

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-26

„Sharing economy” jako przejaw zrównoważonej turystyki

Dominika Łyś¹ ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9909-0622>, e-mail: dominikalys13@gmail.com
(327582@uwr.edu.pl)

Streszczenie:

Cel: Celem artykułu jest określenie roli platform *sharing economy* w promowaniu idei zrównoważonego rozwoju, w szczególności w kontekście odpowiedzialnej turystyki. *Metody badawcze:* W artykule posłużono się metodą badań dokumentów oraz krytyczną analizą literatury, jak również metodą sondażu diagnostycznego i wykonano podstawową analizę statystyczną. *Wnioski:* Badania własne o charakterze pilotażowym przeprowadzono na grupie 239 Polaków. Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że znaczna część osób uczestniczących w badaniu nie miała uprzedniego kontaktu z tematyką zrównoważonej turystyki i nie kierowała się zasadami zrównoważonego rozwoju podczas planowania i wyboru destynacji turystycznej. *Implikacje dla gospodarki:* Ze względu na fakt, iż większość uczestników badania nie jest jeszcze gotowa do wdrożenia zasad zrównoważonej turystyki należy zainicjować kampanie edukacyjne. Ich celem powinno być podniesienie poziomu świadomości na temat znaczenia zasad zrównoważonej turystyki, w tym również w kontekście koncepcji współdzielenia. Działania te mają istotne znaczenie nie tylko dla rozwoju gospodarki, lecz także dla poprawy jakości życia i ochrony zdrowia przyszłych pokoleń.

Słowa kluczowe: zrównoważony rozwój,
odpowiedzialna konsumpcja, innowacje w sektorze
turystycznym

JEL classification: Q01, L83, D16

¹ Absolwentka Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego (kierunek: Ekonomia). Interesująca się naukowo: prawem podatkowym oraz zagadnieniami z rachunkowości finansowej i podatkowej.

Wprowadzenie

Współczesne dyskusje naukowe i publiczne coraz częściej koncentrują się wokół idei zrównoważonego rozwoju. Zjawisko to wynika z faktu iż, funkcjonowanie gospodarek opiera się w dużej mierze na wykorzystaniu zasobów naturalnych. Racjonalne i odpowiedzialne zarządzanie tymi zasobami stanowi kluczowy warunek stabilności gospodarczej oraz ich długoterminowej dostępności. Nadmierna eksploatacja i niewłaściwe gospodarowanie zasobami prowadzą do ich stopniowego wyczerpywania, co stanowi zagrożenie zarówno dla światowych gospodarek jak i dla dalszego rozwoju ludzkości. W ostatnich latach obserwuje się wyraźny wzrost zainteresowania racjonalnym gospodarowaniem zasobami naturalnymi oraz ograniczaniem do możliwie najniższego poziomu substancji negatywnie oddziałujących na środowisko (Para, 2013). Sektorem gospodarki, który ma znaczący wpływ na środowisko naturalne jest turystyka, gdyż przyczynia się do znacznej degradacji ekosystemów poprzez rozbudowę infrastruktury turystycznej. Kształtowanie atrakcyjnych regionów turystycznych często prowadzi do dewastowania fauny i flory oraz spadku bioróżnorodności w wyniku niekontrolowanej i niepoohamowanej konsumpcji naturalnych surowców. Zjawisko to jest nasilane przez brak przestrzegania zasad proekologicznych przez turystów, co podkreśla potrzebę edukacji oraz wprowadzenia regulacji prawnych w zakresie ekologizacji sektora turystycznego zarówno od strony podażowej jak i popytowej (Bohdanowicz, 2005).

Sektor turystyki, a także transportu, rozrywki czy hotelarstwa odgrywają kluczową rolę w funkcjonowaniu gospodarek wielu państw (Huerta de Soto; 2021). Sektor turystyki międzynarodowej w 2025 r. odnotował najwyższy w historii poziom wpływu na gospodarkę światową. Szacuje się, że jego wkład w globalny produkt krajowy brutto (PKB) wyniósł 11,7 bln USD, co oznacza wzrost o 6,7 proc. rok do roku oraz przekroczenie poziomu sprzed pandemii (2019 r.). Według danych opublikowanych przez *World Travel & Tourism Council* (WTTC) sektor turystyczny należy do kluczowych czynników kształtujących globalną gospodarkę odpowiadając za około 10,3 proc. światowego PKB wskazując tym samym, że turystyka

pozostaje jednym ze znaczących filarów ożywienia gospodarczego i ekspansji po skutkach pandemii COVID-19. Dynamiczne ożywienie w 2025 r. było napędzane zarówno przez wzrost ruchu międzynarodowego jak i krajowego. Liczba międzynarodowych wyjazdów poza granice krajów zamieszkania przekroczyła 1,5 mld podróży, co oznacza wzrost o około 80 mln względem roku poprzedniego i średnio 219 tys. przekroczeń granic dziennie. Ten trend przyczynił się do wzrostu popytu na usługi bezpośrednio związane z turystyką obejmując między innymi zakwaterowanie, gastronomię, transport, a także działalność kulturalną oraz rekreacyjną wywołując przy tym efekt mnożnikowy w licznych łańcuchach produkcyjnych. W ujęciu krajowym Hiszpania w 2025 roku osiągnęła rekordowy poziom ruchu turystycznego przyjmując ponad 96,5 mln turystów zagranicznych. Sektor ten wygenerował około 16 proc. PKB kraju oraz przyczynił się do stworzenia ponad 3,2 mln miejsc pracy powiązanych z działalnością turystyczną. Wskaźniki te sytuują Hiszpanię jako jedną ze światowych liderów turystyki oraz świadczą o wysokim poziomie konkurencyjności i odporności jej sektora turystycznego (WTTC: *Global tourism reaches record economic impact of eleven trillion*; 2026). Według prognoz WTTC do 2035 roku udział sektora turystycznego w hiszpańskim PKB może osiągnąć 315,7 mld euro (ponad 17 proc. gospodarki). Jednocześnie przewiduje się utworzenie około 4 mln miejsc pracy, czyli o 700 tys. więcej niż obecnie (World Travel & Tourism Council, *Spain's tourism sector could exceed €260 billion by 2025, according to WTTC*; 2025). Na świecie występują również państwa, które są określane jako monokultury turystyczne, w których branża turystyczna odpowiada za aż 30 proc. PKB – 35 proc. PKB. Przykładami takich gospodarek są między innymi Malediwy oraz Makau na Szeszelach (Para; 2013). Dbłość i wspieranie sektora turystycznego odgrywa istotną rolę w zwalczaniu bezrobocia oraz poprawy koniunktury gospodarczej (Pernice, Kuzhym; 2024) wpływając przy tym w znaczący sposób na rozwój państw (Para; 2013).

Przegląd literatury - Idea zrównoważonego rozwoju

Idea zrównoważonego rozwoju opiera się na zasadzie odpowiedzialności międzypokoleniowej i zakłada, że obecne pokolenie powinno realizować

swoje potrzeby w taki sposób, aby nie powodować zagrożenia ani ograniczeń dla możliwości zaspokajania tych samych potrzeb przez przyszłe pokolenia (Petrović, Mirović, 2021; Borissov, Cucović, 2019; Pieńkowski, Murawska, Zaremba-Warnke, 2018; Graaf, Musters, Keurs, 1996). Przełomowym momentem w upowszechnianiu koncepcji zrównoważonego rozwoju na poziomie globalnym było przyjęcie w 2015 roku w trakcie 70-tej Sesji Zgromadzenia Narodów Zjednoczonych tzw. *Agendy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030*, powszechnie określanej jako Agenda 2030 (Adamczyk, 2018). W związku z obecną sytuacją na świecie uważa się, że Agenda 2030 jest niezwykle pilną, a także potrzebną strategią, która ma na celu promowanie zrównoważonego rozwoju. Uznaje się, że spośród wszystkich zaprezentowanych w tej agendzie celów zrównoważonego rozwoju priorytetem dla krajów powinna być realizacja celu 13 odnoszącego się do podejmowania działań mających na celu przeciwdziałaniu zachodzącym niekorzystnym zmianom klimatycznym, a także ich skutkom (Gruchelski, Niemczyk, 2016). Istotnym wyzwaniem pozostaje niewystarczająca zdolność państw do pełnej realizacji założeń Agendy 2030, co wynika przede wszystkim z wysokich kosztów implementacji jej celów oraz niesprzyjających uwarunkowań gospodarczych, a przede wszystkim politycznych i militarnych. W szczególności trwające konflikty zbrojne np. konflikt pomiędzy Rosją a Ukrainą zmuszają ościennie kraje tych państw, w tym Polskę do zwiększenia wydatków budżetu państwa na obronność. Redystrybucja środków publicznych w kierunku finansowania bezpieczeństwa militarnego może spowodować poważne kłopoty w postaci słabszej kondycji finansowej państwa. Dzieje się tak, gdyż takie działania prowadzą do pogorszenia równowagi finansów publicznych oraz ograniczenia nakładów finansowych na inwestycje prorozwojowe państwa. Znaczny problem w tym zakresie stanowi również finansowanie migracji. W konsekwencji nawet gospodarki wysoko rozwinięte mogą mieć trudności w zakresie wystarczającej alokacji środków pieniężnych na rzecz wspierania globalnego zrównoważonego rozwoju. (Gruchelski, Niemczyk, 2016). Należy podkreślić, że od czasów kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 niedobory finansowe dotyczące realizacji celów

zrównoważonego rozwoju znacząco się zwiększyły. W 2014 roku jeszcze przed oficjalnym przyjęciem tych celów ONZ oszacowała, że kraje rozwijające się potrzebują rocznie dodatkowo około 2,5 biliona USD, aby móc osiągnąć zrównoważony rozwój (UNCTAD, 2014; UN, 2023). Należy podkreślić, że proces finansowania celów zrównoważonego rozwoju od początku nie przebiegał zgodnie z założeniami. Dodatkowo pandemia COVID-19 w 2020 roku przyczyniła się do zwiększenia luki finansowej do 3,9 biliona USD, co oznaczało 56-procentowy przyrost w ciągu sześciu lat. Kryzys pandemiczny pogłębił tzw. efekt nożycowy w finansowaniu celów zrównoważonego rozwoju charakteryzujący się jednoczesnym wzrostem potrzeb i kurczeniem się zasobów (OECD, 2022). Według najnowszych szacunków roczna luka finansowa związana z realizacją celów zrównoważonego rozwoju osiągnęła alarmujący poziom wahając się od 3 do 4 bln USD. Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju prognozuje, że w latach 2023–2030 roczna luka inwestycyjna w krajach rozwijających się będzie kształtować się na poziomie około 4 bln USD (UNCTAD, 2023). Przewiduje się również, że największe prawdopodobieństwo na prowadzenie stabilnego zrównoważonego rozwoju ma Europa (zwłaszcza państwa należące do Europejskiego Obszaru Gospodarczego) (Gruchelski, Niemczyk, 2016). Ponadto należy podkreślić, że w porównaniu do innych krajów OECD Polska poprzez realizację celów zrównoważonego rozwoju osiągnęła wzrost i wydajność gospodarczą na dobrym poziomie (Adamczyk, 2018).

