- Wojciechowska, J. (2007). Systematyka i wyróżniki pojęć dotyczących turystyki na obszarach wiejskich. W W. Kurek, M. Mika (red.). *Studia nad turystyką. Tradycja, stan obecny i perspektywy badawcze* (nr 5, s. 297–310). Instytut Gospodarki Przemysłowej, Uniwersytet Jagielloński.
- Wojciechowska, J. (2010). Agroturystyka – signum polskiej turystyki. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 9(4), 597–606.
- Wolak-Tuzimek, A. (2019). *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa a konkurencyjność przedsiębiorstw*. CeDeWu.
- World Trade Organization. (2016). *Levelling the trading field for SMEs* (Report). https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr16_e.htm
- WTTC. (2020). Economic Impact Reports. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- Xie, J., Nozawa, W., Yagi, M., Fujii, H., Managi, S. (2019). Do Environmental, Social, and Governance Activities Improve Corporate Financial Performance? *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 286–300. <https://doi.org/10.1002/bse.2224>
- Zacher, L. W. (2008). Trwały rozwój – utopia czy realna możliwość? *Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development*, 3(2), 63–68. <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-article-BPL6-0009-0006/c/Zacher.pdf>
- Zaręba, D. (2008). *Ekoturystyka*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zatwarnicka-Madura, B., Siemieniako, D., Glińska, E., Sazonenka, Y. (2019). Strategic and Operational Levels of CSR Marketing Communication for Sustainable Orientation of a Company: A Case Study from Bangladesh. *Sustainability*, 11(2), 555. <https://doi.org/10.3390/su11020555>
- Zawadka, J. (2010). *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*. Wydawnictwo SGGW.

- Zawisza, S., Buczkowska, K. (2017). Ocena działalności agroturystycznej w powiecie żnińskim województwa kujawsko-pomorskiego. *Roczniki (Annals)*, 18(4). <https://bibliotekanauki.pl/articles/863199>
- Zaworska, T. (2010). *Uwarunkowania dot. organizacji i prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego*. <https://witrynawiejska.org.pl/2010/05/20/agroturystyka-krok-po-kroku/> (dostęp: 30.09.2022).
- Zdonek, I., Hysa, B., Zdonek, D. (2016). Publikacje przeglądowe w naukach o zarządzaniu – istota i tendencje. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie / Politechnika Śląska*, 96, 519–533. <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-1e7e443e-99a4-4f25-97a6-882ba2e7c992>
- Zegar, J. S. (2012). Rola drobnych gospodarstw rolnych w procesie społecznie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. *Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych*, 1, 129–148.
- Zgrzywa-Ziemak, A. (2019). *Model zrównoważenia przedsiębiorstwa*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej. https://dbc.wroc.pl/Content/73951/Zgrzywa-Ziemak_Model_zr%C3%B3wnowazenia_przedsiębiorstwa.pdf
- Zhang, S., Chan, E. S. W. (2020). A Modernism-Based Interpretation of Sustainable Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 223–237. <https://doi.org/10.1002/jtr.2330>
- Zuzek, D. (2017). Świadomość ekologiczna przedsiębiorców jako element zrównoważonego rozwoju. *Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Ekonomia*, 11(326), 162–171. https://www.ue.katowice.pl/fileadmin/user_upload/wydawnictwo/SE_Artyku%C5%82y_321_340/SE_326/12.pdf



SPIS RYSUNKÓW

1. Cykle Design Science Research dla budowy artefaktu Katalogu Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych (KDZRGGA)	12
2. Etapy w rozwoju CSR przedsiębiorstwa	31
3. Czynniki wpływające na podejmowanie działań odpowiedzialnych i zrównoważonych przez firmy	41
4. Model przyczynowo-skutkowy wdrażania działań zrównoważonych.....	49
5. Hierarchia pojęciowa turystyki na obszarach wiejskich.....	93



SPIS TABEL

1. Główne różnice pomiędzy CSR a zrównoważonym rozwojem	24
2. Barometr Wpływu. Wskaźniki SDG dla biznesu.....	37
3. Obowiązkowe kryteria certyfikacji Ecolabel	74
4. Globalne Kryteria dla Turystyki Zrównoważonej.....	77
5. Kryteria Polskiego Certyfikatu Ekoturystycznego	102
6. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zatrudnienie	125
7. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zgodność z przepisami	126
8. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Transparentność	127
9. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Promocja regionu	128
10. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Architektura i infrastruktura	129
11. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Zbiorniki wodne	129
12. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Lokalna produkcja	130
13. Działania zrównoważonego rozwoju w obszarze Rolnictwo i edukacja	131
14. Formy prowadzenia działalności gospodarczej przez gospodarstwa agroturystyczne	134
15. Realizacja działań w obszarze Zatrudnienie.....	136
16. Zatrudnienie osób zagrożonych wykluczeniem w agroturystyce	136
17. Oferowane w gospodarstwach agroturystycznych warunki zatrudnienia	137
18. Koncepcja zrównoważonego rozwoju w wizji gospodarstw agroturystycznych	139
19. Zawartość regulaminów gospodarstw agroturystycznych	140
20. Obszar Transparentność: Zawartość strony internetowej	141
21. Komunikacja w mediach społecznościowych	142
22. Dostosowanie sposobu komunikacji do różnych grup odbiorców	143
23. Obszar Transparentność: zawartość materiałów drukowanych.....	144
24. Miejsca możliwego opiniowania gospodarstw agroturystycznych.....	145
25. Wprowadzanie działań naprawczych w odpowiedzi na opinie gości	146
26. Obszar Promocja regionu: zawartość strony internetowej	146

27. Obszar Promocja regionu: zawartość drukowanych materiałów promocyjnych.....	147
28. Formy dostarczania informacji o dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym.....	148
29. Formy zaangażowania w rozwój obszaru turystycznego.....	148
30. Formy udziału w ochronie dziedzictwa kulturowego	149
31. Formy dbałości o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie.....	149
32. Formy działania realizowane w odniesieniu do artefaktów	150
33. Formy realizacji działania: charakter regionu znajduje odzwierciedlenie w budynkach i wyposażeniu	151
34. Materiały wykorzystywane do budowy i tworzenia infrastruktury	152
35. Materiały i produkty wykorzystywane w wyposażeniu	152
36. Umożliwienie społeczności lokalnej dostępu do własnych zbiorników wodnych	153
37. Deklarowana dbałość o czystość zbiorników wodnych	154
38. Nieograniczanie społeczności lokalnej dostępu do zbiorników wodnych	154
39. Formy współpracy z lokalnymi producentami i rzemieślnikami.....	155
40. Produkty wykorzystywane do przygotowywania posiłków	155
41. Formy zaangażowania w rozwój lokalnej społeczności	156
42. Wykorzystywanie środków bezpiecznych dla środowiska.....	157
43. Ograniczenie zużycia wody	157
44. Wykorzystywanie alternatywnych źródeł energii.....	158
45. Wykorzystywanie urządzeń energooszczędnych.....	158
46. Stosowane formy redukcji ilości wytwarzanych odpadów.....	159
47. Stosowane metody zmniejszają ilość wytwarzanych zanieczyszczeń	159
48. Uprawa roślin endemicznych i charakterystycznych dla regionu	160
49. Dostępne formy kontaktu gości ze zwierzętami.....	161
50. Informacje dotyczące zachowania w stosunku do zwierząt w regulaminach	161
51. Udział w promocji zdrowia i prowadzenie działań profilaktycznych	162
52. Formy podejmowanych działań edukacyjnych.....	163
53. Osoby prowadzące zajęcia edukacyjne	163
54. Tematyka prowadzonych działań edukacyjnych	164
55. Przyjęte kryteria poziomu realizacji działań zrównoważonego rozwoju	165
56. Zatrudnienie: poziom realizacji działań	165
57. Zgodność z przepisami: poziom realizacji działań.....	166
58. Transparentność: poziom realizacji działań.....	167
59. Promocja regionu: poziom realizacji działań	168
60. Architektura i infrastruktura: poziom realizacji działań	170
61. Zbiorniki wodne: poziom realizacji działań.....	171
62. Lokalna produkcja: poziom realizacji działań	171
63. Społeczność i ekologia: poziom realizacji działań	172
64. Rolnictwo i edukacja: poziom realizacji działań.....	173



SPIS WYKRESÓW

1. Wskazania ekspertów: zawartość regulaminu	108
2. Wskazania ekspertów: działania dotyczące zgodności z przepisami	109
3. Wskazania ekspertów: metody komunikowania o zrównoważonym rozwoju...	109
4. Wskazania ekspertów: formy angażowania pracowników w zrównoważony rozwój	110
5. Wskazania ekspertów: formy monitorowania zadowolenia klienta	111
6. Wskazania ekspertów: materiały promocyjne i komunikacja marketingowa	111
7. Wskazania ekspertów: działania w zakresie architektury i infrastruktury	112
8. Wskazania ekspertów: dbałość o zbiorniki wodne i prawo własności do nich...	113
9. Wskazania ekspertów: dostarczanie informacji na temat dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	113
10. Wskazania ekspertów: formy zaangażowania w rozwój obszaru turystycznego	114
11. Wskazania ekspertów: formy wsparcia lokalnej społeczności	114
12. Wskazania ekspertów: działania na rzecz lokalnego zatrudnienia i rozwoju zawodowego.....	115
13. Wskazania ekspertów: działania w zakresie zakupów u lokalnych dostawców	116
14. Wskazania ekspertów: formy wsparcia lokalnych przedsiębiorców	116
15. Wskazania ekspertów: formy przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu	117
16. Wskazania ekspertów: działania na rzecz równych szans w zatrudnieniu	117
17. Wskazania ekspertów: działania na rzecz godnych warunków zatrudnienia	118
18. Wskazania ekspertów: zachowanie podstawowych usług dla ludności lokalnej	118
19. Wskazania ekspertów: brak negatywnego wpływu na dostęp do źródeł utrzymania i zakwaterowania lokalnej społeczności	119
20. Wskazania ekspertów: zarządzanie i promowanie wizyt w społecznościach tubylczych oraz wrażliwych kulturowo lub historycznie miejscach	119

21. Wskazania ekspertów: formy zaangażowania w ochronę dziedzictwa kulturowego	120
22. Wskazania ekspertów: formy prezentacji oraz podtrzymania kultury i dziedzictwa kulturowego	121
23. Wskazania ekspertów: działania odpowiedzialne dotyczące artefaktów historycznych	121
24. Wskazania ekspertów: formy ograniczenia zużycia zasobów	122
25. Wskazania ekspertów: formy redukcji zanieczyszczeń	123
26. Wskazania ekspertów: działania na rzecz ochrony różnorodności biologicznej ...	123

1. Cele i zadania zrównoważonego rozwoju Polski

Obszar	Cele i oczekiwane efekty	Kierunki interwencji
1	2	3
Reindustrializacja	Wzrost zdolności przemysłu do sprostanania globalnej konkurencji	- Rozwój nowoczesnego przemysłu. - Rozwój infrastruktury technicznej i kompetencji dla Przemysłu 4.0. - System zarządzania jakością w przemyśle. - Surowce dla przemysłu. - Wspieranie kształcenia zawodowego dla Przemysłu 4.0
Rozwój innowacyjnych firm	Zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw na rynku krajowym i rynkach zagranicznych	- Wzmocnienie kapitału ludzkiego i społecznego w narodowym systemie innowacji. - Wzmocnienie otoczenia prawno-instytucjonalnego innowacyjnych przedsiębiorstw. - Mobilizacja kapitału prywatnego na rzecz prowadzenia działalności B+R+I, zwiększenie potencjału rynkowego prowadzonych badań oraz stopnia komercjalizacji wyników prac B+R. - Stymulowanie popytu na innowacje przez sektor publiczny. - Stymulowanie popytu zewnętrznego na innowacje poprzez zwiększenie zdolności i skłonności firm do eksportu oraz lokowania bezpośrednich inwestycji za granicą
Małe i średnie przedsiębiorstwa	- Przemiany strukturalne sektora - Nowe formy działania i współpracy - Nowoczesne instrumenty wsparcia	- Lepsze otoczenie prawne prowadzenia aktywności gospodarczej. - Instytucje publiczne wspierające rozwój podmiotów sektora. - Nowe modele działania. - Konkurencyjne gospodarstwa rolne i producenci rolno-spożywczy. - Instrumenty finansowania rozwoju. - Kompetencje na rzecz rozwoju. - Wsparcie lokalnych motorów przedsiębiorczości

cd. tabeli

1	2	3
Kapitał dla rozwoju	• Trwałe zwiększenie stopy inwestycji i ich jakości w dłuższej perspektywie, przy większym wykorzystaniu środków krajowych	• Zwiększenie koordynacji wsparcia inwestycji rozwojowych. • Rozwój rynku finansowego. • Wzmocnienie znaczenia Giełdy Papierów. • Wartościowych i rynku kapitałowego w Polsce. • Zwiększenie wykorzystania publicznych źródeł współfinansowania do stymulowania prywatnych nakładów inwestycyjnych. • Zwiększenie efektywności wydatków publicznych w zakresie dostarczania. • Wysokiej jakości infrastruktury i usług publicznych. • Budowa długoterminowego kapitału Polaków
Ekspansja zagraniczna	• Zwiększenie umiędzynarodowienia polskiej gospodarki • Zwiększenie eksportu towarów zaawansowanych technologicznie	• Wzmocnienie rozpoznawalności polskich produktów, marki „Polska” oraz Marki Polskiej Gospodarki. • Zwiększenie stopnia internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. • Unowocześnienie oferty eksportowej. • Wspieranie nowych kierunków ekspansji polskich firm
Spójność społeczna	• Redukcja ubóstwa i wykluczenia społecznego oraz poprawa dostępu do usług świadczonych w odpowiedzi na wyzwania demograficzne • Wzrost i poprawa wykorzystania potencjału kapitału ludzkiego na rynku pracy	• Aktywna polityka prorodzinna. • Poprawa dostępności do usług, w tym społecznych i zdrowotnych. • Wsparcie grup zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem oraz zapewnienie spójności działań na rzecz integracji społecznej. • Rynek pracy zapewniający wykorzystanie potencjału zasobów ludzkich dla rozwoju Polski. • Polityka migracyjna jako instrument zarządzania zasobami ludzkimi
Rozwój zrównoważony terytorialnie	• Zrównoważony rozwój kraju wykorzystujący potencjały poszczególnych terytoriów • Wzmacnianie regionalnych przewag konkurencyjnych • Podniesienie skuteczności i jakości wdrażania polityk ukierunkowanych terytorialnie	• Zrównoważony rozwój kraju wykorzystujący indywidualne potencjały poszczególnych terytoriów, w tym Polski Wschodniej i innych obszarów słabszych gospodarczo, Śląska, aktywnych gospodarczo i przyjaznych miast oraz rozwój obszarów wiejskich. • Wzmacnianie regionalnych przewag konkurencyjnych przez wzmacnianie regionalnych systemów inwestycji, zapewnienie efektywnego systemu finansowania przedsięwzięć rozwojowych w regionach i wzmocnienie koncentracji działań proinnowacyjnych oraz synergii pomiędzy krajowymi i regionalnymi specjalizacjami. • Podniesienie skuteczności i jakości wdrażania polityk ukierunkowanych terytorialnie przez wzmocnienie sprawności administracyjnej samorządów, poprawę organizacji świadczenia usług publicznych oraz wzmocnienie współpracy i zintegrowanego podejścia do rozwoju na poziomie lokalnym, regionalnym i ponadregionalnym i zwiększenie efektywności ich finansowania
Prawo w służbie obywatelom i gospodarce	• Uproszczenie prawa zapewniające lepsze warunki dla działalności gospodarczej i realizacji potrzeb obywateli	• Doskonalenie systemu stanowienia prawa. • Przegląd obowiązującego prawa oraz jego uproszczenie, w tym redukcja barier prawnych i kosztów regulacyjnych związanych z wykonywaniem działalności gospodarczej