Koncepcja zrównoważonego rozwoju w turystyce

W wyniku refleksji nad charakterem oraz konsekwencjami interakcji między działalnością człowieka a środowiskiem naturalnym wyłoniła się koncepcja zrównoważonego rozwoju. Jej klasyczne ujęcie sformułowano w raporcie Światowej Komisji ds. Środowiska i Rozwoju „*Nasza wspólna przyszłość*”, w którym zrównoważony rozwój określono jako proces zaspokajania potrzeb obecnych pokoleń przy jednoczesnym zachowaniu zdolności przyszłych pokoleń do zaspokajania ich własnych potrzeb (Our Common Future; Brundtland Report 1987). Należy podkreślić, iż raport Brundtland wprowadzał pojęcie

zrównoważonego rozwoju, jednak nie zawarto w nim jednoznacznego i bezpośredniego odniesienia do sektora turystycznego. Dopiero w dokumencie stworzonym w 1992 roku na konferencji w Rio de Janeiro odnajdujemy zapis, iż rynek turystyczny charakteryzuje się ogromnym potencjałem do wdrożenia w nim zasad koncepcji zrównoważonego rozwoju. Na konferencji tej podkreślono, że rynek turystyczny posiada unikatowy potencjał do tworzenia ekonomicznych pobudek przyczyniających się do uzdrawiania Ziemi, których jednym z głównych celów będzie ochrona dóbr zarówno kulturowych jak i naturalnych. W odpowiedzi na postulaty przedstawione podczas konferencji w Rio de Janeiro w 1995 r. na Światowej Konferencji na Temat Zrównoważonej Turystyki stworzono zagadnienie „*sustainable tourism*” oraz opracowano Lanzarocką Kartę Zrównoważonej Turystyki (Bohdanowicz, 2005). Dokument ten podkreślał, że zrównoważony rozwój w przemyśle turystycznym musi być aprobowany przez społeczności regionalne w odniesieniu do kwestii kulturowych i etycznych. Dodatkowo zawarto w nim informację, iż na obszarach recepcyjnych, na których występuje środowisko naturalne oraz środowisko antropogeniczne turystyka poprzez zrównoważony rozwój powinna przysłużyć się do ich wzajemnej integracji (Butowski, 2013). W dokumencie z 1997 r. przygotowanym przez Radę Europy „*Turystyka i Środowisko*” umieszczono charakterystykę holistycznego modelu turystyki. Wyeksponowano w nim poszczególne elementy, które musi zawierać model turystyki, aby mógł być uznany za holistyczny. Wszystkie jego części składowe muszą być zgodne z zasadami i regułami ekorozwoju. Model ten zakłada m.in. istnienie tzw. stref wolnych od hałasu w sieciach drogowych, proekologiczną infrastrukturę turystyczną i gospodarkę odpadami, a także przyjazne środowisku gospodarowanie energią, rolnictwem i leśnictwem. Istotnym aspektem tego modelu jest właściwe gospodarowanie przestrzenią, a mianowicie wykorzystanie tylko i wyłącznie naturalnych materiałów w budownictwie oraz dążenie do przywracania pierwotnego charakteru krajobrazu tak, aby pozostawić zwierzętom i roślinom niezbędną przestrzeń do życia. Ponadto holistyczny model turystyki wyróżnia zielony marketing (Bohdanowicz,

2005). Przykładem przedsiębiorstwa realizującego holistyczną działalność w zakresie zrównoważonego rozwoju jest *Gebana*, która dzięki wdrożeniu takiego modelu biznesowego zyskała znaczące uznanie na rynku międzynarodowym (Gorynia, Śliwińska; 2024).

Obecnie w literaturze przedmiotu funkcjonuje wiele zróżnicowanych definicji zrównoważonej turystyki (Gorynia, Śliwińska, 2024). Richard W. Butler wskazuje, iż prawdopodobieństwo wypracowania w przyszłości jednej, powszechnie akceptowanej i stosowanej przez wszystkich definicji zrównoważonej turystyki jest znikome (Butler, 1999). Autor definiuje zrównoważoną turystykę jako zjawisko polegające na kształtowaniu w umysłach turystów postawy odpowiedzialności zakładającej unikanie działań prowadzących do strat, a zwłaszcza niemożliwych do odwrócenia przemian w przyrodniczym otoczeniu. Jednocześnie podkreśla, iż korzyści z podróży powinny być osiągnięte zarówno przez turystów, jak i społeczności lokalne oraz podmioty świadczące usługi w zakresie turystyki. Zatem Butler przedstawia model wręcz idealny, który będzie miał miejsce tylko i wyłącznie pod warunkiem, gdy wystąpi stan równowagi pomiędzy samymi turystami i podmiotami świadczącymi usługi w tym zakresie, a także środowiskiem przyrodniczym i funkcjonujących w nim społeczności lokalnych. Istotną kwestią w zakresie rozważań R.W. Butlera jest to, że *sustainable tourism* nie może stanowić lekarstwa na dolegliwości planety związane z podróżowaniem (Para, 2013). Z kolei Przemysław Kulawczuk definiuje zrównoważoną turystykę jako jedną z części składowych całkowitego ruchu turystycznego, która uwzględnia obecne i przyszłe oddziaływania sektora turystycznego na środowisko naturalne oraz na gospodarkę i społeczeństwo zakładając jednocześnie minimalizację marnotrawstwa żywności oraz poszanowanie i wspieranie regionalnych społeczności i gospodarek, jak również wykorzystywanie w sposób jak najbardziej oszczędny energii (Kulawczuk, Modele Biznesowe turystyki zrównoważonej- wymagania dla przedsiębiorców). Federacja Parków Narodowych i Rezerwatów Przyrody Europy uznaje za zrównoważoną turystykę wszelkie formy aktywności turystycznej i sposoby zarządzania nią przyczyniające się do stałego podtrzymywania integralności obszarów

pod kątem ekonomicznym, ekologicznym, a także społecznym. Ponadto wszelkie działania powinny być realizowane w sposób zapewniający zachowanie zasobów kulturowych i naturalnych w stanie nienaruszonym (Nieżgoda, Janczak, Patelka, 2020). Według Grzegorza Dobrzańskiego, Małgorzaty Borkowskiej-Niszczoty, Haliny Kiryluk oraz Elżbiety Szymańskiej zrównoważona turystyka jest hierarchicznie zorganizowanym modelem funkcjonowania całego sektora turystycznego, którego głównym zadaniem jest przyczynianie się do realizacji atrakcyjnych i satysfakcjonujących gospodarczych, a także społecznych celów. Ważne jest, aby odbywało się to bez naruszenia i uszkodzenia zasobów przyrodniczych i turystycznych przy jednoczesnej integracji z pozostałymi obszarami ludzkiej aktywności. Autorzy ci postrzegają zatem zrównoważoną turystykę jako paradygmat rozwoju sektora turystycznego (Dobrzański, Borkowska-Niszczota, Kiryluk, Szymańska, 2010). Natomiast Bernard Lane interpretuje zrównoważoną turystykę jako termin, który został stworzony w celu wyselekcjonowania przepisów prawnych oraz odpowiednich zasad i procedur zarządzania, których nadrzędnym zadaniem jest kształtowanie ścieżki rozwoju sektora turystycznego, ale jedynie na terenach charakteryzujących się bogatymi zasobami środowiska przyrodniczego jak i kulturowego (Twardowski, 2014). Pomimo różnorodności interpretacji i definicji zrównoważonej turystyki przez poszczególne osoby i organizacje istnieje powszechne przekonanie, że można o niej mówić tylko i wyłącznie wtedy, gdy uwzględnione są określone wymiary zrównoważonego rozwoju, a mianowicie wymiar: ekologiczny, kulturowy, gospodarczy (inaczej ekonomiczny) oraz społeczny (Bohdanowicz, 2005).

Tab. 1. Wymiary zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do sektora turystycznego

Wymiary zrównoważonego rozwoju	
Ekologiczny	Dąży do maksymalizowania użyteczności w zakresie konsumpcji, ale pod warunkiem zachowania jakości, a także użyteczności środowiska naturalnego oraz naturalnych zasobów.
Kulturowy	Ma na celu ochronę interesów lokalnych społeczności. Dopuszcza on minimalną modyfikację tożsamości regionalnej społeczności powstającej pod presją i naciskiem zachowań wycieczkowiczów na danym obszarze. Jego nadrzędnym celem jest utrzymanie w stanie niezmiennym kultury danego regionu.
Gospodarczy (inaczej ekonomiczny)	Odnosząc się do zrównoważonej konsumpcji jako całości polega on na tym, że proporcja pomiędzy konsumpcją bieżącą a przyszłą powinna być efektywna. Ponadto konsumpcja zgodnie z tym wymiarem nie może być czynnikiem determinującym powstawanie poważnych zakłóceń w równowadze gospodarki. W odniesieniu do sektora turystycznego wymiar ekonomiczny oznacza, iż zyski, które są uzyskiwane z rozwoju sektora turystycznego powinny być na takim poziomie, aby możliwe było z jednej strony pokrycie wszystkich kosztów związanych z finansowaniem wszelkich zgłaszanych przez turystów wymagań i potrzeb, a z drugiej strony zapewnienie adekwatnych przychodów dla społeczności regionalnych.
Społeczny	Opiera się na założeniu, że konsumpcja powinna być rozłożona w sposób relatywnie równy. Oznacza to, iż dobra a w szczególności te społecznie pożądane powinny być niezależnie od czasu i przestrzeni dostępne dla wszystkich ludzi. Jednocześnie promuje konsumpcję ograniczającą powstawanie problemów społecznych i sprzyjającą ich rozwiązywaniu np. poprzez tworzenie nowych miejsc zatrudnienia. Dlatego w sektorze turystycznym cel społeczny ma na celu rozwiązanie wszelkiego rodzaju problemów i trudności przyjęcia jak i zintegrowania turystyki, ale także jej infrastruktury czy związanym z nią przemysłem, jak i również uznanie obecności turystów przez społeczności lokalne bez powstawania jakichkolwiek wewnętrznych konfliktów czy napięć (tzw. dysharmonii społecznych). Polega to na tym, że regionalne społeczności powinny zaakceptować napływ i obecność wycieczkowiczów, a także rozwój związanych z turystyką obiektów takich jak hotele, restauracje czy atrakcje turystyczne (np. parki rozrywki). Jednak należy pamiętać o tym, iż infrastruktura turystyczna powinna być tworzona w taki sposób, aby nie dezorganizować codziennego życia lokalnych społeczności.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: M. Hendel, *Koncepcja konsumpcji zrównoważonej w turystyce jako możliwość realizacji założeń turystyki zrównoważonej*, Marketing i Rynek, nr 2, 2016; P. Bohdanowicz, *Zasady ekopolityki w turystyce*, Cywilizacja i Polityka, (3), 2005.

Należy podkreślić, iż w koncepcji zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym zakłada się, że turystyka sama w sobie w długiej perspektywie czasu będzie jednocześnie ekonomicznie opłacalna dla ludzi ją przyjmujących, neutralna z punktu widzenia ekologicznego oraz społecznie sprawiedliwa (Kazimierczak, 2009).

Kierunki rozwoju zrównoważonej turystyki

Na przestrzeni ostatnich lat obserwuje się postępujące przemiany w sposobie konsumpcji, które zachodzą również w obrębie sektora turystycznego. Współcześni turyści stają się bardziej świadomi i niezależni. Ponadto ich zachowanie nie jest już nastawione na pejoratywnie postrzegany przez wiele osób konsumpcjonizm (w tym przypadku jest to turystyka masowa). Współczesne postępowanie konsumentów jest nastawione na dekonsumpcjonizm, który polega na tym, iż ludzie na całym świecie świadomie decydują się na znaczną redukcję konsumpcji do racjonalnych rozmiarów. Dekonsumpcja jest popularna głównie wśród osób młodych oraz korzystających z technologii cyfrowych, a także osób wykształconych, natomiast zjawisko to spotyka się z mniejszym zainteresowaniem wśród osób starszych (Kowalska, 2018). Obserwuje się trend polegający na tym, iż turyści coraz częściej rezygnują z pomocy pośredników turystycznych. Może oznaczać to, iż w przyszłości nastąpi spadek popytu na usługi np. biur turystycznych, a przez to branże te mogą mieć problemy z utrzymaniem płynności. Decyzje podróżnicze w dużej mierze opierają na opiniach innych użytkowników publikowanych na dostępnych dla każdego człowieka środkach masowego przekazu takich jak media i portale społecznościowe (np. Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, Google +) (Krajewska Smardz, Gruszka, Szalonka, 2016).