cd. tabeli

1	2	3
Instytucje prorozwojowe i strategiczne zarządzanie rozwojem	• Inkluzywne i skuteczne instytucje publiczne – dostępne i otwarte dla obywateli oraz przedsiębiorców • Budowa zintegrowanego systemu planowania rozwoju w wymiarze społecznym, gospodarczym i przestrzennym	• Zwiększenie sprawności funkcjonowania instytucji państwa, w tym administracji. • Wzmocnienie strategicznej koordynacji i zarządzania politykami publicznymi. • Zwiększenie efektywności programowania rozwoju poprzez zintegrowanie planowania przestrzennego i społeczno-gospodarczego oraz zapewnienie realnej partycypacji społecznej
E-państwo	• Cyfrowe państwo usługowe	• Budowa i rozwój e-administracji – orientacja administracji państwa na usługi cyfrowe
Finanse publiczne	• Stabilne, efektywne i zrównoważone finanse publiczne	• Przeprowadzenie zmian regulacyjno-instytucjonalnych zmierzających do zapewnienia dochodów budżetowych niezbędnych dla sfinansowania wydatków państwa. • Przeprowadzenie reformy systemu budżetowego w taki sposób, aby nowy system wspierał osiągnięcie celów strategicznych i priorytetów rozwojowych w perspektywie wieloletniej. • Reforma systemu finansowania jednostek samorządu terytorialnego w celu powiązania go z ich potrzebami rozwojowymi (obejmująca także instrumenty pozabudżetowe). • Zwiększenie spójności i przejrzystości systemu emerytalnego
Efektywność wykorzystania środków UE	• Wykorzystanie środków z budżetu Unii Europejskiej w sposób przekładający się na trwałe efekty rozwojowe	• Zwiększenie orientacji środków EFSI na projekty przyczyniające się do realizacji celów strategii oraz mających wpływ na innowacyjny i zrównoważony rozwój społeczno-gospodarczy. • Zwiększenie udziału wsparcia w formie zwrotnej, zarówno instrumentów finansowych, jak i pomocy zwrotnej w finansowaniu inwestycji rozwojowych. • Zwiększenie zakresu i efektywności interwencji funduszy w obszarze innowacyjności gospodarki. • Uproszczenie systemu realizacji projektów finansowanych. • Zwiększenie koordynacji funduszy UE z EFSI i innymi środkami zewnętrznymi oraz zdolności instytucjonalnej do efektywnego korzystania przez Polskę ze środków europejskich w ramach programów zarządzanych centralnie przez KE

Źródło: Na podstawie: Rada Ministrów (2017).

2. Kryteria dla Agroturystyki Zrównoważonej

Treść kryteriów opracowanych na podstawie dokumentów strategicznych wymienionych w rozprawie posłużyła jako zawartość kwestionariusza w badaniu: Działania zrównoważonego rozwoju możliwe do realizowania w agroturystyce.

1. **System zarządzania** – Przedsiębiorstwo posiada udokumentowany system zarządzania firmą, obejmujący kwestie środowiskowe, społeczne, kulturalne, ekonomiczne, jakościowe, dotyczące praw człowieka, zdrowia i bezpieczeństwa, uwzględniający plan zarządzania ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi oraz zasady monitorowania rozwoju zrównoważonego.
2. **Zgodność z prawem** – Przedsiębiorstwo prowadzone jest zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi lokalnymi, krajowymi i międzynarodowymi przepisami i regulacjami, w tym między innymi aspektami zdrowia, bezpieczeństwa, pracy i środowiska.
3. **Raportowanie i komunikacja** – Organizacja komunikuje swoją politykę zrównoważonego rozwoju, działania i wyniki interesariuszom, w tym klientom poprzez udostępnianie raportów i informacji w materiałach komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej oraz angażuje klientów i interesariuszy w rozwój zrównoważony.
4. **Zaangażowanie pracowników** – Personel jest zaangażowany w opracowywanie i wdrażanie systemu zarządzania zrównoważonym rozwojem oraz otrzymuje okresowe wskazówki i szkolenia dotyczące ich ról i obowiązków w zakresie jego realizacji. Pracownicy posiadają certyfikaty i kwalifikacje w odpowiednich dyscyplinach, a także dostępne są materiały z odbytych przez nich kursów i szkoleń.
5. **Doświadczenia klienta** – Zadowolenie klienta, w tym aspekty zrównoważonego rozwoju, jest monitorowane i podejmowane są działania naprawcze.
6. **Dokładna promocja** – Materiały promocyjne i komunikacja marketingowa są dokładne i przejrzyste, przedsiębiorstwo nie obiecuje więcej niż dostarcza, w materiałach używane są rzeczywiste zdjęcia oferowanych świadczeń i udogodnień, a komunikowane informacje dotyczące zrównoważonego rozwoju oparte są o wyniki już osiągnięte.
7. **Budynki i infrastruktura** – Planowanie, lokalizacja, projektowanie, budowa, remonty, eksploatacja i rozbiora budynków oraz infrastruktury jest zgodne z przepisami prawnymi, przedsiębiorstwo posiada wymagane licencje i zezwolenia oraz prowadzi działania zgodnie z wymogami dotyczącymi obszarów chronionych i wrażliwych, jeżeli takie obowiązują w danym regionie; uwzględnia czynniki ryzyka, potencjał i integralność środowiska naturalnego i kulturowego w tym obszarów wrażliwych biologicznie, nie wpływają na walory wizualne, krajobraz, dziedzictwo kulturowe i naturalne, nie jest naruszana integralność dziedzictwa archeologicznego, kulturowego i religijnego, nie wpływają na wysiedlenie gatunków zagrożonych lub chronionych; uwzględnia stosowanie zrównoważonych lokalnych materiałów, praktyk i rzemiosła, w miarę możliwości z odpowiednią certyfikacją i uwzględnieniem przyjaznej dla środowiska utylizacji odpadów, a także wykorzystuje rodzime i endemiczne rośliny do kształtowania krajobrazu, w szczególności odporne na warunki, unikając gatunków egzotycznych i inwazyjnych; zapewnia dostęp dla osób niepełnosprawnych fizycznie i o innych szczególnych potrzebach, zapewnia informacje o poziomie dostępności i poddaje się w tym zakresie certyfikacji ekspertów.
8. **Wody gruntowe i prawa majątkowe** – Przedsiębiorstwo posiada udokumentowane prawa do gruntów i wody potwierdzające ich nabycie lub przejęcie w użytkowanie za bezpłatną i świadomą zgodą lokalnej społeczności i nie wymagało przesiedlenia.
9. **Informacje i interpretacja** – Przedsiębiorstwo dostarcza klientom informacje poprzez materiały informacyjne i za pośrednictwem przeszkolonych pracowników na temat dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego obszarów i właściwego zachowania podczas ich odwiedzania.

10. **Zaangażowanie w zrównoważony rozwój obszaru turystycznego** – Przedsiębiorstwo zajmuje się planowaniem i zarządzaniem zrównoważoną turystyką na obszarze swojego działania, jeżeli istnieją takie możliwości poprzez członkostwo, udział w spotkaniach i współpracę z lokalnymi organizacjami zarządzającymi, stowarzyszeniami i organizacjami pozarządowymi.
11. **Wsparcie społeczności** – Organizacja aktywnie wspiera inicjatywy na rzecz lokalnej infrastruktury i rozwoju lokalnej społeczności, która ma możliwość dostępu do obiektów turystycznych i świadczonych usług. Przykłady inicjatyw obejmują edukację, szkolenia, ochronę zdrowia, warunki sanitarne oraz projekty dotyczące skutków zmian klimatu.
12. **Lokalne zatrudnienie** – Przedsiębiorstwo zatrudnia pracowników pochodzących ze społeczności lokalnej i umożliwia im awans, w tym na stanowiska kierownicze. Organizuje szkolenia dla lokalnej społeczności umożliwiające im uzyskanie zatrudnienia.
13. **Zakupy lokalne** – Przedsiębiorstwo daje pierwszeństwo lokalnym i uczciwym dostawcom, ilekroć są oni dostępni i mają odpowiednią jakość.
14. **Lokalni przedsiębiorcy** – Przedsiębiorstwo wspiera innych lokalnych przedsiębiorców w opracowywaniu i sprzedaży zrównoważonych produktów i usług opartych na naturze, historii i kulturze regionu, w stosownych wypadkach zapewnia doradztwo i wsparcie dostawcom lokalnych usług i realizuje wspólne przedsięwzięcia oraz nawiązuje partnerstwa z lokalnymi przedsiębiorcami.
15. **Wykorzystywanie i molestowanie** – Przedsiębiorstwo wdrożyło udokumentowaną politykę przeciw komercyjnemu, seksualnemu lub prowadzonemu w jakiegokolwiek innej formie wykorzystywaniu lub molestowaniu w szczególności dzieci, młodzieży, kobiet, mniejszości i innych wrażliwych grup, współpracuje z lokalną społecznością w walce z wyzyskiem i wspiera działania przeciwko turystyce seksualnej dzieci.
16. **Równe szanse** – Przedsiębiorstwo oferuje możliwości zatrudnienia, w tym na stanowiskach kierowniczych, bez dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, religię, niepełnosprawność lub w inny sposób.
17. **Godna praca** – Przedsiębiorstwo przestrzega prawa pracownicze i zapewnia bezpieczne środowisko pracy, a także zapewnia umowę, dostęp do świadczeń i pensję wystarczającą na utrzymanie zgodnie z normami krajowymi, a także wykazuje świadomość międzynarodowych standardów pracy, umożliwia dostęp do wody, urządzeń sanitarnych i higienicznych, szkoleń i monitoruje satysfakcję pracowników.
18. **Usługi społeczne** – Działalność przedsiębiorstwa nie zagraża świadczeniu podstawowych usług, takich jak żywność, woda, energia, opieka zdrowotna lub sanitarna dla lokalnej społeczności.
19. **Lokalne źródła utrzymania** – Działalność przedsiębiorstwa nie wpływa negatywnie na dostęp do źródeł utrzymania, w tym użytkowania gruntów, zasobów wodnych, dróg, transportu i zakwaterowania lokalnej społeczności.
20. **Interakcje kulturowe** – Przedsiębiorstwo postępuje zgodnie z dobrymi praktykami międzynarodowymi i krajowymi oraz lokalnie uzgodnionymi wytycznymi dotyczącymi zarządzania i promowania wizyt w społecznościach tubylczych oraz wrażliwych kulturowo lub historycznie miejscach w celu zminimalizowania negatywnych skutków i maksymalizacji lokalnych korzyści i spełnienia gości.
21. **Ochrona dziedzictwa kulturowego** – Przedsiębiorstwo przyczynia się do ochrony, ochrony i wzbogacania miejsc i tradycji o znaczeniu historycznym, archeologicznym, kulturowym i duchowym, nie utrudnia dostępu do nich lokalnej społeczności.

22. **Prezentacja kultury i dziedzictwa** – Lokalna sztuka/rzemiosło znajduje odzwierciedlenie w architekturze i wyposażeniu przedsiębiorstwa, podtrzymuje lokalne dziedzictwo kulturowe, uwzględniając je w kuchni, handlu detalicznym, wydarzeniach i innych oferowanych usługach przestrzegając przy tym praw autorskich.
23. **Artefakty** – Artefakty historyczne i archeologiczne są przez przedsiębiorstwo chronione, nie są sprzedawane, a ich użycie jest udokumentowane i zgłoszone oraz zgodne z prawem lokalnym i międzynarodowym.
24. **Oszczędzanie zasobów** – Przedsiębiorstwo preferuje zakup produktów ekologicznych i posiadających certyfikaty środowiskowe, nie wykorzystuje i kupuje/sprzedaje zagrożonych gatunków. Przedsiębiorstwo ostrożnie zarządza zakupami towarów konsumpcyjnych i jednorazowych, w tym żywności, w celu zminimalizowania odpadów, preferuje towary wielokrotnego użytku. Przedsiębiorstwo mierzy i podejmuje działania w celu minimalizowania zużycia energii (energooszczędne urządzenia, oświetlenie) i stara się zwiększyć wykorzystanie energii odnawialnej. Przedsiębiorstwo mierzy i podejmuje działania w celu minimalizowania zużycia wody szczególnie na obszarach o wysokim ryzyku wodnym, edukuje personel i gości w kwestii efektywnego zużycia wody.
25. **Redukcja zanieczyszczenia** – Przedsiębiorstwo prowadzi działania w celu redukcji i wykluczenia emisji gazów cieplarnianych. Przedsiębiorstwo dąży do minimalizacji konieczności transportu i zachęca pracowników, klientów i dostawców do korzystania z czystszych i bardziej zasobooszczędnych alternatyw. Ścieki są odprowadzane do zatwierdzonego przez gminę lub rząd systemu oczyszczania, jeśli jest dostępny, lub wprowadza się system oczyszczania spełniający międzynarodowe standardy na miejscu. Przedsiębiorstwo stosuje mechanizmy zmniejszania ilości odpadów w tym odpadów żywnościowych, a w przypadku gdy zmniejszenie nie jest możliwe, ponownego wykorzystania lub recyklingu. Stosowanie substancji szkodliwych, w tym pestycydów, farb, środków dezynfekujących do basenów i środków czyszczących, jest zminimalizowane i zastępowane przez nieszkodliwe produkty. Przedsiębiorstwo monitoruje i ogranicza zanieczyszczenia hałasem, światłem, erozją, substancjami zubożającymi warstwę ozonową oraz zanieczyszczeniami powietrza, wody i gleby.
26. **Ochrona różnorodności biologicznej, ekosystemów i krajobrazów** – Przedsiębiorstwo wykazuje świadomość obszarów chronionych, zapewnia wsparcie finansowe, rzeczowe lub inne na rzecz ochrony różnorodności biologicznej w okolicy, łagodzi działania które mogą zakłócać przyrodę i siedliska w tym przez edukację klientów i współpracę z organizacjami. Przedsiębiorstwo podejmuje środki w celu uniknięcia wprowadzenia gatunków inwazyjnych, a rodzime gatunki są wykorzystywane do restaurowania i kształtowania krajobrazu. Przedsiębiorstwo przestrzega wytycznych dotyczących wizyt w naturalnych miejscach przyrodniczych i promuje właściwe zachowania wśród gości odwiedzających przyrodnicze miejsca naturalne. Przedsiębiorstwo przestrzega istniejących przepisów i wytycznych dotyczących interakcji z dzikimi zwierzętami, w tym ich oglądania, nie zezwala na bezpośrednie interakcje, w szczególności karmienie, chyba że te są wyraźnie usankcjonowane i minimalizuje zakłócenia dzikiej przyrody. Przedsiębiorstwo nie pozyskuje, nie hoduje i nie przetrzymuje w niewoli dzikich zwierząt (chyba że jest do tego uprawnione, a pracownicy mają odpowiednie kwalifikacje), a opieka nad zwierzętami, w tym domowymi, spełnia najwyższe standardy dobrostanu zwierząt. Przedsiębiorstwo nie pozyskuje, nie konsumuje i nie handluje dziką przyrodą z wyjątkiem sytuacji, gdy stanowią część