Przedsiębiorstwa turystyczne w celu wypracowania modelu biznesowego, którego głównym celem jest prowadzenie działalności oddziaływującej korzystnie na środowisko naturalne wykorzystują rozmaite technologiczne rozwiązania. Intensywny i dynamiczny rozwój cyfrowych i inteligentnych technologii na skutek pojawienia się pandemii COVID-19 wywołał ogromne przeobrażenia w sektorze turystycznym. Zaczęto przejawiać inteligentne spojrzenie na sposób prowadzenia biznesu, przez co

rozpoczęto wdrażanie idei Turystyki 4.0. *Smart technology* nie tylko zwiększają pozytywne doświadczenia konsumentów oraz powodują wzrost efektywności i konkurencyjności turystycznych przedsiębiorstw lecz wywierają również korzystny wpływ na środowisko naturalne (co jest ważnym aspektem z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju) poprzez optymalizację eksploatacji konkretnych zasobów takich jak woda oraz energia elektryczna (Molenda, Kotlewski, Węgrzyn, 2023). Idea *smartness* miała swoje początki w latach 90-tych XX wieku a wraz z upływem czasu zaczęły powstawać nowe koncepcje takie jak np. *smart planet*, *smart city*, *smart attraction* czy *smart tourism destination* (Nowacki, Kowalczyk- Anioł, 2019). Koncepcja inteligentnych destynacji turystycznych z ang. *smart tourism destinations* została przedstawiona przez Dimitrios Buhalis oraz Aditya Amaranggana i odnosi się ona do inteligentnych miast oraz ich infrastruktury wykorzystujących analizę *big data* pochodzących zarówno od turystów jak i mieszkańców. Koncentruje się ona na zastosowaniu w dużej mierze ICT, które wpływają na poprawę doświadczeń turystów oraz transformację usług turystycznych. Zatem tzw. inteligentne rozwiązania technologiczne takie jak usługi geotagowania, rzeczywistość wirtualna i rozszerzona pozwalają na stworzenie nowych i zarazem nowoczesnych modeli biznesowych turystyki. Ponadto umożliwiają w lepszy niż dotychczas sposób kierowanie ruchem turystycznym, co jest niezwykle ważne z perspektywy rozwiązania problemów w zakresie hipertrofii i zatłoczeń turystyki (Buhalis, Amaranggana, 2015; Nowacki, Kowalczyk- Anioł, 2019). Warto podkreślić, że koncepcja *smart tourism* stanowi pewnego rodzaju wyzwanie dla sektora turystycznego. Jest to związane z tym, iż strategia inteligentnego rozwoju należy do jednej z wielu form gospodarki opartej na wiedzy. Mianowicie specjalizacja turystyki w kierunku inteligentnego rozwoju wymaga użycia interdyscyplinarnej wiedzy, która będzie wykorzystywana nie tylko do tworzenia zupełnie nowych turystycznych produktów, ale także rozszerzania i udoskonalania tradycyjnych usług zawierających w sobie cząstkę wiedzy o człowieku i jego umyśle

**Tab. 2 Przykładowe rozwiązania stosowania
 „smart technology” w przedsiębiorstwach turystycznych**

RODZAJ SMART TECHNOLOGY	OPIS
Hotel Energy Solution – inaczej „zielone” hotele W skrócie HES	Jest to inicjatywa polegająca na wprowadzaniu rozwiązań technicznych mających na celu poprawę efektywności energetycznej oraz wprowadzania systemów wykorzystujących odnawialną energię. Jest ona skierowana do MŚP prowadzący działalność na terenie UE-27. HES udostępnia przedsiębiorstwom turystycznym e-narzędzie takie jak: kalkulator śladu węglowego umożliwiający oszacowanie jaka jest wielkość emisji gazów cieplarnianych danego obiektu hotelowego.
Home Energy Management System, czyli Domowy system zarządzania energią W skrócie HEMS	Celem tego systemu jest zwiększenie w obiektach hotelarskich efektywności energetycznej. Do rozwiązań technologicznych tego systemu należą: fotowoltaika, akumulator służący do magazynowania nadwyżki energii słonecznej czy pompy ciepła.
Building Management System, czyli system zarządzania budynkiem W skrócie BMS	Jest to system, który koncentruje się na optymalizowaniu wytwarzania, zużycia, a także magazynowania energii elektrycznej. Ponadto system ten pozwala dostosować się do ekstremalnych i niekorzystnych warunków pogodowych poprzez np. wykorzystywanie w upalne dni energii pozaszczytowej do schłodzenia turystycznego budynku.
Internet of Things, czyli Internet rzeczy W skrócie IoT	IoT umożliwia zastosowanie w przedsiębiorstwach turystycznych takich rozwiązań jak: energooszczędne regulacje w momencie braku obecności turystów w pokojach hotelowych (np. automatycznie wyłączenie światła, co zmniejsza zużycie energii). IoT pozwala także na monitorowanie i regulowanie w sposób automatyczny temperatury oraz wilgotności w pokojach hotelowych oraz sygnalizuje wszelkiego rodzaju wycieki wody, co korzystnie oddziałuje na wykorzystywanie zasobów wodnych.
Artificial Intelligence W skrócie AI	AI odgrywa kluczową rolę w zakresie wdrażania koncepcji zrównoważonego rozwoju na rynku turystycznym. Przyczynia się ona do tworzenia systemów o charakterze niskoemisyjnym oraz umożliwia racjonalne gospodarowanie odpadami, gdyż przyczynia się do tworzenia tzw. inteligentnych kontenerów na śmieci. Kontenery te same w sposób automatyczny zaraz po wykryciu obecności odpadów w ich wnętrzu segregują te odpady na cztery grupy. Ponadto informują one o konieczności opróżnienia zapełnionego kosza na śmieci. Tworzone przez AI <i>chatboty</i> mogą być wykorzystywane w przeprowadzaniu procesu rezerwacji (co ma ogromne znaczenie w przypadku ograniczenia kontaktów międzyludzkich w wyniku wszelkiego rodzaju kryzysów np. kryzys pandemiczny spowodowany wirusem SARS-CoV-2). Z kolei roboty mogą pełnić funkcję asystenta hotelowego, który będzie odpowiadał za transport gości oraz ich bagaży do pokoi hotelowych.
Virtual Reality (VR) i Augmented Reality (AR), czyli wirtualna rzeczywistość i rozszerzona wirtualna rzeczywistość	Turyści, którzy planują udać się do danego obiektu turystycznego mogą dzięki tej technologii dokonać inspekcji zarówno danego hotelu jak i atrakcji turystycznych oraz restauracji w wirtualny sposób. To powoduje, iż turyści podejmują świadome decyzje i pozwala to na wyeliminowanie odbywania niechcianych podróży przy wykorzystaniu środków transportu. To z kolei przekłada się na znaczną redukcję śladów węglowych co jest bardzo ważnym aspektem z perspektywy koncepcji zrównoważonego rozwoju.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Hotel Energy Solutions (HES), <https://www.unwto.org/hotel-energy-solution>, data dostępu: 02.07.2024 r., M. Molenda, D. Kotlewski, P. Węgrzyn, *Smart technology w przedsiębiorstwach turystycznych jako element zrównoważonego rozwoju*, Edukacja ekonomistów i menedżerów, nr 68 (2), 2023; Home Energy Management System, <https://www.gridx.ai/knowledge/home-energy-management-systemhems#:~:text=A%20Home%20Energy%20Management%20System%2C%20or%20HEMS%2C%20is,as%20cost%20reduction%2C%20self-sufficiency%20maximization%20or%20emissions%20minimization.>, data dostępu: 02.07.2024 r.

Kluczowym aspektem jest to, iż w tym nowym modelu biznesowym turystyki zmienia się podejście do turystów. Należy skupić się na podejściu indywidualnym, a wycieczkowicze powinni brać aktywny udział w procesie rekreacji (Andreeva, Poskrobko, 2015). Warto podkreślić, iż w czasach trwającej rewolucji cyfrowej obserwuje się tendencję inwestowania przez coraz większą liczbę miast w projekty mające na celu uczynienie z nich miast typu *smart cities* (Nowacki, Kowalczyk- Anioł, 2019).

Współcześnie często błędnie utożsamia się koncepcję *smart tourism* z e-turystyką, mimo że istnieją między nimi istotne różnice. W koncepcji *smart tourism* technologie ICT są silnie zintegrowane z fizyczną infrastrukturą, czego nie można zaobserwować w e-turystyce. Różnice dotyczą również fazy podróży. *Smart tourism* odznacza się tym, iż wszystkie podejmowane czynności mają miejsce w trakcie odbywania podróży, natomiast w e-turystyce jako faza podróży są traktowane czynności podejmowane przed i po podróży. Kolejnym kryterium różniącym te dwie koncepcje jest forma wymiany usług pomiędzy konkretnymi podmiotami. *Smart tourism* oferuje współpracę prywatno-publiczno-konsumencką. Z kolei e-turystyka skupia się na łączeniu za pośrednictwem sieci konkretnych podmiotów w relacjach B2B, C2C oraz B2C (Iwaniuk, 2020).

Turystyka należy do dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki światowej. W odpowiedzi na rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz chęć poprawy kondycji środowiska naturalnego przedsiębiorstwa turystyczne coraz częściej wdrażają inteligentne technologie (Molenda, Kotlewski, Węgrzyn, 2023).

Intensywny i dynamiczny rozwój sektora turystycznego spowodował, iż społeczności dostrzegły związane z tym zagrożenie w postaci trudności utrzymania poziomu równowagi zarówno w społeczeństwie oraz środowisku naturalnym, a także w z punktu widzenia gospodarki jako całości. W związku z tym podjęto starania w celu maksymalnego zniwelowania negatywnych konsekwencji turystyki przy jednoczesnym zachowaniu zasad koncepcji tzw. zrównoważonego rozwoju, zatem podjęto decyzję o wprowadzeniu szerokiego zakresu certyfikacji (Twardowski, 2014). Już od 2001 roku, kiedy to

koncepcja zrównoważonego rozwoju weszła w życie podjęto starania w celu umacniania tej polityki (Dziuba, 2012). Należy podkreślić, że certyfikaty odgrywają kluczową rolę w zakresie przyszłego funkcjonowania i płynności branż turystycznych. Turyści w dzisiejszych czasach coraz częściej kierują się dobrem naszej planety, zatem są skłonni do odbywania podróży do miejsc, które są przyjazne dla środowiska. Na ważności zyskują obiekty hotelowe, które posiadają odpowiedni renomowany certyfikat potwierdzający prowadzenie działalności zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, które mają charakter proekologiczny (Twardowski, 2014). Na rynku turystycznym na znaczeniu coraz bardziej zyskują zarówno certyfikaty o charakterze proekologicznym zarówno międzynarodowe takie jak *EU EcoLabel*, *Green Key* oraz *Quality Coast*, *Blue Flag*, *Green Globe* a także krajowe np. *Czysta Turystyka*, *Zielone Płuca Polski* (Europejskie oznakowanie EU Ecolabel, 2021; Panasiuk, 2021; Hudyma, 2015; Twardowski, 2014). Należy pamiętać, że na wolnym rynku można napotkać się na certyfikaty, które są wydawane przez akredytowane jednostki niemające nic wspólnego z tzw. „modą na ekoturystykę”. Coraz częściej na rynku pojawiają się typowo komercyjne certyfikaty, których nadrzędnym celem jest pełnienie funkcji *stricte* reklamowych. To pokazuje, iż niektóre podmioty gospodarcze w turystyce prezentują płytkie podejście do koncepcji zrównoważonego rozwoju i zasad ekologii i traktują certyfikaty jako typowy chwyt o charakterze marketingowym (Twardowski, 2014). Kryzys pandemiczny wywołany pojawieniem się wirusa SARS-CoV-2 spowodował, iż na rynku turystycznym pojawiły się nowe możliwości ubiegania się o nowoczesnego rodzaju certyfikaty, a mianowicie o certyfikaty sanitarne (np. *Clean and Safe*, *SG Clean*, *Hygiene and Infection-protection management in the hospitality industry*), które przyczyniały się do zwiększenia zaufania wśród wycieczkowiczów do danej destynacji turystycznej, ponieważ stanowiły gwarancję zapewnienia w czasie pobytu w danym podmiocie bezpieczeństwa zdrowotnego turystów (Panasiuk, 2021; Bercum Bohm, Miktus, 2020; *Hygiene Certificate for the Hospitality Industry*, TÜV Rheinland,).