działalności regulowanej zapewniającej zrównoważone użytkowanie i zgodność z lokalnymi i międzynarodowymi przepisami.

3. Kwestionariusz ankiety do wypełnienia przez przedsiębiorstwa agroturystycznego

Treść kwestionariusza wykorzystanego w badaniu opisanym w rozdziale 4.2: Zrównoważony rozwój polskich gospodarstw agroturystycznych, do wypełnienia przez właścicieli przedsiębiorstw agroturystycznych

Oczekiwania względem zrównoważonego rozwoju polskich gospodarstw agroturystycznych

Szanowni Państwo,
zapraszam do udziału w badaniu skierowanym do osób prowadzących działalność agroturystyczną. Celem prowadzonych badań jest określenie, jakie działania prowadzone są w gospodarstwach agroturystycznych. Równolegle prowadzone są badania dotyczące oczekiwań klientów w tym zakresie.

W dalszej kolejności zostanie porównane, czy informowanie o tych działaniach może wpływać pozytywnie na wizerunek przedsiębiorstwa i zwiększać jego konkurencyjność na rynku. Punktem wyjścia dla badania jest zagadnienie zrównoważonego rozwoju. Jednak ewentualna nieznajomość tego pojęcia nie wyklucza wzięcia udziału w ankiecie.

Proszę o udzielanie odpowiedzi dotyczących działalności w standardowych warunkach, nie uwzględniając zmian i obostrzeń związanych z trwającą pandemią COVID-19. Przewidywany czas odpowiadania na pytania zawarte w kwestionariuszu to 10 minut. Udział w ankiecie jest anonimowy, a wyniki przedstawione będą wyłącznie w formie statystycznej w ramach pracy doktorskiej realizowanej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach.

Charakterystyka działalności

1. Województwo: wybór z listy województw (stan na rok 2020: podział administracyjny na 16 województw)
2. Forma prowadzonej agroturystyki
 - a. działalność nierejestrowana (*przejdź do sekcji Regulamin i zasady funkcjonowania*)
 - b. agroturystyka do 5 pokoi – zgłoszenie do Urzędu Gminy (*przejdź do sekcji Regulamin ...*)
 - c. agroturystyka do 12 pokoi – karta podatkowa
 - d. agroturystyka pow. 12 pokoi – ryczałt / na zasadach ogólnych / podatek liniowy

Tworzenie miejsc pracy

3. Czy gospodarstwo przyczynia się do tworzenia miejsc pracy przez współpracę z innymi podmiotami?
 - a. tak
 - b. nie
 - c. inne (jakie?)

4. Czy gospodarstwo zatrudnia pracowników
 - a. Nie, pracuje tylko właściciel (*przejdź do sekcji Zgodność z przepisami*)
 - b. W gospodarstwie pracują wyłącznie członkowie rodziny (*przejdź do sekcji Zgodność z przepisami*)
 - c. Tak, zatrudnia pracowników

Zatrudnienie

5. Czy gospodarstwo zatrudnia pracowników lokalnie (wieś, gmina, powiat)?
→ Zatrudnia pracowników spoza regionu 1 2 3 4 5 Wszyscy pochodzą ze społeczności lokalnej
6. Czy gospodarstwo organizuje praktyki lub staże zawodowe?
→ Nigdy nie były organizowane 1 2 3 4 5 Są organizowane każdego roku
7. Czy gospodarstwo kieruje pracowników na szkolenia lub przeprowadza szkolenia dla pracowników?
→ Nie, nigdy 1 2 3 4 5 Tak, bardzo często
8. Czy w gospodarstwie pracują osoby zagrożone w jakikolwiek sposób wykluczeniem? (wielokrotnego wyboru)
 - a. osoby niepełnosprawne
 - b. osoby starsze
 - c. osoby nieposiadające doświadczenia
 - d. samotnie wychowujących dzieci
 - e. cudzoziemcy
 - f. o odmiennym niż dominujące w kraju wyznaniu religijnym
 - g. zagrożone wykluczeniem z innych powodów
 - h. nie są zatrudnione osoby zagrożone wykluczeniem
9. Czy w gospodarstwie jest stosowane równouprawnienie w zatrudnieniu i wynagrodzeniu osób na tych samych stanowiskach?
→ Nie jest 1 2 3 4 5 Jest całkowite równouprawnienie
10. Czy w gospodarstwie zatrudniane są kobiety?
→ Pracują wyłącznie mężczyźni 1 2 3 4 5 Pracują wyłącznie kobiety
11. Osoby zatrudnione w gospodarstwie (wielokrotnego wyboru)
 - a. są zatrudnione na podstawie umowy o pracę
 - b. są zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej
 - c. mają prawo do urlopów
 - d. mają dostęp do świadczeń w tym zdrowotnych
 - e. mogą korzystać z zaplecza socjalnego, takiego jak bezpłatne wyżywienie i napoje
 - f. mogą korzystać z zaplecza socjalnego w postaci zakwaterowania
 - g. mają możliwość otrzymywania dodatkowych benefitów i nagród motywacyjnych
 - h. mają możliwość awansu
 - i. inne (jakie?)
12. Czy osoby pracujące w gospodarstwie zostały przeszkolone w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy?
 - a. właściciele zostali przeszkoleni w zakresie BHP
 - b. wszyscy pracujący zostali przeszkoleni w zakresie BHP
 - c. nikt nie został przeszkolony
 - d. nie dotyczy