Sharing economy jako przejaw zrównoważonej turystyki

W dzisiejszych czasach to rynek napędza gospodarkę. Tym samym jest ona zmuszona do eksplorowania nowych strategii jak i poszukiwania nowych modeli biznesowych, które sprostają wyzwaniom obecnego ekosystemu, gdzie w celu jego jak najlepszego funkcjonowania wymaga się wspólnego korzystania z dóbr na wiele różnych sposobów (Bremser, M. Alonso-Almeida, 2017). Na początku należy podkreślić, że dzielenie się jest zjawiskiem występującym w gospodarce od wieków, co powoduje, że istota gospodarki współdzielenia nie jest odkrywczym fenomenem. Wynika to z faktu, iż od lat 70-tych przedsiębiorstwa korzystały ze strategii rozwoju jaką jest współpraca. Dopiero rozwój technologii oraz Internetu spowodowały uformowanie innowacyjnych sposobów dzielenia się pomiędzy właścicielami, konsumentami, a także producentami usług i towarów (Papińska-Kacperek, Polańska. 2017). Zgodnie z definicją Komisji Europejskiej *sharing economy* odnosi się do modeli umożliwiających prowadzenie danej działalności poprzez pośrednictwo tzw. platform współpracy. W tym ujęciu bywa ona określana również mianem ekonomii platformowej, co podkreśla kluczową rolę platform cyfrowych w łączeniu dostawców dóbr i usług z ich użytkownikami. Tworzą one specyficzny rynek, który jest ogólnodostępny, na którym osoby prywatne doręczają dobra, a także usługi przeznaczone do korzystania w sprecyzowanym okresie czasowym. W ten sposób następuje dopasowanie w realnym czasie popytu z podażą, które umożliwia znaczne zredukowanie transakcyjnych kosztów (A. Podgórnjak-Krzykacz, 2018) . Z kolei konsument może korzystać z danego zasobu w związku z jego udostępnieniem przez właściciela, co oznacza brak przeniesienia praw własności (przeciwieństwo transakcji sprzedażowej) (Goudin, 2016; Zelga, Rogalska, 2017). Model biznesowy jakim jest *sharing economy* zawiera w sobie szereg cech pozytywnych, do których zaliczyć można między innymi mniejsze koszty wynikające ze świadczenia różnych usług, lepsze i efektywniejsze wykorzystanie zasobów oraz aktywizację i ożywienie rynku pracy (Mirecka, 2018). Kolejną bardzo ważną cechą *sharing economy* jest to, że model ten kładzie duży nacisk na troskę o środowisko naturalne. Działania w postaci współdzielenia konkretnych zasobów podejmowane w ramach *sharing*

economy przyczyniają się do redukcji rozmiarów produkcji, a co za tym idzie zmniejsza się wykorzystanie surowców występujących w naturze, a także materiałów. Ponadto zmniejszeniu ulega również emisja gazów cieplarnianych oraz szkodliwych dla ekosystemu zanieczyszczeń (Pietrewicz, Sobiecki, 2016). Ponadto produkty nie są wyrzucane tak masowo jak wcześniej, co z kolei przyczynia się do znacznie mniejszych kosztów związanych z utylizacją odpadów. A zatem w ramach *sharing economy* zachodzi bardzo ciekawe i ważne zjawisko. Co prawda spada poziom produkcji, ale bez umniejszania bardzo ważnego bogactwa społecznego (Paczkowski, Kamela, Szył, 2020). Ponadto Magazyn „Times” usytuował *sharing economy* na liście prezentującej dziesięć idei, które zmieniają i zrewolucjonizują świat (Nadolska, Nadolski, 2019). W 2024 r. globalny rynek gospodarki współdzielenia został wyceniony na 366,2 mld USD. Przewiduje się jego dalszy dynamiczny rozwój w rezultacie czego w latach 2024–2030 zakłada się średnioroczną stopę wzrostu (CAGR) na poziomie 24,8%. W związku z tym prognozuje się, że do 2030 roku wartość tego rynku może osiągnąć około 1,4 bln USD (GLOBE NEWSWIRE, Sharing Economy Industry to Grow by US\$1 Trillion Reaching, Research and Markets, 2025). Należy zwrócić uwagę na fakt, że choć ekonomia współdzielenia ma potencjał do wspierania zrównoważonego rozwoju to wciąż istnieje niewielka liczba badań analizujących jej wpływ w tym obszarze.

Okres *prosperity* zagadnienia *sharing economy* jest możliwy i napędzony w sektorze turystycznym głównie dzięki czterem czynnikom: globalnemu gospodarczemu kryzysowi, ekspansji nowoczesnych technologii, coraz większemu znaczeniu pojęcia wspólnoty oraz autentyczności, a także ważności czynników środowiskowych, czyli tzw. konsumpcji zrównoważonej (Kowalska, 2018). Dopiero na przełomie XX/XXI wieku można było zaobserwować pierwsze próby wdrażania koncepcji *sharing economy* w sektorze turystycznym. Było to możliwe dzięki coraz bardziej powszechnemu dostępowi społeczeństwa do Internetu. Inicjowanie koncepcji *sharing economy* w branży turystycznej rozpoczęli pasjonaci podróżowania, którzy tworzyli strony internetowe umożliwiające znalezienie znacznie tańszej, a czasami nawet darmowej oferty podróżniczej. Z czasem platformy internetowe były

rozbudowywane, co przyczyniło się do powstawania przedsięwzięć o charakterze *profit*, które były dostosowane do potrzeb zgłaszanych przez rozmaite grupy użytkowników. Ważnym przejawem koncepcji *sharing economy* w *e-turystyce* jest specyficzny rodzaj turystyki określanej jako *couchsurfing* (Pawlusiński, 2017). Przyjmuje się, że ten rodzaj turystyki funkcjonuje od końca lat 90-tych XX wieku (Sala, 2015). *Couchsurfing* polega na udostępnianiu przez osoby prywatne noclegu podróżnym w swoich mieszkaniach za pośrednictwem platform internetowych, w ramach których użytkownicy mogą jednocześnie oferować zakwaterowanie innym oraz korzystać z gościnności innych członków społeczności (Cicharska, Styczeń, Szaro, 2018; Pawlusiński, 2017). Należy podkreślić, że idea udostępniania prywatnych mieszkań, pomieszczeń czy domów w celu zapewnienia osobom podróżującym noclegu jest znana od czasów zakończenia II wojny światowej (Sala, 2015). Ponadto wyniki analiz wskazują, że kryzys gospodarczy z 2008 r. paradoksalnie nie był czynnikiem negatywnie wpływającym na rozwój ekonomii współdzielenia w branży turystycznej. Był on impulsem, który zachęcił do eksplorowania alternatywnych metod zaspokajania potrzeb przez społeczności na całym świecie. Przyczynił się on do tego, iż gospodarstwa domowe zaczęły interesować się nowymi praktykami prowadzącymi do pozyskania dochodów niezbędnych do zasilenia budżetów domowych. Potencjalne korzyści ekonomiczne pozwoliły na przełamanie wszelkiego rodzaju barier związanych z pojawiającymi się obawami goszczenia w prywatnych mieszkaniach obcych osób (Pawlusiński, 2017). Obawy zostały zniwelowane do tego stopnia, że *CouchSurferzy* uznają każde spotkanie z nieznanym wcześniej człowiekiem za wartościowe (Cicharska, Styczeń, Szaro, 2018). Jednocześnie następowały przemiany w popycie turystycznym. Polegały one na tym, że turystyka w postaci 3 x S (czyli *sun, sand, sea*) zaczęła odchodzić w cień, natomiast na znaczeniu zyskała turystyka typu 3 x E skupiająca się na takich terminach jak *education, excitement* i *entertainment* (Pawlusiński, 2017). Nowy rodzaj turystyki, czyli turystyka 3E bazuje na emocjach i doświadczeniach. Jej cechą charakterystyczną jest to, iż turyści są skłonni do wydawania znacznie większej ilości pieniędzy, jeżeli mają pewność, że odbyta podróż dostarczy im

możliwość przeżycia czegoś nowego i zarazem ekscytującego o unikatowej specyfice. Zatem w turystyce 3E wycieczkowicze nie są zainteresowani rozrywką o charakterze masowym (Szultka (red), 2012) i następuje komercjalizacja sektora turystycznego, która jest skierowana na indywidualizację wszelkiego rodzaju podróży (Pawlusiński, 2017). Podsumowując *Couchsurfing* perfekcyjnie przedstawia idee, które są cechą charakterystyczną modelu turystyki typu 3E przez co doskonale wpisuje się w ten model. *Couchsurfing* jak i turystyka 3E umożliwiają turystom jednocześnie przeżywanie niesamowitych emocji i wrażeń (*excitement*) podczas zaspokajania swoich potrzeb poznawania wielu ciekawych i fascynujących zakątków świata (*entertainment*) jednocześnie zdobywając przy tym nowe doświadczenia (*education*) (Cicharska, Styczeń, Szaro, 2018). Warto w tym miejscu wskazać inny przykład *couchsurfingu*, który umożliwia podróżnym korzystanie z prywatnych przestrzeni mieszkańców jakim jest *WarmShowers* dedykowany podróżującym rowerami (Ewcyna, 2024), natomiast mniej rozpowszechniona platforma *CampInMyGarden* umożliwia korzystanie z prywatnych ogrodów w celu zapewnienia noclegu w namiotach lub przyczepach kempingowych (Para, 2014; Cicharska, Styczeń, Szaro, 2018; HomeCamper, 2024).

Współcześnie koncepcja *sharing economy* została wdrożona w znaczącej liczbie sektorów należących do rynku turystycznego, a jej największy udział jest widoczny w sektorze noclegowym i transportowym (Majchrzak, 2016). Wyróżnia się następujące obszary zastosowania *sharing economy* w gospodarce turystycznej:

- Dostęp do usług noclegowych (Kowalska, 2018):
 1. *Short-term rental*, który polega na tym, że właściciele domów lub mieszkań oraz pokoi wynajmują (krótkoterminowo) swoje zasoby użytkownikom zarejestrowanym na jednym z portali: *Airbnb, HouseTrip, CouchSurfing, HomeAway, Onefinestay* (Kowalczyk-Anioł, Pawlusiński, 2018; Kowalska, 2018).
 2. *Home-swapping*- polega na czasowej wymianie pomiędzy właścicielami ich domów. Z tego rodzaju

usług noclegowych można skorzystać za pośrednictwem platform internetowych takich jak: *HomeExchange* i *Love Home Swap* (Pawlusiński, 2018).

- Usługi gastronomiczne:

1. *Meal-sharing*- jest to inicjatywa lokalnych mieszkańców polegająca na dzieleniu się z turystami posiłkami w prywatnych domach regionalnej społeczności, co pozwala na zaspokojenie zgłaszanych przez turystów potrzeb żywnościowych. Platformy umożliwiające znalezienie tego typu ofert to *Eatwith.com* oraz *LocalEats.com* (Kowalska, 2018). Ponadto taka forma spożywania posiłków umożliwia turystom zapoznanie się z lokalną kuchnią danej społeczności. Zatem w Polsce charakterystycznym daniem są ręcznie przygotowane pierogi, natomiast w Japonii może być to sushi. Co ważne skorzystanie z gościnności właścicieli nie jest darmowe i czasami zdarza się, że cena posiłku znacznie przewyższa ceny przyjęte w regionalnych restauracjach (Para, 2017).

- Usługi przewodnickie/pilockie:

1. *Local-guiding* (Kowalczyk-Anioł, Pawlusiński, 2018) - polega na tym, iż osoba zamieszkująca tereny recepcji turystycznej może przyjąć funkcję przewodnika czy też pilota danej grupy turystycznej. Usługi przewodnickie tego typu oferują platformy: *Touristlink*, *Vayable* (Kowalska, 2018), *SpottedbyLocals* (Kowalczyk-Anioł, Pawlusiński, 2018). Ważnym aspektem jest to, iż nie ma żadnych ograniczeń odnośnie tego, kto może zostać przewodnikiem. Z praktycznego punktu widzenia może nim zostać zarówno osoba dysponująca odpowiednią licencją przewodnicką jak i amator, który potrafi w ciekawy sposób opowiedzieć innym o swoich pasjach związanych z historią i kulturą danego regionu (Para, 2017).

- Usługi zagospodarowania czasu wolnego

1. Serwisem działającym w tym obszarze jest *Trip4real*, który rozpoczął swoją działalność w Hiszpanii i daje możliwość komunikacji pomiędzy turystami a mieszkańcami zamieszkującymi dany region w celu zalecenia ofert na spędzenie wolnego czasu

w destynacji turystycznej. Portal oferuje różne atrakcje np. żegluga jachtem stanowiącym własność konkretnej osoby czy lekcje gotowania na przykład hiszpańskich potraw (Para, 2017).

- Usługi udostępniania sprzętu:

1. *Equipment sharing*- umożliwia wycieczkowiczom wypożyczenie sprzętu turystycznego, który jest wymagany, aby dana podróż czy wycieczka się odbyła. Przykładem platformy internetowej tego typu jest *Rentoit* (Kowalczyk-Anioł, Pawlusiński, 2018).

Powyżej przedstawiono jedynie wybrane zastosowania koncepcji *sharing economy* w gospodarce turystycznej. Należy pamiętać, że zakres zastosowań tej idei jest nieograniczony, gdyż rynek turystyczny ma specyficzny charakter. Ma on właściwości kompleksowe, co oznacza, iż na terenach recepcyjnych generuje zapotrzebowanie na usługi nie tylko związane z samą turystyką, ale także z zaspokajaniem potrzeb związanych z podstawowym funkcjonowaniem bytowym wycieczkowiczów. Przewiduje się, że w przyszłości portale, które obecnie są nastawione na obsługę jedynie mieszkańców danego regionu rozszerzą swoją działalność, w celu obsługiwaniania turystów. Interesującym przykładem tego typu działań jest portal internetowy *Flightcar*, za pomocą którego samochody pozostawione na lotnisku przez lokalnych mieszkańców udających się w podróż są wynajmowane przybywającym do tego miejsca turystom (Pawlusiński, 2018).

Metody badawcze

Badanie miało na celu określenie roli platform *sharing economy* w promowaniu idei zrównoważonego rozwoju, w szczególności w kontekście odpowiedzialnej turystyki. Artykuł składa się z dwóch części. W pierwszej przedstawiono istotę i kwestie definicyjne związane z ideą zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym oraz wskazano kierunki rozwoju turystyki zrównoważonej. Druga część prezentuje wyniki badań autorki dotyczące stopnia w jakim respondenci przejawiają gotowość i chęć do wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju, między innymi poprzez korzystanie z rozwiązań oferowanych przez gospodarkę współdzielenia. Badanie *sharing economy* jako przejawu zrównoważonej turystyki wymaga wykorzystania różnorodnych narzędzi badawczych i zróżnicowanego podejścia metodologicznego. W

pierwszym etapie badania wykorzystano krytyczną analizę literatury oraz metodę badań dokumentów, a w drugim metodę sondażu diagnostycznego i analizy statystycznej. Badanie ilościowe zostało przeprowadzone w okresie od 22 lutego 2025 r. do 30 kwietnia 2025 r. na próbie badawczej wynoszącej N=239 respondentów. Badanie przeprowadzono w postaci sondażu diagnostycznego, zatem informacje od respondentów zebrano za pomocą ilościowej metody CAWI (Computer Assisted Web Interview). Wobec tego nie wszystkie osoby miały możliwość znalezienia się w próbie badawczej, gdyż udział w badaniu wymagał od respondentów dostępu do Internetu. Ponadto zastosowano nielosowy dobór próby badawczej, gdyż uczestnikami badania były osoby, które dobrowolnie zdecydowały się na wypełnienie kwestionariusza. Na podstawie wiedzy dostępnej na etapie przygotowywania badania postawiono hipotezę badawczą: H0: *Respondenci wykazują gotowość do wdrożenia zasad odpowiedzialnej turystyki (zrównoważonej turystyki).*

Wyniki badań

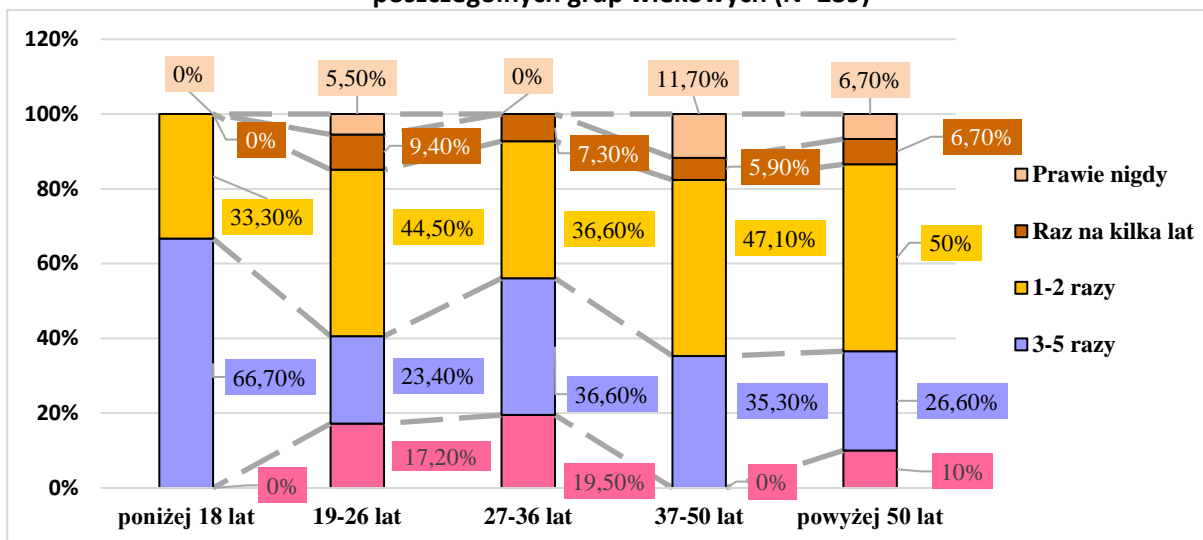
Analiza wyników badań opiera się na próbie badawczej wynoszącej N=239 respondentów. W badaniu wzięło udział 42,3 proc. mężczyzn (n=101) oraz 57,7 proc. kobiet (n=138). Ponad połowę ankietowanych stanowiły osoby w przedziale wiekowym od 19 do 26 lat (53,6 proc.). Wśród uczestników badania znaleźli się również respondenci w wieku: 27-36 lat (17,2 proc.), 37-50 lat (14,2 proc.) i powyżej 50 lat (12,5 proc.). Osoby bardzo młode, tj. poniżej 18 roku życia stanowiły nieliczną grupę wynoszącą zaledwie 2,5 proc. Struktura wykształcenia uczestników badania wskazuje, że wykształcenie wyższe posiada 52,3 proc. (n=125), średnie 34,3 proc. (n=82), zawodowe 10,9 proc. (n=26) oraz podstawowe 2,5 proc. (n=6).

Ze względu na fakt, iż przedmiotem badania była problematyka zrównoważonej turystyki postanowiono zweryfikować ogólny poziom aktywności turystycznej wśród respondentów. Takie działanie było ważne, gdyż umożliwiło dostrzeżenie potencjalnej gotowości do wdrażania zasad odpowiedzialnej turystyki. Na podstawie przeprowadzonych badań można wyciągnąć wniosek, iż zgodnie z oczekiwaniami

większość respondentów podejmuje aktywność turystyczną 1-2 razy w roku (43,90 proc.). Z kolei 28,9 proc. uczestników badania zadeklarowało częste wyjazdy (3-5 razy w roku). Ponadto 13,9% badanych podróżuje więcej niż 5 razy w ciągu roku, 7,9 proc. robi to sporadycznie, a 5,4% niemal wcale. Przyczyną takiej sytuacji może być tzw. zjawisko wykluczenia turystycznego. Wynika ono bardzo często z racji wieku, trudnej sytuacji materialnej danej osoby czy ograniczeń zdrowotnych. Osoby te charakteryzują się tym, że podróżowanie jest dla nich nieosiągalne nie z wyboru, ale z konieczności. Uzyskane wyniki jednoznacznie wskazują, że w badanej próbie obserwuje się relatywnie wysoki poziom aktywności turystycznej. Należy jednak zaznaczyć, że badanie ma charakter pilotażowy, co oznacza, że jego celem było wstępne rozpoznanie zjawiska, a uzyskane wyniki wymagają pogłębienia w dalszych analizach.

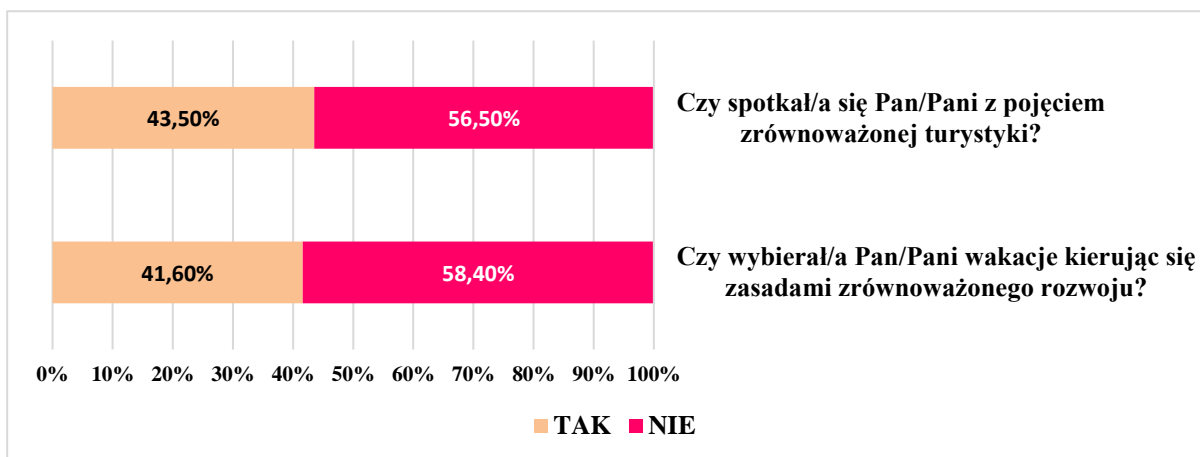
Postanowiono również sprawdzić czy widoczne jest zróżnicowanie zachowań turystycznych po uwzględnieniu wieku respondentów. W związku z tym zbadano, jak kształtuje się częstotliwość odbywania podróży turystycznych w ciągu roku według poszczególnych kategorii wiekowych.