Zgodność z przepisami i rekomendacjami

13. Czy w gospodarstwie spełnione są odpowiednie dla prowadzonej działalności przepisy sanitarno-epidemiologiczne (SANEPID)?
 - a. zostały wprowadzone wszystkie zalecenia
 - b. większość wymagań została spełniona
 - c. zostały spełnione minimalne wymagania
 - d. nie są spełnione wymagania
 - e. nie dotyczy
14. Czy wprowadzone zostały zasady ochrony przeciwpożarowej?
 - a. nie wprowadzono żadnych zasad ochrony przeciwpożarowej
 - b. wprowadzono zasady ochrony przeciwpożarowej optymalne w opinii właścicieli
 - c. wprowadzono rekomendowane przez specjalistę zasady ochrony przeciwpożarowej
 - d. zrealizowano system zgodny z kwalifikacją budynku i pełną dokumentacją (gaśnice, oznaczenie dróg ewakuacyjnych, system sygnalizacji pożarowej)
 - e. inne (jakie?)
15. Gospodarstwo przeciwdziała przejawom dyskryminacji, molestowania i wykorzystywania (wielokrotnego wyboru)
 - a. nigdy nie było świadkiem lub podmiotem zaangażowanym
 - b. w przypadku wystąpienia takiej sytuacji zgłasza fakt do odpowiednich służb
 - c. pracownicy są przeszkoleni w zakresie przeciwdziałania
 - d. prowadzi działalność edukacyjną lub terapeutyczną w tym zakresie
 - e. inne (jakie?)

Regulamin i zasady funkcjonowania

16. Czy wizja gospodarstwa zawiera założenia związane z działaniami prospołecznymi, proekologicznymi i mającymi na celu ochronę dziedzictwa kulturowego?
→ Nie 1 2 3 4 5 Tak
17. Czy gospodarstwo posiada regulamin?
 - a. tak
 - b. nie (*przejdź do sekcji Strona internetowa*)

Zawartość regulaminu

18. Czy w regulaminie obiektu zawarte są: (wielokrotnego wyboru)
 - a. zasady korzystania z obiektu i wyposażenia
 - b. informacje o pożądanym i niepożądanym zachowaniu gości
 - c. wytyczne dotyczące minimalizowania hałasu
 - d. wytyczne dotyczące zachowania neutralności dla środowiska
 - e. wytyczne dotyczące segregacji odpadów
 - f. określone są miejsca do palenia ogniska, grillowania lub piknikowania
 - g. zasady zachowania w przypadku pożaru lub innej sytuacji kryzysowej
 - h. misja i wizja gospodarstwa
 - i. żadne z powyższych
19. Czy osoby pracujące w gospodarstwie monitorują przestrzeganie regulaminu i zasad bezpieczeństwa?
 - a. Tak
 - b. Nie

Strona internetowa

20. Czy gospodarstwo posiada własną stronę internetową?
- a. Tak
 - b. Nie (*przejdź do sekcji Materiały promocyjne*)

Zawartość strony internetowej

21. Na stronie internetowej (wielokrotnego wyboru):
- a. opisana jest misja i wizja gospodarstwa
 - b. znajdują się informacje o działaniach prospołecznych, proekologicznych i mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego prowadzonych przez gospodarstwo
 - c. znajdują się prawdziwe i aktualne informacje o wyposażeniu, udogodnieniach
 - d. publikowane są tylko prawdziwe zdjęcia obiektu, niepoddane retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć
 - e. znajdują się informacje o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach
 - f. znajdują się informacje o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych
 - g. jest opublikowany regulamin obiektu
 - h. żadne z powyższych
22. Gospodarstwo promuje region na swojej stronie internetowej przez (wielokrotnego wyboru):
- a. budowanie oferty w oparciu o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu
 - b. publikowanie zdjęć dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego
 - c. publikowanie informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego
 - d. publikowanie informacji dotyczących miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie
 - e. promowanie lokalnych tradycji
 - f. nie promuje regionu na swojej stronie internetowej

Materiały promocyjne

23. Gospodarstwo prowadzi komunikację w mediach społecznościowych?
- Nie prowadzi 1 2 3 4 5 Aktywnie prowadzi
24. Gospodarstwo dopasowuje formy komunikatów do różnych grup odbiorców?
- Nie dopasowuje 1 2 3 4 5 Do każdej grupy stosowana jest inna forma komunikatu
25. Czy gospodarstwo posiada drukowane materiały promocyjne (ulotki, katalogi, foldery)?
- a. Tak
 - b. Nie (*przejdź do sekcji Opinie o gospodarstwie*)

Zawartość drukowanych materiałów promocyjnych

26. W drukowanych materiałach promocyjnych (wielokrotnego wyboru):
- a. opisana jest misja i wizja gospodarstwa
 - b. znajdują się informacje o działaniach prospołecznych, proekologicznych i mających na celu ochronę dziedzictwa kulturowego prowadzonych przez gospodarstwo
 - c. znajdują się prawdziwe i aktualne informacje o wyposażeniu, udogodnieniach
 - d. publikowane są tylko prawdziwe zdjęcia obiektu, niepoddane retuszowi i nie pochodzące z banków zdjęć
 - e. znajdują się informacje o posiadanych certyfikatach i wyróżnieniach
 - f. znajdują się informacje o udogodnieniach dla osób niepełnosprawnych
 - g. żadne z powyższych

27. Gospodarstwo promuje region w drukowanych materiałach promocyjnych (ulotkach, katalogach, folderach) przez (wielokrotnego wyboru):
 - a. budowanie oferty w oparciu o przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu
 - b. publikowanie zdjęć dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego
 - c. publikowanie informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego
 - d. publikowanie informacji dotyczących miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie
 - e. promowanie lokalnych tradycji
 - f. nie promuje regionu w drukowanych materiałach promocyjnych

Opinie o gospodarstwie

28. Gospodarstwo udostępnia gościom możliwość opiniowania obiektu?
 - a. Tak
 - b. Nie (*przejdź do sekcji Promocja regionu i rozwój obszaru turystycznego*)

Udostępnione metody opiniowania

29. Gospodarstwo umożliwia gościom opiniowanie obiektu (wielokrotnego wyboru):
 - a. na swojej stronie internetowej
 - b. w zewnętrznych serwisach (TripAdvisor, Google Moja Firma)
 - c. w mediach społecznościowych
 - d. poprzez ankiety ewaluacyjne (w formie papierowej)
 - e. bezpośrednią rozmowę z gośćmi pod koniec pobytu
 - f. inne (jakie?)
30. Czy gospodarstwo wprowadza zmiany oczekiwane przez gości i działania naprawcze w przypadku niedociągnięć?