Ryc. 1. Procentowy rozkład częstotliwości podróży turystycznych w ciągu roku według poszczególnych grup wiekowych (N=239)



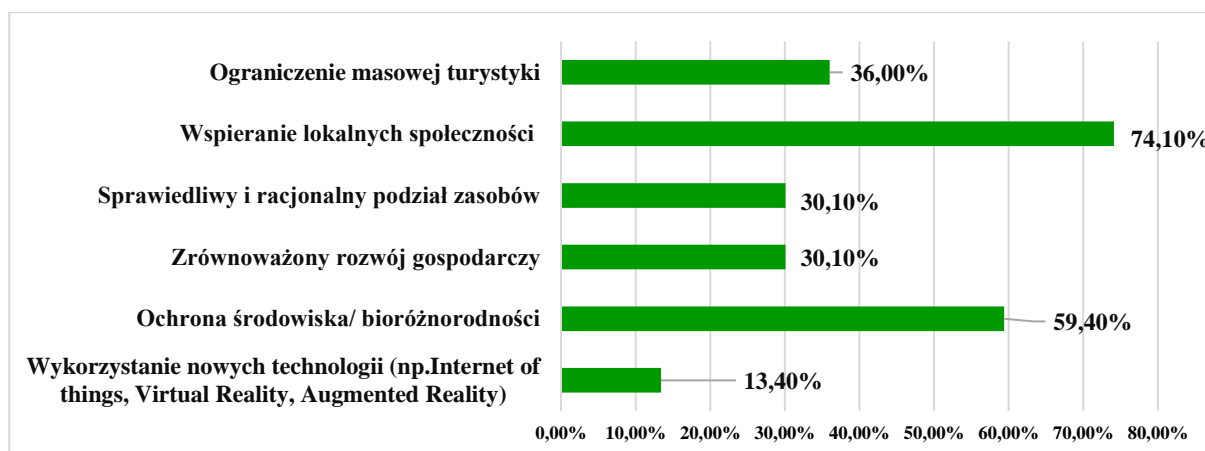
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Ryc. 2. Percepcja respondentów w zakresie zrównoważonej turystyki oraz jej znaczenie przy wyborze wakacyjnych destynacji turystycznych (N=239)



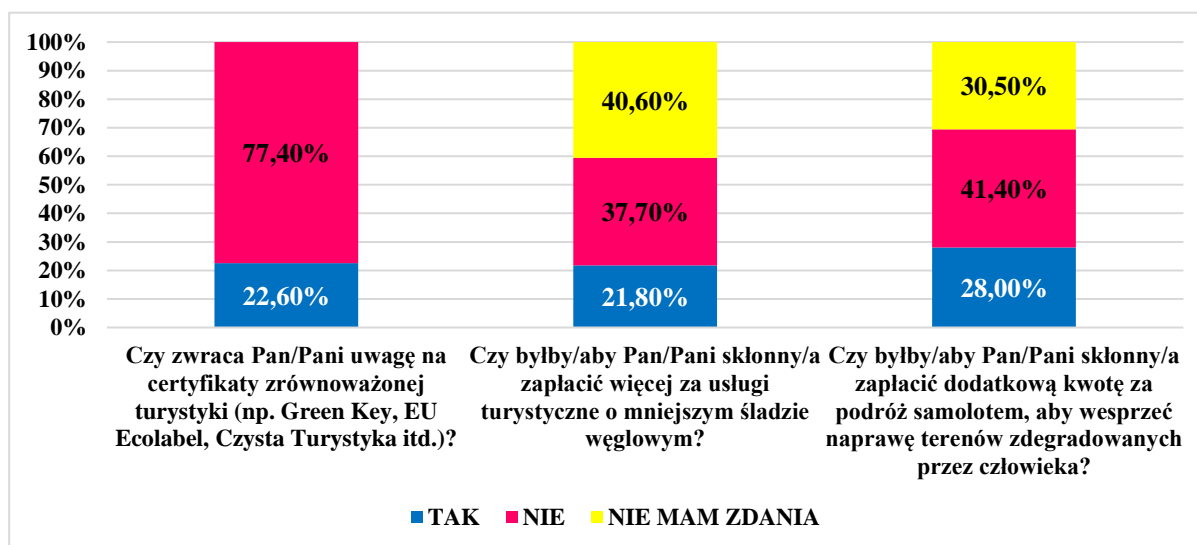
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Ryc. 3. Kluczowe aspekty dla zrównoważonej turystyki w opinii respondentów (N=239)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Ryc. 4. Postawy respondentów wobec prośrodowiskowych zachowań związanych z turystyką zrównoważoną (N=239)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Na podstawie danych zaobserwowano, że wiek respondentów silnie koreluje z częstotliwością podejmowania aktywności turystycznej. Wśród najmłodszego pokolenia (poniżej 18 roku życia) dominują osoby, które rocznie podróżują aż 3-5 razy (66,7 proc) w roku. To wskazuje na wysoką mobilność turystyczną. Kolejne grupy wiekowe odznaczają się bardziej zrównoważonym rozkładem częstotliwości podróży turystycznych. W przedziale wiekowym 19-26 lat, 27-36 lat oraz 37-50 lat dominują osoby podróżujące 1–2 razy rocznie (odpowiednio 44,5 proc; 36,6 proc. i 47,1 proc.). Wśród grupy wiekowej 19-26 lat zaledwie 9,40 proc. podróżuje raz na kilka lat. Wbrew obowiązującym stereotypom odnośnie tego, iż osoby starsze charakteryzują się małą mobilnością turystyczną grupa wiekowa powyżej 50 roku życia prezentuje dość wysoką aktywność turystyczną. Aż 26,6 proc. respondentów tej grupy wiekowej deklaruje odbywanie podróży turystycznych 3-5 razy w roku, a połowa z nich (50 proc.) wyjeżdża 1-2 razy do roku.

Biorąc pod uwagę rosnące znaczenie koncepcji zrównoważonego rozwoju postanowiono w przeprowadzonym badaniu zweryfikować poziom świadomości respondentów w zakresie zrównoważonej turystyki, a mianowicie czy uczestnicy badania mieli styczność z tą koncepcją.

Aż 56,5 % ankietowanych zadeklarowało, że nie spotkało się z pojęciem zrównoważonej turystyki. Z kolei 43,5 proc. uczestników badania jasno stwierdziło, że koncepcja zrównoważonej turystyki jest im znana. Dodatkowo ponad połowa respondentów wskazała, że planując i wybierając wakacje nie kierowała się zasadami zrównoważonego rozwoju (58,4 proc.). Jedynie 41,6 proc. ankietowanych podkreśliło, że zrównoważony rozwój jest istotnym czynnikiem brany pod uwagę podczas planowania wakacji. Zatem wyniki badań pokazują, że w badanej próbie przeważają osoby, które nie posiadają znajomości pojęcia zrównoważonej turystyki i koncepcja odpowiedzialnego podróżowania nie jest kluczowym czynnikiem brany pod uwagę podczas planowania podróży turystycznej. Może to świadczyć o tym, że rynek zrównoważonej turystyki w Polsce znajduje się wciąż we wczesnym etapie rozwoju. To powoduje, że należy podejmować odpowiednie działania w zakresie edukacji konsumenckiej i promocji koncepcji

zrównoważonej turystyki wśród społeczeństwa polskiego.

W ramach przeprowadzonego badania poddano analizie aspekty uznawane przez respondentów za istotne z punktu widzenia zrównoważonej turystyki. Wśród osób uczestniczących w badaniu 74,10 proc. zadeklarowało, że priorytetowym aspektem dla zrównoważonej turystyki jest wspieranie lokalnych społeczności. Kolejnym kluczowym czynnikiem dla koncepcji zrównoważonej turystyki zdaniem respondentów jest ochrona środowiska i bioróżnorodności (54,90 proc.), ograniczenie masowej turystyki (36 proc.) oraz sprawiedliwy i racjonalny podział zasobów, a także zrównoważony rozwój gospodarczy (30,10 proc.). To może świadczyć o tym, że uczestnicy badania dostrzegają negatywne skutki nadmiernego natężenia ruchu turystycznego i przez to wyrażają troskę o świadomą kontrolę tego rodzaju aktywności turystycznej. Tylko 13,4 proc. respondentów wskazało wykorzystanie nowych technologii takich jak Internet rzeczy, rzeczywistość wirtualna i rozszerzona jako kluczowy aspekt zrównoważonej turystyki.

Interesującym wynikiem badania jest stosunkowo niski poziom świadomości wśród uczestników badania dotyczący roli certyfikatów związanych ze zrównoważoną turystyką. Pomimo tego, że certyfikaty są utożsamiane z funkcją gwaranta jakości zgodnie z potrzebami środowiska i troską o zachowanie bioróżnorodności tylko 22,6 proc. osób zadeklarowało, że zwraca uwagę na oznaczenia takie jak *Green Key*, *EU Ecolabel* czy *Czysta Turystyka* podczas planowania podróży. Zdecydowana większość uczestników badania, czyli 77,4 proc. oświadczyło, że nie bierze pod uwagę tego typu certyfikatów podczas organizacji wycieczki turystycznej. Uzyskane wyniki wskazują, że w badanej próbie certyfikaty ekologiczne nie są istotnym kryterium wyboru destynacji turystycznej. W ramach badania zapytano respondentów o ich gotowość do ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z bardziej odpowiedzialnymi formami podróżowania. Na podstawie wyników badań można dojść do wniosku, że respondenci wykazują umiarkowaną gotowość do finansowego wspierania konkretnych działań prośrodowiskowych w turystyce. Jedynie 21,8 proc.

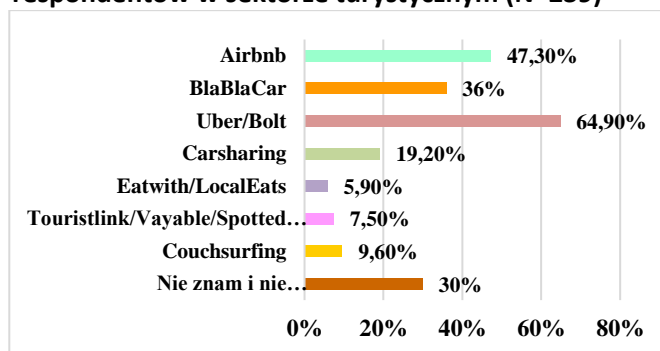
badanych zadeklarowało chęć zapłacenia wyższej kwoty za usługi turystyczne charakteryzujące się niższym śladem węglowym. Z kolei 37,7 proc. uczestników badania nie wyraziło takiej gotowości. Największa grupa respondentów (wynosząca 40,6 proc.) pozostała bez jednoznacznej opinii stwierdzając, iż nie ma zdania w tej sprawie. Podobne tendencje zaobserwowano w zakresie oceny gotowości ponoszenia przez turystów dodatkowych kosztów, których celem jest zrekompensowanie negatywnych skutków podróży lotniczych. Zaledwie 28 proc. badanych opowiedziało się za tym, że byliby skłonni zapłacić dodatkową kwotę za podróż samolotem w celu przeznaczenia jej części na rzecz odbudowy terenów zdegradowanych działalnością człowieka, 41,4 proc. nie chce ponosić dodatkowych kosztów, a 30,5 proc. nie ma zdania.

W celu zbadania czy *sharing economy* jest istotnym elementem współczesnej gospodarki postanowiono przeanalizować poziom znajomości tego zjawiska wśród respondentów. Na podstawie przeprowadzonego sondażu diagnostycznego ponad połowa uczestników badania (53,1 proc.) zadeklarowała, że termin *sharing economy* nie jest dla nich obcym zjawiskiem. Natomiast 46,9 proc. ankietowanych nie posiada wiedzy na jej temat. Na podstawie tych danych można stwierdzić, że znaczna część respondentów wykazuje przynajmniej podstawową wiedzę i poziom świadomości w zakresie nowoczesnych modeli gospodarczych opartych na współdzieleniu. Ponieważ poziom świadomości jest dość wysoki postanowiono zbadać również jakie platformy cyfrowe sektora turystycznego są wykorzystywane przez osoby ankietowane.

Najczęściej wykorzystywaną przez respondentów platformą cyfrową w kontekście turystyki jest *Uber/Bolt*, gdyż korzystało z niej aż 64,9 proc. respondentów. Na kolejnych miejscach uplasowały się *Airbnb* (47,3 proc.) i *BlaBlaCar* (36 proc.). Dane te świadczą o silnej pozycji platform związanych z transportem i zakwaterowaniem w sektorze turystycznym. Znacznie mniej popularne według opinii respondentów okazały się *Carsharing* (19,2 proc.) oraz niszowe platformy turystyczne i gastronomiczne takie jak *Couchsurfing* (9,6 proc.), *Touristlink/Vayable/ SpottedbyLocals* (7,5 proc.) czy

Eatwith/LocalEats (5,9 proc.). Istotnym faktem jest to, że 30 proc. ankietowanych oświadczyło, iż nie korzystało z żadnego tego typu usług w sektorze turystycznym.

Ryc. 5. Platformy cyfrowe wykorzystywane przez respondentów w sektorze turystycznym (N=239)

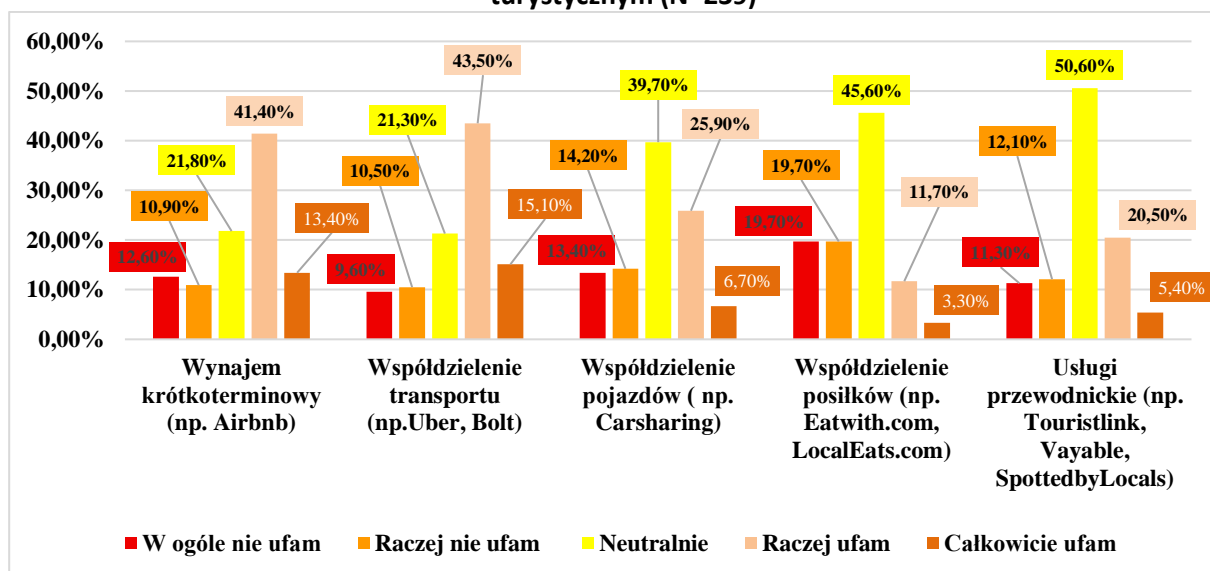


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Może to świadczyć o braku potrzeby korzystania z takich rozwiązań przez pewną grupę uczestników badania, która nadal przejawia pesymistyczne podejście i brak zaufania do idei współdzielenia. Ponadto na taki stan rzeczy może wskazywać również wciąż istniejący ograniczony zasięg tych platform *sharing economy* w niektórych grupach społecznych, a także bariery informacyjne. Należy zaznaczyć, że badaniu uwzględniono zarówno platformy utożsamiane z klasyczną gospodarką współdzielenia (np. *Couchsurfing*, *Carsharing*), jak i popularne platformy cyfrowe (np. *Airbnb*, *Uber/Bolt*), które w literaturze nie zawsze są jednoznacznie klasyfikowane jako klasyczny *sharing economy*.

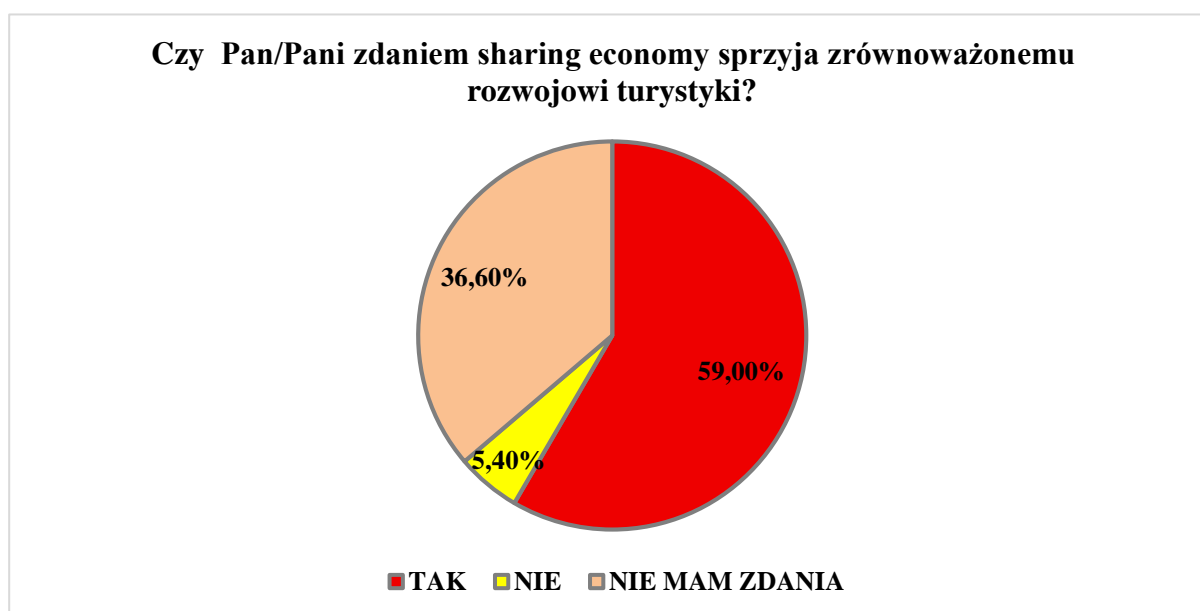
Po przeanalizowaniu stopnia wykorzystania platform cyfrowych w sektorze turystycznym postanowiono zbadać poziom zaufania jaki respondenci wyrażają w stosunku do tego rodzaju innowacyjnych rozwiązań. Ponieważ platformy działające na zasadzie współdzielenia bazują na wzajemnym zaufaniu użytkowników przeprowadzenie analizy w zakresie zaufania konsumentów do tego rodzaju rozwiązań pozwoli wyciągnąć wnioski odnośnie trwałości i potencjału rozwoju konkretnych platform cyfrowych z sektora turystyki w obecnych warunkach polskiego rynku.

Ryc. 6. Deklarowany poziom zaufania respondentów do wybranych platform cyfrowych w sektorze turystycznym (N=239)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Ryc. 6. Postrzeganie wpływu ekonomii współdzielenia na zrównoważony rozwój turystyki w opinii respondentów (N=239)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonego sondażu diagnostycznego.

Na podstawie wcześniej zaprezentowanych informacji oraz danych przedstawionych na Rys. 6. istotnym wnioskiem jest to, że wykorzystanie platform cyfrowych w turystyce jest silnie skorelowane z zaufaniem do tego rodzaju usług. Mianowicie najwyższym zaufaniem respondenci darzą platformy, z których korzystali najczęściej, czyli platformy mobilności na żądanie i wynajmu krótkoterminowego. Platformy takie jak *Uber* czy *Bolt* uzyskały łącznie 58,6 proc. stanowisk respondentów po stronie zaufania (43,5 proc. raczej ufam i 15,1 proc. całkowicie ufam). Podobną sytuację można dostrzec w odniesieniu do platformy *Airbnb*, która została pozytywnie oceniona przez 54,8 proc. ankietowanych (41,4 proc. raczej ufam i 13,4 całkowicie ufam). Duży poziom zaufania do platform mobilności na żądanie i wynajmu krótkoterminowego może wynikać z faktu, że usługi te są postrzegane przez uczestników badania za względnie bezpieczne. Z kolei wyraźnie niższy poziom zaufania można dostrzec w usługach, które mają zdecydowanie mniejszy zasięg rynkowy i cechują się wyższym stopniem personalizacji, czyli współdzielenie posiłków np. *Eatwith/LocalEats* oraz współdzielenie usług przewodnickich np. *Touristlink/Vayable/SpottedbyLocals*, a także współdzielenie pojazdów np. *Carsharing*. Dominuje tutaj wśród respondentów postawa neutralna (45,6 proc. współdzielenie posiłków, 50,6 proc. usługi przewodnickie oraz 39,7 proc. współdzielenie pojazdów). Może to świadczyć o tym, że respondenci nie znają dobrze tego rodzaju usług poprzez brak bezpośredniego doświadczenia w tym zakresie, gdyż tego typu usługi współdzielenia nie cieszą się dużą popularnością wśród ankietowanych.

W obliczu zachodzących przemian współczesnej turystyki i wzroście zainteresowania modelami opartymi na współdzieleniu zasobów przez rozmaite społeczności postanowiono zbadać czy osoby uczestniczące w badaniu postrzegają *sharing economy* jako czynnik wspierający i sprzyjający rozwojowi zrównoważonej turystyki.

Aż 59% respondentów dostrzega potencjał *sharing economy* w promowaniu zrównoważonej turystyki. Jednocześnie zaobserwowano stosunkowo wysoki odsetek osób niezdecydowanych (35,6 proc.), którzy nie zajęli jasnego stanowiska w tej sprawie.

Zadawalające jest to, że jedynie 5,4 proc. respondentów uważa, że gospodarka współdzielenia w żadnym stopniu nie sprzyja zrównoważonemu rozwojowi turystyki.

Wnioski z badań i implikacje dla gospodarki

Istnieją podstawy do odrzucenia H0: *Respondenci wykazują gotowość do wdrożenia zasad odpowiedzialnej turystyki (zrównoważonej turystyki)*. Przeprowadzone badania własne pokazały, że znaczna część uczestników badania nie miała uprzedniego kontaktu z tematyką zrównoważonej turystyki i nie wykazuje się jej znajomością, a także nie kierowała się zasadami zrównoważonego rozwoju podczas planowania i wyboru destynacji turystycznej. Dodatkowo respondenci wykazują umiarkowaną skłonność do ponoszenia wyższych kosztów za usługi turystyczne spełniające kryteria proekologiczne takie jak ograniczony ślad węglowy. Podsumowując powyższe rozważania należy stwierdzić, że wyniki badania wskazują, iż w badanej próbie respondenci nie wykazują jeszcze pełnej gotowości do wdrażania zasad zrównoważonej turystyki. Sytuacja ta wskazuje na potrzebę zainicjowania kampanii edukacyjnych. Ich celem powinno być podniesienie poziomu świadomości na temat znaczenia zasad zrównoważonej turystyki, w tym również w kontekście koncepcji współdzielenia. Ma to istotne znaczenie dla jakości życia i zdrowia przyszłych pokoleń. Należy również podkreślić, iż artykuł nie wyczerpuje w pełni poruszanej problematyki ze względu na złożoność zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem sektora turystycznego jak i dynamicznym rozwojem *smart technology*.

Spis literatury

- Adamczyk J., 2018. Zrównoważony rozwój jako paradygmat współczesnego zarządzania przedsiębiorstwem. *Przegląd Organizacji*. (12). DOI:10.33141/po.2018.12.01.
- Andreeva N. Poskrobko B., 2015. Produkt turystyczny dla twórczych pracowników umysłowych. *Ekonomia i Środowisko*. (4(55)).
- Bercum Bohm S., Miktus D., 2020. 'Clean and Safe' Certification: The Future for Hotels After COVID-19, *Hotel Business*, <https://hotelbusiness.com/clean-and-safe-certification-the-future-for-hotels-after-covid-19>, data dostępu: 29.03.2026 r
- Bohdanowicz P., 2005. Zasady ekopolityki w turystyce. *Cywilizacja i Polityka* (3).
- Borissov, B., Cucović, A., 2019. Successful sustainable development policy strategy. *Knowledge International Journal*, 31(1).

- Bremser K. Alonso-Almeida M., 2017. Sharing economy and Tourism: Lights and Shadows. Management International Conference.
- Butler R.W., 1999. Sustainable tourism: A state-of-the art review. *Tourism Geographies*. (1(1)). DOI:10.1080/14616689908721291.
- Butowski L., 2013. Długookresowy model turystyki zrównoważonej. *Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula*.
- Cicharska M. Styczeń P. Szaro K. (2018). Sharing economy. Modele biznesowe w stronę równości czy rozwarstwienia. Warszawa: Texter.
- Dobrzański G. Borkowska-Niszczota M. Kiryluk H. Szymańska E., 2010. Problemy interpretacji turystyki zrównoważonej. *Folia Turistica. Turystyka i Ekologia* (22).
- Dziuba R., 2012. System certyfikacji „czysta turystyka” podstawowe przesłanki decyzji wdrożeniowej, *Gospodarka W Praktyce I Teorii*. (31(2)).
- Europejskie oznakowanie EU Ecolabel, Ministerstwo Klimatu i Środowiska, 2021, <https://www.gov.pl/web/klimat/europejskie-oznakowanie-eu-ecolabel>, data dostępu: 06.03.2026 r.
- Ewcyna, WarmShowers- gościnność w podróży rowerem, https://www.ewcyna.com/warmshowers-goscinnosc-w-podrozy-rowerem/#Co_to_jest_Warmshowers, data dostępu: 01.07.2024 r.
- GLOBE NEWSWIRE, Sharing Economy Industry to Grow by US\$1 Trillion Reaching, Research and Markets, 2025, <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/04/24/3067614/28124/en/Sharing-Economy-Industry-to-Grow-by-US-1-Trillion-Reaching-US-1-4-Trillion-by-2030-Expansion-of-Collaborative-Consumption-Models-Drives-Adoption-in-Variou-Sectors.html>, data dostępu: 29.03.2026 r.
- Goudin P. European Added Value Unit, 2016. The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy: Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities. Brussels: European Parliamentary Research Service.
- Gorynia M. Śliwińska M., 2024. Międzynarodowy biznes w warunkach ewolucji w stronę zrównoważonego rozwoju. Część 2. *Eurogospodarka*. (1).
- Graaf, H., Musters, C., Keurs, W., 1996. Sustainable development: Looking for new strategies. *Ecological Economics*, 16(3).
- 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).
- HomeCamper, <https://campspace.com/en/campsites?placelD=PL&location=Poland&startDate=&endDate=&numberOfAdults=2&numberOfChildren=0>, data dostępu: 01.07.2024 r.
- Hudyma, M., 2015, „Oferta skrojona na miarę turysty nordyckiego”, w: C. Jastrzębski (red.), *Turystyka wiejska bez granic*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce.
- Huerta de Soto J., 2021. Ekonomiczne następstwa pandemii - ujęcie austriackie. Instytut Misesa.
- Hygiene Certificate for the Hospitality Industry, TÜV Rheinland, <https://www.tuv.com/oman/en/certificate-for-hygiene-and-infection-protection-management-for-hospitality-industry.html>, data dostępu: 29.03.2026 r.
- Iwaniuk E., 2020. Koncepcja inteligentnej turystyki (smart tourism). *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*. (391).
- Kazmierczak M., 2009. Turystyka zrównoważona synonimem turystyki zorientowanej etycznie. *Studia Periegetica* (3).
- Kowalczyk-Anioł J. Pawłusiński R., 2018. Sharing economy w przestrzeni polskich metropolii i miast turystycznych na przykładzie Airbnb. *Konwersatorium Wiedzy o Mieście*.(3(31)). DOI: <https://doi.org/10.18778/2543-9421.03.02>.
- Kowalska K., 2018. Konkurencyjność podmiotów sharing economy w turystyce. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*. (2(42)). Doi: 10.18276/ept.2018.2.42-02.
- Kowlaska K., 2018. Konsumnet usług turystycznych w dobie sharing economy. *Studia Oeconomica Posnaniensia*. (6(10)). DOI: 10.18559/SOEP.2018.10.1.
- Krajewska Smardz A. Gruszka I. Szalonka K., 2016. Znaczenie koncepcji sharing economy na rynku turystycznym. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*. (1(33)).DOI: <http://dx.doi.org/DOI:10.18276/ept.2016.1.33-03>.
- Kulawczuk P., Modele Biznesowe turystyki zrównoważonej- wymagania dla przedsiębiorców, <https://startpl.pl/turystyka-zrownowazona/>, (data dostępu: 24.06.2024 r.).
- Majchrzak K., 2016. Ekonomia dzielenia się i jej przejawy w turystyce. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki*. (1(33)). DOI: 10.18276/ept.2016.1.33-02.
- McKinsey Global Institute, 2021. Nextdoor’s CEO on supporting communities through COVID-19, <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/nextdoors-ceo-on-supporting-communities-through-covid-19?>, data dostępu: 29.03.2026 r.
- Mirecka E., 2018. Sharing economy a podatki. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. (530). DOI:10.15611/pn.2018.530.07.
- Molenda M. Kotlewski D. Węgrzyn P. (2023). Smart technology w przedsiębiorstwach turystycznych. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*. (68(2)). DOI: 10.33119/EEIM.2023.68.3.
- Morawski W., 2003. *Kronika kryzysów gospodarczych*. Warszawa: Wydawnictwo TRIO.
- Nadolska A. Nadolski W., 2019. Ramy prawne aspektów *sharing economy* w Polsce. *Zeszyty Prawnicze Biura Analiz Sejmowych*. (2(62)). DOI: <https://doi.org/10.31268/ZPBAS.2019.23>.
- Nasza wspólna przyszłość. Raport Światowej Komisji ds. Środowiska i Rozwoju*; Organizacja Narodów Zjednoczonych: Nowy Jork, NY, USA, 1987; Pobrano z: https://gat04-live-1517c8a4486c41609369c68f30c8-aa81074.divio-media.org/filer_public/6f/85/6f854236-56ab-4b42-810f-606d215c0499/cd_9127_extract_from_our_common_future_bundtland_report_1987_foreword_chpt_2.pdf, data dostępu: 01.03.2026 r.
- Niezgoda A. Janczak K. Patelka K., 2020. Ekspertyza na temat wytycznych w zakresie zrównoważonej turystyki. Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii.
- Nowacki M., Kowalczyk-Anioł J., 2019. Determinanty rozwoju turystyki w miastach inteligentnych. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*. (sectio B, vol. LXXIV). DOI: 10.17951/b.2019.74.117-131.
- OECD, 2022. *Global Outlook on Financing for Sustainable Development 2023: No Sustainability Without Equity*, OECD Publishing, Paris, DOI: <https://doi.org/10.1787/fcbe6ce9-en>.
- Paczkowski T. Kamela A. Szyl M., 2020. Ekonomia współdzielenia (sharing economy) narodziny nowego systemu ekonomicznego? *Przyszłość, szanse i zagrożenia*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. DOI:10.15290/wpewbmn4.2020.05.
- Panasiuk A., 2021. *Certyfikacja jakości na polskim rynku turystycznym- krytyczna ocena w kontekście e-turystyki*, w: J.

- Gancarczyk (red. nauk.), E-management. Modele zarządzania organizacją i relacjami w kontekście technologii cyfrowych., tom II, wydanie I, Kraków 2021.
- Papińska-Kacperek J. Polańska K. (2017). Sharing economy a dylematy monetyzacji idei w sieci społecznej. Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych/ Szkoła Główna Handlowa. (44).
- Para A., 2017. Turystyka w obliczu nowych zjawisk- ekonomia dzielenia się oraz współdzielona konsumpcja, w: E. Biernat, E. Dziedzic (red. nauk), Trendy w turystyce, Oficyna Wydawnicza. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2017.
- Para A., 2015. *Turystyka w obliczu nowych zjawisk: ekonomia dzielenia się oraz współdzielona konsumpcja*, Referat w ramach konferencji Nowe trendy w turystyce, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, <https://www.slideshare.net/slideshow/turystyka-w-obliczu-nowych-zjawisk-ekonomia-dzielenia-si-oraz-wspdzielona-konsumpcja/55545958>, dostęp: 29.03.2026.
- Para A. K., 2014. Rodzaje innowacji w kształtowaniu struktury rynku turystycznego, w: Z. Kruczek, W. Banasik (red.), Dynamika przemian rynku turystycznego, nr 1, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa 2014.
- Para A., 2013. Zasady zrównoważonego rozwoju turystyki- bariery i szanse dla branży turystycznej. Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja. DOI:10.5604/01.3001.0005.1212.
- Pawlusiński R., 2017. Ekonomia współdzielenia- istota zjawiska oraz wyzwania dla sektora turystyki w miastach, w: M. Drewnik, M. Miła (red.), Człowiek i jego działania: spojrzenie geograf, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, Kraków 2017.
- Pernice D. Kuzhym O., 2024. Turystyka. Dokumenty informacyjne o Unii Europejskiej.
- Petrović, V., Mirović, I., 2021. Transmission of the Sustainable Development Strategy as a Global Agenda to the EU, National and Local Level. In Faculty of Economics in Prilep (ed.), Inter-national Scientific Conference Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management (280–286). Prilep: Faculty of Economics in Prilep.
- Pieńkowski D. Murawska A. Zaremba-Warnke S., 2018. Zrównoważona konsumpcja. Wyzwanie dla społeczeństwa w dobie globalizacji. Warszawa : Texter.
- Pietrewicz, Sobiecki, 2016. Przedsiębiorczość sharing economy w: M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki (red.), Sharing economy (gospodarka współdzielenia), Oficyna Wydawnicza SGH- Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2016.
- Podgórnjak-Krzykacz A., 2018. Sharing economy: efekty gospodarcze, społeczne i środowiskowe w miastach, w: H. Sobocka-Szczapa, B. Kamińska (red. nauk), Finansowe i organizacyjne aspekty kooperacji nauki i lokalnej przedsiębiorczości- wymiar teoretyczny i praktyczny, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Tom XIX, Zeszyt 10, Część II, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź- Warszawa 2018.
- PwC., 2016. (Współ)dział i rządź! Twój nowy model biznesowy jeszcze nie istnieje. Retrieved Sep-tember 18, 2024, Pobrano z: <https://www.pwc.pl/pl/pdf/ekonomia-wspoldzielenia-1-raport-pwc.pdf>, data dostępu: 29.03.2026 r.
- Sala K., 2015. Couchsurfing jako nowy produkt turystyczny. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. (26(1)). DOI: <https://doi.org/10.25944/znmwse.2015.01.129138>.
- Spain's tourism sector could exceed €260 billion by 2025, according to WTTC, Pobrano z: <https://wtcc.org/news/spain-tourism-sector-could-exceed-260-billion-euros-by-2025>, data dostępu: 21.02.2026 r.
- Twardowski D., 2014. Programy Certyfikacji dla zrównoważonej turystyki. Prosofon. Europejskie Studia Społeczno-Humanistyczne (9(3)).
- UN, 2023, “Time to scale up creative solutions to bridge the SDG funding gap”, *UN DESA Voices*, Vol. 27/9, Pobrano z: <https://desapublications.un.org/un-desa-voice/expert-voices/september-2023/time-scale-creative-solutions-bridge-sdg-funding-gap>, data dostępu: 26.02.2026 r.
- UNCTAD, 2023, “SDG investment is growing, but too slowly: The investment gap is now \$4 trillion, up from \$2.5 in 2015”, *SDG Investment Trends Monitor*, UN Trade and Development, Geneva, Pobrano z: <https://unctad.org/publication/sdg-investment-trends-monitor-issue-4>, data dostępu: 26.02.2026 r.
- UNCTAD, 2014, *World Investment Report 2014: Investing in the SDGs - An Action Plan*, UN Trade and Development, Geneva, Pobrano z: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2014>, data dostępu: 26.02.2026 r.
- WTTC: Global tourism reaches record economic impact of eleven trillion, Pobrano z: <https://eng.tourismandsocietytt.com/news-and-newsletter/2026/2026-january/ultimas-noticias/wttc-global-tourism-reaches-record-economic-impact-of-eleven-trillion>, data dostępu: 21.02.2026 r.
- Zelga K. Rogalska J., 2017. Sharing economy z punktu widzenia regulacji ekonomicznych, w: Міністерство Освіти і Науки України. Національний Педагогічний Університет Імені м.п. Драгоманова, Культурологічний Альманах. Інноваційні технології в галузі культури. Випуск 4, 2017.