→ Nie wprowadza nigdy 1 2 3 4 5 Wprowadza zawsze

Promocja regionu i rozwój obszaru turystycznego

31. Gospodarstwo dostarcza informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego (wielokrotnego wyboru):
 - a. przez dystrybucję folderów, map i przewodników
 - b. przez prowadzenie punktu informacji turystycznej
 - c. w formie kontaktu osobistego z gośćmi
 - d. w formie spotkań z przewodnikami lub innymi ekspertami zewnętrznymi
 - e. przez prowadzenie zagrody edukacyjnej
 - f. przez udostępnienie ścieżki dydaktycznej
 - g. nie dostarcza informacji dotyczących dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego
 - h. inne (jakie?)
32. Gospodarstwo angażuje się w rozwój obszaru turystycznego przez (wielokrotnego wyboru):
 - a. współpracę z Lokalną Grupą Działania (lub członkostwo)
 - b. współpracę z lokalnym stowarzyszeniem agroturystycznym (lub członkostwo)
 - c. współpracę z Kołem Gospodyń Wiejskich (lub członkostwo)
 - d. współpracę z innymi podmiotami świadczącymi usługi turystyczne
 - e. udział w wydarzeniach i inicjatywach lokalnej społeczności i lokalnych władz (lub współorganizację)
 - f. nie angażuje się w rozwój obszaru turystycznego
 - g. inne (jakie?)
33. Gospodarstwo bierze aktywny udział w ochronie dziedzictwa kulturowego przez (wielokrotnego wyboru):
 - a. zachęcanie do udziału w wydarzeniach religijnych

- b. podtrzymywanie lokalnych tradycji
 - c. organizowanie zajęć i infrastruktury edukacyjnej (zagrody edukacyjne, skanseny)
 - d. sieciowanie, znakowanie obiektów związanych z dziedzictwem kulturowym regionu
 - e. wsparcie finansowe
 - f. nie bierze udziału
 - g. inne (jakie?)
34. Gospodarstwo dba o miejsca wrażliwe kulturowo i historycznie poprzez (wielokrotnego wyboru):
- a. promowanie wizyt w nich
 - b. informowanie o rekomendowanych terminach zwiedzania
 - c. organizowanie zajęć edukacyjnych dotyczących odwiedzania tych miejsc
 - d. inicjowanie zorganizowanych form zwiedzania tych miejsc
 - e. w regionie nie ma miejsc wrażliwych kulturowo i historycznie
 - f. nie jest zaangażowane
35. Gospodarstwo prezentuje charakter regionu i dba o jego zachowanie co znajduje odzwierciedlenie w architekturze, infrastrukturze, wyposażeniu (wielokrotnego wyboru):
- a. budynki gospodarstwa pozostają w zgodzie z krajobrazem
 - b. budynki gospodarstwa nawiązują do tradycji regionu
 - c. wyposażenie gospodarstwa nawiązuje do kultury i tradycji regionu
 - d. wystój wnętrz nawiązuje do kultury i tradycji regionu
 - e. w wyposażeniu i wystroju gospodarstwo używa przedmiotów pochodzących od lokalnych twórców i rzemieślników
 - f. nie prezentuje charakteru regionu
 - g. inne (jakie?)
36. Gospodarstwo w odniesieniu do artefaktów historycznych i archeologicznych (wielokrotnego wyboru):
- a. posiada dokumenty potwierdzające prawo posiadania artefaktów historycznych lub archeologicznych
 - b. nie prowadzi sprzedaży artefaktów historycznych i archeologicznych
 - c. dba o bezpieczeństwo i właściwe zachowanie artefaktów historycznych i archeologicznych
 - d. udostępnia możliwość oglądania artefaktów historycznych i archeologicznych
 - e. prowadzi zajęcia edukacyjne dotyczące artefaktów historycznych i archeologicznych
 - f. zachęca do udziału w lokalnych wystawach artefaktów historycznych i archeologicznych
 - g. nie posiada żadnych artefaktów historycznych ani archeologicznych
 - h. inne (jakie?)

Infrastruktura i architektura

37. Czy w gospodarstwie wprowadzone zostały udogodnienia dla osób niepełnosprawnych?
- a. Tak
 - b. Nie

38. Do tworzenia zabudowy gospodarstwa (budynki) oraz infrastruktury (wielokrotnego wyboru):
- korzystano z lokalnych surowców (kamień, drewno)
 - korzystano z surowców ekologicznych
 - korzystano z surowców pochodzących z recyklingu
 - zwracano uwagę na efektywność materiałową
 - stosowano innowacyjne, zrównoważone rozwiązania podczas inwestycji
 - żadne z powyższych
39. W wyposażeniu gospodarstwa (wielokrotnego wyboru):
- używa się produktów lokalnych, rzemieślniczych
 - używa się produktów z surowców ekologicznych
 - używa się produktów z surowców pochodzących z recyklingu
 - stosowano innowacyjne, zrównoważone rozwiązania podczas inwestycji
 - żadne z powyższych

Zbiorniki wodne

40. Czy gospodarstwo ma dostęp do zbiorników wodnych?
- Tak, posiada własne zbiorniki wodne i tytuł prawny do nich (*przejdź do sekcji Własne zbiorniki wodne*)
 - Tak, w bezpośredniej okolicy znajdują się zbiorniki wodne (*przejdź do sekcji Wpływ na zbiorniki wodne*)
 - Nie (*przejdź do sekcji Lokalna produkcja i dystrybucja*)

Własne zbiorniki wodne

41. Czy gospodarstwo umożliwia społeczności lokalnej korzystanie z własnych zbiorników wodnych?
- Nie umożliwia 1 2 3 4 5 Umożliwia w pełni i bezpłatnie

Wpływ na zbiorniki wodne

42. Gospodarstwo dba o czystość i stan lokalnych zbiorników wodnych
- Nie dba 1 2 3 4 5 Bardzo dba
43. Gospodarstwo nie ogranicza dostępu społeczności lokalnej do zasobów naturalnych zbiorników (w tym rybołówstwa)
- Ogranicza 1 2 3 4 5 Absolutnie nie ogranicza

Lokalna produkcja i dystrybucja

44. Gospodarstwo współpracuje z lokalnymi rzemieślnikami i producentami poprzez (wielokrotnego wyboru):
- promowanie ich wyrobów lub usług
 - sprzedawanie ich wyrobów lub usług
 - tworzenie oferty dla gości uwzględniającej korzystanie z ich wyrobów lub usług
 - tworzenie partnerstw z lokalnymi rzemieślnikami i producentami
 - wspólne akcje promocyjne
 - żadne z powyższych
45. Gospodarstwo serwuje gościom żywność na bazie produktów (wielokrotnego wyboru):
- z własnych upraw lub hodowli
 - od lokalnych rolników i producentów
 - wodę mineralną z lokalnych ujęć
 - od lokalnych dostawców i z lokalnych hurtowni

- e. polskiego pochodzenia
- f. ekologicznych i fair trade
- g. bez GMO
- h. o znanym pochodzeniu i składzie (informacje może udostępnić na prośbę gości)
- i. z cateringu
- j. nie serwuje wyżywienia dla gości
- k. inne (jakie?)

Lokalna społeczność

46. Gospodarstwo angażuje się w rozwój lokalnej społeczności poprzez (wielokrotnego wyboru):
- a. prowadzenie warsztatów, szkoleń i zajęć edukacyjnych
 - b. organizację wydarzeń lokalnych
 - c. udostępnianie infrastruktury lokalnej społeczności
 - d. wsparcie w tworzeniu infrastruktury dla lokalnej społeczności
 - e. umożliwienie dostępu do gruntów w tym dojazdu (jeżeli znajdują się na terenie gospodarstwa)
 - f. umożliwienie dostępu do obiektów turystycznych znajdujących się na terenie gospodarstwa
 - g. nie angażuje się w rozwój lokalnej społeczności
 - h. inne (jakie?)

Działalność ekologiczna

47. Gospodarstwo w działalności zarówno usługowej, jak i rolnej używa środków bezpiecznych dla środowiska
 → Nie lub nie zwraca się na to uwagi 1 2 3 4 5 Wyłącznie bezpiecznych dla środowiska
48. Gospodarstwo ogranicza zużycie wody poprzez (wielokrotnego wyboru):
- a. tylko w okresie suszy
 - b. wprowadzono technologie ograniczającej zużycie wody w pokojach gościnnych
 - c. wprowadzono technologie ograniczającej zużycie wody we wszystkich pomieszczeniach
 - d. prowadzi się recykling wody (np. przy podlewaniu używa się wody opadowej)
 - e. nie wprowadza się ograniczenia zużycia wody
 - f. inne (jakie?)
49. Gospodarstwo wykorzystuje alternatywne źródła energii
 → Nie wykorzystuje alternatywnych źródeł energii 1 2 3 4 5 Wyłącznie alternatywne źródła energii
50. Gospodarstwo ogranicza zużywanie energii przez wprowadzenie energooszczędnych urządzeń
 → Żadne urządzenia nie są energooszczędne 1 2 3 4 5 Wszystkie urządzenia są energooszczędne
51. Gospodarstwo zmniejsza ilość wytwarzanych odpadów (wielokrotnego wyboru):
- a. przez racjonalne zakupy
 - b. przez racjonalne zakupy w szczególności od lokalnych dostawców
 - c. przez ograniczenie użycia produktów jednorazowych (plastikowe sztućce, talerzyki, słomki)
 - d. przez absolutne wykluczenie użycia produktów jednorazowych

- e. przez maksymalne ograniczenie użycie papieru w działalności
 - f. przez zastąpienie tradycyjnej korespondencji formą elektroniczną
 - g. przez stosowanie papieru z recyklingu
 - h. przez alternatywne wykorzystanie odpadów
 - i. przez segregację odpadów
 - j. żadne metody nie są wprowadzone w gospodarstwie
 - k. inne (jakie?)
52. Gospodarstwo zmniejsza ilość wytwarzanych zanieczyszczeń poprzez (wielokrotnego wyboru):
- a. przez stosowanie produktów i metod naturalnych oraz ekologicznych
 - b. przez ograniczenie transportu dla pracowników i gości (udostępnienie rowów, transportu zbiorowego)
 - c. przez budowę oczyszczalni ścieków
 - d. przez ograniczenie użycia węgla (redukcja emisji gazów cieplarnianych)
 - e. przez ograniczenie użytkowania klimatyzacji lub jej brak (redukcja emisji gazów cieplarnianych)
 - f. żadne metody nie są wprowadzone w gospodarstwie

Działalność rolnicza i posiadanie zwierząt

53. Czy gospodarstwo w ramach działalności rolniczej uprawia rośliny endemiczne
→ Nie, nigdy 1 2 3 4 5 Tak, zawsze
54. Czy w gospodarstwie znajdują się zwierzęta domowe lub gospodarskie?
- a. Tak
 - b. Nie (*przejdź do sekcji Działalność edukacyjna*)

Kontakt ze zwierzętami

55. Czy goście mają dostęp do zwierząt?
- a. Tak, goście mogą oglądać zwierzęta
 - b. Tak, goście mają ograniczony kontakt ze zwierzętami
 - c. Tak, goście biorą udział przy obrządku zwierząt w obecności osoby wykwalifikowanej
 - d. Tak, goście mają nieograniczony dostęp do zwierząt
 - e. Nie, goście nie mają dostępu do zwierząt
56. Czy w regulaminie znajdują się informacje dotyczące właściwego zachowania wobec zwierząt?
- a. Tak, w regulaminie znajdują się takie informacje
 - b. Tak, jest odrębny regulamin dotyczący zasad kontaktu ze zwierzętami
 - c. Nie

Działalność edukacyjna

57. Gospodarstwo bierze udział w promocji zdrowia i działań profilaktycznych wśród swoich pracowników i gości
→ Nie 1 2 3 4 5 Tak
58. Gospodarstwo prowadzi działalność edukacyjną
- a. Tak
 - b. Nie (*przejdź do Udział w dalszych badaniach*)

Formy działalności edukacyjnej

59. Gospodarstwo podejmuje działania edukacyjne dla gości (wielokrotnego wyboru):
- a. w formie warsztatów
 - b. w formie prelekcji/wykładów
 - c. poprzez stworzenie ścieżki edukacyjnej
 - d. poprzez stworzenie zagrody edukacyjnej
 - e. poprzez stworzenie skansenu/muzeum
 - f. poprzez stworzenie wioski tematycznej
60. Działania edukacyjne dla gości są prowadzone przez
- a. właścicieli lub pracowników
 - b. osoby z zewnątrz (np. przedstawiciele firm, instytucji, stowarzyszeń)
 - c. przez właścicieli, pracowników i osoby z zewnątrz
 - d. inne (jakie?)
61. Działania edukacyjne dotyczą (wielokrotnego wyboru):
- a. ochrony zwierząt, w szczególności gatunków zagrożonych i endemicznych
 - b. ochrony roślin, w szczególności gatunków zagrożonych i endemicznych
 - c. hodowli i dobrostanu zwierząt
 - d. uprawy roślin w tym endemicznych
 - e. dziedzictwa kulturowego i lokalnych tradycji
 - f. rzemiosła, rękodzieła lub sztuki
 - g. regionu (historii, geologii) w tym rekonstrukcyjne
 - h. inne (jakie?)

Udział w dalszych badaniach

Dziękuję serdecznie za udzielenie odpowiedzi.

Zachęcam Państwa do pozostawienia informacji o obiekcie, jeżeli jesteście Państwo zainteresowani wynikami lub udziałem w kolejnym etapie tych badań dotyczących wpływu komunikowania działań zrównoważonego rozwoju na wizerunek przedsiębiorstwa i zwiększania jego konkurencyjność.

62. Jestem zainteresowana / zainteresowany wzięciem udziału w dalszych badaniach
- a. Tak
 - b. Nie
63. Nazwa obiektu i miejscowość lub adres strony www (proszę o wpisanie odpowiedzi)

Gospodarstwa agroturystyczne mają szczególne predyspozycje do tego, aby praktykować odpowiedzialną i zrównoważoną turystykę. Jednak czy naprawdę tak jest? Niniejsza monografia stanowi unikalne opracowanie poświęcone zrównoważonemu rozwojowi przedsiębiorstw agroturystycznych w Polsce. W publikacji przedstawiono wyniki szeroko zakrojonych badań, obejmujących zarówno analizę literatury przedmiotu, jak i jakościowe i ilościowe badania, w tym badania z udziałem ekspertów branżowych oraz właścicieli gospodarstw z różnych regionów kraju. Szczególną jej wartość stanowi autorski Katalog Działań Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Agroturystycznych, który precyzyjnie identyfikuje praktyki które mogą być stosowane w polskiej agroturystyce, aby ta stała się bardziej odpowiedzialna.

Publikacja ukazuje, w jaki sposób gospodarstwa agroturystyczne łączą troskę o środowisko, lokalną społeczność i rozwój ekonomiczny, wpisując się w światowe trendy odpowiedzialnej turystyki. To cenna pozycja dla osób zainteresowanych nowoczesnym podejściem do rozwoju obszarów wiejskich oraz praktycznymi aspektami wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w działalności turystycznej.



dr inż. Paulina Rutecka jest adiunktem w Katedrze Informatyki na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Jej główny obszar badawczy to wpływ komunikacji na rzecz zrównoważonego rozwoju na zachowania konsumentów. Szczególnie związana jest z branżą agroturystyczną i turystyczną. Zajmuje się również badaniami związanymi z jakością komunikacji korporacyjnej w Internecie, w tym jakością stron internetowych i możliwościami wykorzystania sztucznej inteligencji w komunikacji online.

ISBN 978-83-7875-948-5



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach