



TOUCAN

*The future of tourism
without a carbon footprint*

MODUŁ 6. Rola organizatorów wycieczek i przewodników w procesie niskoemisyjnym

INDEKS

MODUŁ 6. Rola organizatorów wycieczek i przewodników w procesie niskoemisyjnym	132
6.1 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w niskoemisyjnych produktach i praktykach turystycznych	133
6.2 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w efektywnym wykorzystaniu energii i ograniczeniu ilości odpadów	140
6.3 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w kwestiach wizerunku firmy i zachowań konsumentów	144
6.4 Studia przypadków	150
Przykład 1. Orioly: Rozwiązanie do rezerwacji i zarządzania wycieczkami i aktywnościami.....	150
Przykład 2. Mama Thresl: zakwaterowanie neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla w Leogang, Austria	150
Przykład 3. Camping La Serre: Eko-camping i glamping w Ariège, Francja.....	151
6.5 Quiz	152
6.6 Referencje	154
6.7 Rysunki	156

MODUŁ 6. Rola organizatorów wycieczek i przewodników w procesie niskoemisyjnym

Turystyka i podróże mają duży wpływ na środowisko (Zotz, 2008, s.7). Operatorzy turystyczni i przewodnicy są zaangażowani w wiele etapów odpowiedzialnych za dostarczanie produktu turystycznego: od planowania i rozwoju, po promowanie i wdrażanie efektu końcowego, podmioty te są integralnymi częściami procesu, o którym wiadomo, że generuje **wysoką emisję dwutlenku węgla, znaczną produkcję odpadów i wysokie zużycie zasobów**.

W świecie pragnącym bardziej zrównoważonych praktyk i bardziej ekologicznej przyszłości, odpowiedzialne podróżowanie powinno być traktowane priorytetowo wśród możliwych rozwiązań i świadomych alternatyw. W tym znaczeniu moduł ten ma na celu podkreślenie przyjaznych dla środowiska aspektów turystyki dla placówek kształcenia i szkolenia zawodowego oraz personelu hotelowego, które mogą być **promowane i wdrażane przez organizatorów wycieczek i przewodników**. Dzięki możliwości stania się ambasadorami niskiego śladu środowiskowego, uczestnicy zapoznają się z **bardziej ekologicznymi produktami i praktykami turystycznymi, a także** z bardziej ekologicznymi praktykami firmy, które mogą poprawić **wizerunek firmy i zachowania konsumentów**.

6.1 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w niskoemisyjnych produktach i praktykach turystycznych

Operatorzy turystyczni i przewodnicy turystyczni odgrywają kluczową rolę w promowaniu turystyki niskoemisyjnej i zmniejszaniu negatywnego wpływu turystyki na środowisko (Peeters i in., 2008). Ich rola jest szczególnie ważna, ponieważ turystyka jest jedną z największych i najszybciej rozwijających się gałęzi przemysłu na świecie i może mieć znaczący negatywny wpływ na środowisko i lokalne społeczności, jeśli nie jest odpowiednio zarządzana.

- Turystyka i jej konsekwencje mogą być szkodliwe dla środowiska i obszarów zależnych od turystyki lub innych miejscowości doświadczających masowych przyjazdów, zwłaszcza po zniesieniu ograniczeń związanych z COVID-19.
- Badania i prognozy ekonomiczne przewidują, że globalna turystyka wzrośnie o 30% w 2023 r. (EIU, 2022). Oczekuje się zatem, że turystyka będzie miała coraz bardziej negatywny wpływ na zmiany klimatu i zużycie energii.

Aby sprostać wyzwaniom środowiskowym i społeczno-ekonomicznym związanym z tym zjawiskiem, turystyka powinna zwrócić się w kierunku bardziej ekologicznych i zrównoważonych produktów i praktyk. Ta niewątpliwa potrzeba doprowadziła do zdefiniowania zrównoważonej turystyki jako turystyki, która dąży do wywarcia pozytywnego wpływu na wszystkie trzy obszary: środowiskowy, gospodarczy i społeczno-kulturowy (GSTC, 2022 i rys. 1). Na potrzeby tego modułu będziemy kłaść nacisk na **aspekt środowiskowy** i sposoby, w jakie **organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą przyczynić się do obniżenia emisji dwutlenku węgla** z produktów i praktyk turystycznych.

Turystyka niskoemisyjna odnosi się do praktyk turystycznych, które mają na celu zmniejszenie emisji dwutlenku węgla i wykorzystanie zasobów turystycznych w sposób oszczędzający lub odpowiedzialnie zużywający energię i minimalizujący negatywny wpływ na środowisko (He & Wang, 2021, s. 2). Takie praktyki obejmują między innymi:

- zmniejszenie emisji dwutlenku węgla w różnych działaniach,
- zielona/wolna podróż,
- nowe zastosowania energetyczne i nowe, zrównoważone wykorzystanie materiałów,

- oszczędzanie energii,
- technologia oszczędzania wody i tak dalej (ibid.).

Innymi słowy, odpowiedzialna turystyka to holistyczne podejście, które ma na celu promowanie:

- **niskoemisyjne atrakcje turystyczne**
- **niskoemisyjne obiekty turystyczne**
- **niskoemisyjne tryby konsumpcji turystycznej** (tamże, s. 3-4)

Przykłady tego, jak organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą promować turystykę niskoemisyjną:

Niskoemisyjne produkty turystyczne: Operatorzy turystyczni odgrywają kluczową rolę w tworzeniu i promowaniu niskoemisyjnych produktów turystycznych. Mogą oni oferować przyjazne dla środowiska pakiety wycieczkowe, które koncentrują się na zrównoważonych praktykach turystycznych, takich jak redukcja emisji dwutlenku węgla poprzez korzystanie z transportu publicznego, pobyt w energooszczędnych obiektach noclegowych i angażowanie się w działania, które mają niewielki wpływ na środowisko. Przewodnicy turystyczni mogą również udzielać informacji na temat ekologicznych produktów, usług i miejsc docelowych.

Zmiany w produktach turystycznych: Operatorzy turystyczni mogą również promować zmiany w produktach turystycznych w celu zmniejszenia emisji dwutlenku węgla. Mogą na przykład oferować wycieczki, które wymagają mniejszego transportu lub mniejszej liczby lotów, lub promować podróże na średnich i krótkich dystansach zamiast podróży długodystansowych. Może to zmniejszyć ślad węglowy podróży i pomóc w łagodzeniu zmian klimatycznych.

Dłuższe pobyty: Dłuższy pobyt w miejscu docelowym może zmniejszyć ślad węglowy turystyki poprzez zmniejszenie liczby odbywanych podróży i dając turystom więcej czasu na zaangażowanie się w zrównoważone działania.

Przyjazne dla środowiska środki transportu: Organizatorzy wycieczek mogą promować zrównoważone praktyki podróżowania, takie jak korzystanie z przyjaznych dla środowiska środków transportu, takich jak pociągi, autobusy, rowery lub wycieczki piesze. Mogą również zachęcać turystów do korzystania z transportu publicznego zamiast

wynajmowania samochodów, co może przyczynić się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla.

Oszczędność energii w obiektach noclegowych: Organizatorzy turystyczni mogą współpracować z hotelami, ośrodkami wypoczynkowymi i innymi dostawcami zakwaterowania w celu promowania oszczędności energii. Mogą zachęcać ich do stosowania zrównoważonych praktyk, takich jak korzystanie z energii odnawialnej, zmniejszanie zużycia wody i energii oraz minimalizowanie ilości odpadów.

Obszary chronione w ofertach turystycznych: Organizatorzy turystyczni mogą współpracować z obszarami chronionymi i organizacjami zajmującymi się ochroną przyrody w celu promowania ekoturystyki i zrównoważonych praktyk turystycznych. Może to obejmować oferowanie wycieczek do obszarów chronionych, promowanie zrównoważonych działań, takich jak wędrówki i obserwacja dzikiej przyrody, oraz wspieranie wysiłków na rzecz ochrony przyrody.

Współpraca między obszarami chronionymi a organizatorami turystycznymi: Współpraca między organizatorami turystycznymi, a obszarami chronionymi może również pomóc w promowaniu zrównoważonych praktyk turystycznych. Organizatorzy turystyczni mogą współpracować z zarządcami obszarów chronionych w celu opracowania produktów i usług turystycznych, które są zrównoważone pod względem środowiskowym, kulturowym i ekonomicznym.

Zmiana na bliżej położone miejsca docelowe: Organizatorzy turystyczni mogą promować przenoszenie się do bliżej położonych miejsc docelowych, oferując wycieczki do pobliskich lokalizacji. Może to zmniejszyć ślad węglowy podróży, a także wesprzeć lokalną gospodarkę.

Ekologiczny wizerunek firmy: Organizatorzy turystyczni mogą rozwijać ekologiczny wizerunek firmy poprzez przyjmowanie zrównoważonych praktyk i promowanie zrównoważonej turystyki. Może to przyciągnąć klientów świadomych ekologicznie, a także wywrzeć pozytywny wpływ na środowisko i lokalne społeczności.

Edukacja klientów w zakresie bardziej przyjaznych dla środowiska zachowań konsumpcyjnych: Przewodnicy turystyczni mogą odgrywać ważną rolę w edukowaniu klientów w zakresie przyjaznych dla środowiska zachowań konsumpcyjnych. Mogą oni promować zrównoważone praktyki, takie jak ograniczanie odpadów z tworzyw sztucznych, oszczędzanie energii i wody oraz poszanowanie lokalnych kultur i tradycji.

Może to pomóc w podnoszeniu świadomości i promowaniu kultury zrównoważonej turystyki.

Dodatkowe kroki, które organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą podjąć w celu promowania ekoturystyki.

Aby wspierać i promować turystykę niskoemisyjną, organizatorzy wycieczek i przewodnicy powinni uwzględnić następujące punkty w swoich planach działania:

- **Różnorodność biologiczna:** Aby zachować różnorodność biologiczną, wszystkie działania turystyczne muszą być ukierunkowane na ochronę obszarów naturalnych, siedlisk i dzikiej przyrody oraz minimalizowanie ich szkód (GIFT, 2022).
- **Integralność fizyczna:** Operacje turystyczne powinny "utrzymywać i poprawiać jakość krajobrazów, zarówno miejskich, jak i wiejskich, oraz unikać fizycznej i wizualnej degradacji środowiska" (ibid.).
- **Czystość środowiska:** Aby zminimalizować wpływ turystyki na środowisko, interesariusze z branży turystycznej powinni inwestować w rozwiązania niezanieczyszczające środowiska, a także odpowiedzialne gospodarowanie odpadami przez przedsiębiorstwa turystyczne i odwiedzających (ibid.).

Aby ekoturystyka odniosła sukces i była naprawdę ostrożna, zaleca się współpracę między obszarami chronionymi a organizatorami turystycznymi, aby osiągnąć następujące cele:

1. **Ograniczenie liczby odwiedzających:** Organizatorzy turystyczni mogą ograniczyć liczbę odwiedzających obszary wrażliwe ekologicznie, aby zapobiec nadmiernej eksploatacji i zminimalizować wpływ na lokalne środowisko.
2. **Edukacja odwiedzających:** Przewodnicy turystyczni mogą edukować odwiedzających na temat lokalnego ekosystemu i znaczenia jego ochrony. Mogą również informować ich o zrównoważonych praktykach, takich jak ograniczanie ilości odpadów, oszczędzanie wody i minimalizowanie wpływu na środowisko.
3. **Korzystanie z ekologicznego transportu:** Organizatorzy wycieczek mogą korzystać z ekologicznych opcji transportu, takich jak pojazdy elektryczne,

rowery lub wycieczki piesze, aby zminimalizować emisję dwutlenku węgla i zmniejszyć wpływ na środowisko.

4. **Wspieranie lokalnych działań na rzecz ochrony przyrody:** Organizatorzy turystyczni mogą wspierać lokalne działania na rzecz ochrony przyrody, przekazując część swoich zysków organizacjom zajmującym się ochroną przyrody lub współpracując z lokalnymi grupami zajmującymi się ochroną przyrody w celu wdrożenia zrównoważonych praktyk turystycznych.
5. **Korzystaj ze zrównoważonych obiektów noclegowych:** Organizatorzy wycieczek mogą wybierać obiekty noclegowe, które stosują przyjazne dla środowiska praktyki, takie jak korzystanie z odnawialnych źródeł energii, ograniczanie ilości odpadów i oszczędzanie wody.
6. **Szanuj lokalną kulturę i tradycje:** Przewodnicy turystyczni mogą informować odwiedzających o lokalnej kulturze i tradycjach oraz zachęcać ich do ich poszanowania. Obejmuje to poszanowanie lokalnych zwyczajów i niezakłócanie miejsc związanych z kulturą lub religią.

Dodatkowe kroki, które organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą podjąć w celu promowania odpowiedzialnego podróżowania.

Turystyka niskoemisyjna nie może istnieć bez **energooszczędnego sposobu myślenia**. Można to osiągnąć, koncentrując się na **efektywnym gospodarowaniu zasobami**, tj. sposobach "minimalizowania wykorzystania ograniczonych i nieodnawialnych zasobów w rozwoju i eksploatacji obiektów i usług turystycznych" (GIFT, 2022).

Badania pokazują, że sektor turystyczny musi wprowadzić znaczące zmiany w zachowaniach podróżnych, aby zapewnić niski wpływ na środowisko (Peters et al., 2008). Takie zmiany mogą odnosić się do samego **produktu turystycznego** (np. miejsca docelowego), **transportu** i **zachęt turystycznych** (np. dotyczących długości pobytu). Na przykład, specjaliści ds. turystyki mogą promować zrównoważoną turystykę poprzez:

- Promowanie alternatywnych miejsc docelowych, które wymagają mniejszej liczby lotów, a tym samym przejście z podróży długodystansowych na podróże krótko- i średniodystansowe.
- Zachęcanie klientów do zmiany długości pobytu na dłuższy, co może sprzyjać transportowi masowemu w pociągach, autobusach, a nawet rowerach zamiast prywatnych samochodów/taksówek.

- W tym miejsca docelowe bliżej domu, które ograniczają emisję dwutlenku węgla podczas podróży.

Ponadto organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą przyczynić się do zrównoważonego rozwoju branży turystycznej poprzez następujące działania:

1. **Zaangażowanie w rozwój lokalnej społeczności:** Organizatorzy turystyczni mogą angażować się w rozwój społeczności poprzez wspieranie lokalnych firm i promowanie zrównoważonych źródeł utrzymania dla lokalnej społeczności. Może to obejmować pozyskiwanie lokalnie produkowanych towarów i usług, zatrudnianie lokalnych pracowników i wspieranie inicjatyw na rzecz rozwoju społeczności.
2. **Zachęcanie do odpowiedzialnego zachowania:** Przewodnicy turystyczni mogą zachęcać odwiedzających do odpowiedzialnego zachowania poprzez promowanie zrównoważonych praktyk, takich jak ograniczanie ilości odpadów, oszczędzanie wody i minimalizowanie wpływu na środowisko. Mogą również zniechęcać do działań, które są szkodliwe dla środowiska lub miejsc kultury.
3. **Zapewnienie edukacji kulturowej:** Przewodnicy turystyczni mogą zapewnić odwiedzającym edukację kulturową, dzieląc się lokalnymi zwyczajami i tradycjami oraz zachęcając odwiedzających do ich poszanowania. Mogą również edukować odwiedzających na temat lokalnej historii, sztuki, muzyki i literatury.
4. **Stosowanie zrównoważonych praktyk w zakresie żywności i napojów:** Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą promować zrównoważone praktyki w zakresie żywności i napojów poprzez pozyskiwanie lokalnie produkowanej, ekologicznej i sezonowej żywności. Mogą również zachęcać odwiedzających do ograniczenia spożycia mięsa i innych wysokoemisyjnych produktów spożywczych.
5. **Popieranie odpowiedzialnej polityki:** Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą promować odpowiedzialne polityki, które promują zrównoważone praktyki turystyczne, takie jak wspieranie energii odnawialnej, ograniczanie ilości odpadów oraz ochrona miejsc dziedzictwa naturalnego i kulturowego.
6. **Wykorzystaj technologię:** Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą wykorzystywać technologię do promowania odpowiedzialnych podróży, takich jak oferowanie wirtualnych wycieczek w celu zmniejszenia śladu węglowego podróży lub korzystanie z aplikacji mobilnych w celu dostarczania odwiedzającym informacji na temat zrównoważonych praktyk.

Podsumowanie

Turystyka niskoemisyjna wymaga zmian w produktach i praktykach turystycznych. Przyjazne dla środowiska, etyczne i odpowiedzialne postawy i alternatywy mogą ograniczyć negatywny wpływ turystyki na środowisko i promować zrównoważone cele.

Pytania do refleksji

- 1) Jaki produkt turystyczny oferujesz swoim klientom? Czy możesz wymyślić sposoby na uczynienie tego produktu bardziej ekologicznym (np. poprzez zmniejszenie odległości i konieczności podróżowania)?
- 2) Jak można zachęcić klientów do przedłużenia pobytu w jednym miejscu zamiast częstszych podróży?
- 3) Czy preferujesz transport publiczny podczas swoich wycieczek?

6.2 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w efektywnym wykorzystaniu energii i ograniczeniu ilości odpadów

Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą odegrać kluczową rolę w dziedzinie efektywnego wykorzystania energii i odpowiedzialnej konsumpcji:

1. Zapoznanie się z benchmarkingiem w swojej dziedzinie

Zrównoważony rozwój turystyki i wszelkich powiązanych działań można uznać za mający długoterminowy pozytywny wpływ tylko wtedy, gdy można je zmierzyć w celu wygenerowania analizy wyników i oceny postępów. W tym celu należy wdrożyć **benchmarking**, aby porównać "wyniki firmy w danym obszarze (takim jak zużycie wody) z wynikami podobnej firmy" w celu określenia postępów i przewagi konkurencyjnej (GIFT, 2022).



Powszechnie stosowane benchmarki w sektorze turystycznym (ibid.):

- *Zużycie energii elektrycznej w kilowatogodzinach (kWh) na metr kwadratowy obsługiwanej powierzchni*
- *Zużycie świeżej wody w litrach lub metrach sześciennych (m³) na gościa na noc*
- *Produkcja odpadów (kg na gościa na noc i/lub litry na gościa na noc)*

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy powinni znać standardy w swojej dziedzinie. W ten sposób mogą reklamować pozytywny wpływ zorganizowanych działań, zwiększać konkurencyjność i podnosić świadomość na temat małych kroków, które mogą mieć duże znaczenie.



Aby zmierzyć ślad węglowy swojej firmy, można skorzystać z internetowych narzędzi pomiarowych, takich jak **Carbon Measurement Blueprint for Tour Operators** dostarczony przez *Intrepid* (<https://www.intrepidtravel.com/eu/download-our-carbon-measurement-blueprint-for-tour-operators>). Po zakończeniu pomiaru można dostosować swoje cele w zakresie zrównoważonego rozwoju i poprawić swoje działania.

2. Promowanie niskoemisyjnych atrakcji turystycznych

Projektując doświadczenia turystyczne, które wiążą się z niższą lub zerową emisją dwutlenku węgla, organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą zachęcić więcej odwiedzających i klientów do przyjęcia przyjaznego dla środowiska sposobu myślenia. Atrakcje niskoemisyjne to atrakcje, które uznają wartość środowiska naturalnego i nie wywierają szkodliwego wpływu na istniejącą równowagę naturalną. Obejmują one naturalne punkty zainteresowania, takie jak lasy, jeziora itp. Obejmują one również niskoemisyjne produkty turystyczne opracowane z troską o środowisko i zobowiązaniem do nie zakłócania go.

3. Promowanie niskoemisyjnych obiektów turystycznych

Obiekty turystyczne, w tym obiekty noclegowe, sanitarne, zaopatrzeniowe lub inne specjalne obiekty usługowe, mogą być częścią rozwiązania, jeśli chodzi o minimalizację emisji dwutlenku węgla i zużycia energii (Lacalle, 2021).

Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą promować zrównoważone praktyki i obiekty niskoemisyjne poprzez działania takie jak poniższe:

- Podkreślenie stworzenia ekologicznego parkingu w interesującym miejscu.
- Promowanie interesujących miejsc, które oferują ładowarki do samochodów elektrycznych w swoich obiektach.
- Promowanie udogodnień dla rowerów lub pojazdów niskoemisyjnych.
- Promowanie obiektów korzystających z ekologicznych toalet i pojemników na śmieci.

- Promowanie miejsc zainteresowania, które inwestują w obiekty przyjazne dla środowiska, nowe systemy dostaw energii i odnawialne źródła energii (np. panele słoneczne, systemy regulacji zużycia wody, urządzenia do zbierania wody deszczowej itp.)

4. Promowanie niskoemisyjnego trybu konsumpcji turystycznej

Profesjoniści z branży turystycznej mogą **działać jako ambasadorzy** ochrony środowiska. Mogą zachęcać swoich klientów do przyjęcia postaw przyjaznych dla środowiska w szerokim zakresie działań, takich jak transport, zużycie energii itp. Przewodnicy turystyczni mogą również przyczynić się do rozwoju turystyki niskoemisyjnej poprzez **edukowanie i podnoszenie świadomości** turystów na temat znaczenia zrównoważonych praktyk turystycznych. Mogą zachęcać turystów do udziału w aktywnościach, które mają niewielki wpływ na środowisko, takich jak wędrówki piesze, jazda na rowerze lub spływy kajakowe.

Plan działania mający na celu zwiększenie świadomości:

1. **Promowanie ekologicznego transportu:** Operatorzy turystyczni mogą promować przyjazne dla środowiska opcje transportu, takie jak chodzenie pieszo, jazda na rowerze lub transport publiczny. Mogą również zachęcać odwiedzających do kompensowania swojego śladu węglowego poprzez uczestnictwo w programach kompensacji emisji dwutlenku węgla lub poprzez przekazywanie darowizn na rzecz organizacji zajmujących się ochroną środowiska.
2. **Zachęcanie do zrównoważonego zakwaterowania:** Organizatorzy turystyczni mogą zachęcać odwiedzających do zatrzymywania się w ekologicznych i zrównoważonych obiektach noclegowych, które wykorzystują odnawialne źródła energii, minimalizują ilość odpadów i oszczędzają wodę.
3. **Promowanie zrównoważonych praktyk w zakresie żywności i napojów:** Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą promować zrównoważone praktyki w zakresie żywności i napojów, takie jak pozyskiwanie żywności produkowanej lokalnie, ekologicznej i sezonowej. Mogą również zachęcać odwiedzających do ograniczenia spożycia mięsa i innych wysokoemisyjnych produktów spożywczych.
4. **Korzystanie z energooszczędnego sprzętu:** Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą korzystać z energooszczędnego sprzętu, takiego jak energooszczędne żarówki i sprzęt o niskiej emisji dwutlenku węgla, aby zmniejszyć swój ślad węglowy.

5. **Zapewnienie działań przyjaznych dla środowiska:** Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą zapewnić przyjazne dla środowiska działania, które promują zrównoważone praktyki turystyczne, takie jak spacery na łonie natury, obserwowanie ptaków i lokalne doświadczenia kulturowe.
6. **Zachęcanie do odpowiedzialnego zachowania:** Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą zachęcać odwiedzających do odpowiedzialnego zachowania poprzez promowanie zrównoważonych praktyk, takich jak ograniczanie ilości odpadów, oszczędzanie wody i minimalizowanie wpływu na środowisko. Mogą również zniechęcać do działań, które są szkodliwe dla środowiska lub miejsc kultury.

Na koniec

Podsumowanie

Efektywne wykorzystanie energii, minimalizacja emisji dwutlenku węgla i redukcja odpadów to procesy, które wymagają strategicznego planowania i proaktywnej postawy. Po pierwsze, musisz znać wpływ swojej firmy na środowisko; po drugie, musisz wprowadzić zmiany, aby osiągnąć postęp i naprawdę zmniejszyć niszczycielski wpływ turystyki na kryzys klimatyczny.

Pytania do refleksji

- 1) Czy posiadasz infrastrukturę do obsługi obiektów niskoemisyjnych?
- 2) Jak zachęcić turystów do niskoemisyjnej konsumpcji?
- 3) Z jakich benchmarków korzystasz?

6.3 Rola organizatorów wycieczek i przewodników w kwestiach wizerunku firmy i zachowań konsumentów

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą odegrać ważną rolę w kształtowaniu wizerunku swojej firmy i wpływać na zachowania konsumentów w kierunku odpowiedzialnych i zrównoważonych praktyk turystycznych, podejmując następujące kroki:

1. Tworzenie biznesplanu touroperatora

Rola touroperatorów i przewodników w turystyce niskoemisyjnej może zostać zwiększona, jeśli istnieje **biznesplan** touroperatora. Taki plan może ograniczyć negatywny wpływ działalności turystycznej i obecności turystów, a tym samym **poprawić wizerunek firmy** i wzmocnić jej zieloną reputację, jednocześnie **zachęcając do bardziej odpowiedzialnych zachowań konsumentów** i **angażując więcej zainteresowanych stron**, aby wywrzeć większy wpływ na środowisko i społeczeństwo.



Aby przygotować się do napisania biznesplanu, można skorzystać z gotowych do wydrukowania szablonów Business Model Canvas, takich jak: https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas#/media/File:Business_Model_Canvas.png

Aby biznesplan touroperatora był skuteczny, organizacja powinna wypełnić co najmniej siedem sekcji: **streszczenie, przegląd firmy, opis usług, analizę rynku, plan wdrożenia, podsumowanie zespołu i plan finansowy** (Fors, 2021).

2. Promowanie odpowiedzialnej i zrównoważonej turystyki.

Promowanie odpowiedzialnej i zrównoważonej turystyki obejmuje przyjmowanie praktyk, które **minimalizują negatywny wpływ** na środowisko, kulturę i społeczeństwo,

jednocześnie **maksymalizując pozytywny** wkład w lokalną społeczność i gospodarkę (GIFT, 2022).

Organizatorzy turystyczni i przewodnicy mogą promować odpowiedzialne i zrównoważone praktyki turystyczne, takie jak

- zmniejszenie ilości odpadów,
- oszczędzanie wody,
- ochrona obiektów dziedzictwa naturalnego i kulturowego,
- wspieranie lokalnych firm,
- promowanie zrównoważonego transportu.

Promując takie praktyki, mogą pomóc stworzyć pozytywny wizerunek swojej firmy i zachęcić konsumentów do wyboru zrównoważonych opcji turystycznych.

3. Edukacja konsumentów.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą edukować konsumentów na temat **wpływu turystyki na środowisko i społeczeństwo** oraz znaczenia odpowiedzialnych i zrównoważonych praktyk turystycznych. Dostarczając **informacji na** temat zrównoważonych praktyk turystycznych, mogą zachęcać konsumentów do podejmowania świadomych decyzji i przyjmowania odpowiedzialnych zachowań turystycznych.

Sposoby przekazywania informacji:

- Broszury
- Przewodniki
- Podczas samej wycieczki

W tym kontekście operatorzy turystyczni i przewodnicy mogą również zachęcać do **programów kompensacji emisji dwutlenku węgla**, które umożliwiają odwiedzającym kompensację emisji dwutlenku węgla związanych z ich podróżami poprzez wspieranie projektów ograniczających emisję dwutlenku węgla.

4. Zapewnienie wyjątkowej obsługi klienta.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą zapewnić wyjątkową obsługę klienta, wykraczając poza potrzeby i oczekiwania swoich klientów. W ten sposób mogą stworzyć **pozytywne wrażenie** o swojej firmie i wpływać na **zachowania konsumentów** poprzez rekomendacje **ustne**.

Wyjątkowa obsługa klienta może pomóc organizatorom wycieczek i przewodnikom promować zrównoważoną turystykę:

1. **Budowanie zaufania i lojalności:** Wyjątkowa obsługa klienta buduje zaufanie i lojalność klientów. Zapewniając niezapomniane i pozytywne wrażenia, klienci są bardziej skłonni powrócić i polecić organizatora wycieczek lub przewodnika

- innym. Może to mieć pozytywny wpływ na reputację firmy i przyciągnąć więcej klientów zainteresowanych zrównoważonymi praktykami turystycznymi.
2. **Zachęcanie do odpowiedzialnego zachowania:** Zapewniając doskonałą obsługę klienta, organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą zachęcać swoich klientów do odpowiedzialnych zachowań. Przewodnicy mogą na przykład wyjaśniać swoim klientom znaczenie odpowiedzialnych i zrównoważonych praktyk turystycznych oraz zachęcać ich do minimalizowania wpływu na środowisko.
 3. **Poprawa jakości obsługi klienta:** Wychodząc naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom swoich klientów, organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą poprawić wrażenia klientów. Może to stworzyć pozytywne wrażenie o firmie i zachęcić klientów do przyjęcia odpowiedzialnych praktyk turystycznych w przyszłości.
 4. **Wspieranie poczucia wspólnoty:** Wyjątkowa obsługa klienta może wspierać poczucie wspólnoty wśród klientów, zwłaszcza jeśli organizator wycieczki lub przewodnik zachęca do interakcji między klientami. Może to stworzyć **poczucie współodpowiedzialności** za ochronę środowiska i wspieranie lokalnych społeczności, co może przełożyć się na bardziej zrównoważone doświadczenie turystyczne.
 5. **Zachęcanie do wyrażania opinii i wprowadzania ulepszeń:** Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą wykorzystywać informacje zwrotne od klientów w celu poprawy swoich praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju. Aktywnie poszukując informacji zwrotnych i reagując na obawy klientów, organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą **stałe ulepszać** swoje praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju i zapewniać jeszcze lepsze wrażenia klientów.

5. Korzystanie z mediów społecznościowych i platform internetowych.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą korzystać z mediów społecznościowych i platform internetowych, aby promować wizerunek swojej firmy i zachęcać do stosowania zrównoważonych praktyk turystycznych. Dzieląc się historiami i obrazami praktyk zrównoważonej turystyki, mogą stworzyć pozytywne wrażenie o swojej firmie i **zainspirować konsumentów do** wyboru zrównoważonych opcji turystycznych. Za pośrednictwem mediów społecznościowych i platform internetowych mogą również dzielić się informacjami i podnosić świadomość na temat mniej znanych kwestii, a także szukać informacji zwrotnych, aby poprawić się w przyszłości.

6. Współpraca z firmami, które dzielą Twoją wizję.

Posiadanie partnerów zwiększa efektywność planu działania i tworzy silne sieci, które mogą współpracować w celu osiągnięcia konkretnych celów, takich jak redukcja emisji. Zrównoważone praktyki mogą być promowane skuteczniej, gdy istnieje spójność w doświadczeniach dostarczanych klientowi (Fonseca, 2022).

Na przykład sieć świadomych ekologicznie przedsiębiorstw może łatwiej wspierać ochronę środowiska i rozwój lokalny (Škorić, 2022). Partnerstwa mogą obejmować obiekty noclegowe i usługodawców, lokalne organizacje zajmujące się marketingiem miejsc docelowych, lokalne restauracje / bary / winiarnie, lokalne muzea i galerie sztuki itp.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą współpracować z **organizacjami zajmującymi się zrównoważoną turystyką** w celu promowania odpowiedzialnych i zrównoważonych praktyk turystycznych. W ten sposób mogą dostosować się do wiarygodnych organizacji i stworzyć pozytywny wizerunek swojej firmy.

7. Zniechęcanie do negatywnych zachowań, zachęcanie do ekologicznych postaw.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą odegrać znaczącą rolę w zachęcaniu klientów do dbania o środowisko i doceniania zrównoważonych praktyk (Leiman, 2021). Oto kilka prostych kroków, aby to osiągnąć:

- Korzystanie z **ekologicznego transportu** podczas wycieczek, zachęcanie do podróży niskoemisyjnych.
- Zachęcanie do **aktywności fizycznej** (spacery, wędrowki, jazda na rowerze itp.), a tym samym do podróżowania bez emisji dwutlenku węgla.
- **Zniechęcanie do zaśmiecania i ograniczanie ilości odpadów** podczas wycieczek (np. poprzez dostarczanie pojemników na wodę wielokrotnego użytku lub zachęcanie do takich praktyk).
- Promowanie właściwych **praktyk utylizacji i recyklingu**.
- Zachęcanie do **poszanowania dzikiej przyrody i lokalnej kultury** oraz zniechęcanie do wszelkich zakłóceń o szkodliwych skutkach.
- Przestrzeganie **zasad i przepisów** dotyczących dzikiej przyrody i równowagi ekosystemu w każdej lokalizacji, do której wysyłają swoich klientów.

- Wybór **lokalnych produktów, lokalnych pracowników i lokalnych dostawców** w celu wzmocnienia lokalnej gospodarki przy jednoczesnym zmniejszeniu emisji dwutlenku węgla dzięki krótszym odległościom podróży.
- Oferowanie **wskazówek** dotyczących szacunku i etycznych praktyk.
- **Publikowanie** wszystkich powyższych informacji w celu podniesienia świadomości na temat rozwiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju dla szerszej publiczności (np. na stronach mediów społecznościowych lub na blogu witryny).

8. Oddawanie.

Organizatorzy wycieczek i przewodnicy mogą **tworzyć trasy o pozytywnym wpływie** (Tuppen, 2021).

Obejmuje to takie działania, jak projektowanie niskoemisyjnych doświadczeń związanych z podróżowaniem, ochrona środowiska naturalnego i wzmocnianie lokalnych społeczności, a także deklarowanie, mierzenie i raportowanie emisji dwutlenku węgla, aby kontrolować swoje cele.

Firmy turystyczne mogą jednak również wywierać pozytywny wpływ, **inwestując w ekologiczne projekty** na całym świecie. W tym celu firmy mogą również przekazywać darowizny na rzecz szlachetnych działań mających na celu ratowanie planety. Nagłaśnianie takich działań może również pozytywnie wpłynąć na klientów i innych interesariuszy.

Partnerstwa strategiczne mogą również zapewnić silniejsze sojusze w walce z kryzysem klimatycznym, zapewniając etyczne i odpowiedzialne praktyki w szerszym kontekście i szerząc świadomość.

Podsumowanie

Wizerunek firmy ujawnia jej tożsamość, cele i etykę biznesową. Firmy dbające o środowisko muszą uwzględniać i promować przyjazne dla środowiska i odpowiedzialne praktyki, zachęcając do bardziej odpowiedzialnych zachowań konsumenckich i odpowiednio angażując większą liczbę interesariuszy.

Pytania do refleksji

- 1) W jaki sposób Twoja firma promuje kwestie zrównoważonego rozwoju?*
- 2) Jak często pozyskujesz nowych klientów na podstawie oferowanego produktu turystycznego?*
- 3) Dlaczego tak ważne jest angażowanie lokalnych podmiotów w działania turystyczne?*

6.4 Studia przypadków

Przykład 1. Orioly: Rozwiązanie do rezerwacji i zarządzania wycieczkami i aktywnościami

<https://www.orioly.com>

Orioly to internetowe rozwiązanie do rezerwacji i zarządzania przeznaczone dla organizatorów wycieczek, którzy chcą promować miejsca docelowe poprzez odpowiedzialne wycieczki i działania, które chronią lokalne ekosystemy.

Członkowie dołączający do Orioly mogą stać się częścią lokalnych stowarzyszeń i sieci świadomych ekologicznie firm; mogą tworzyć partnerstwa oparte na konsensusie wokół zrównoważonych praktyk i potrzeby odpowiedniej świadomości.

Za pośrednictwem platformy Orioly organizatorzy wycieczek mogą wspierać różne projekty, które *"chronią środowisko i promują rozwój lokalny"* (Fonseca, 2022); mogą również dać swoim gościom możliwość przekazania darowizny na wybrany przez nich cel podczas procesu rezerwacji.

Przykład 2. Mama Thresl: zakwaterowanie neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla w Leogang, Austria

<https://www.mama-thresl.com/en/>

Mama Thresl to neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla zakwaterowanie w Alpach, które w dużej mierze zainwestowało w zrównoważony rozwój i etyczną turystykę:

- Pokoje wykonane są z naturalnych, lokalnych materiałów przez miejscowych rzemieślników.

- Zużywana energia pochodzi z ciepłowni na biomasę i procesów odzyskiwania energii.
- Okna z potrójnymi szybami zapewniają izolację termiczną.
- W kuchni serwowane są ekologiczne produkty lokalne.
- Odpady organiczne z kuchni trafiają do instalacji wytwarzającej metan.
- Za pośrednictwem interfejsu między oprogramowaniem rezerwacyjnym *HotelNetSolutions* i *ClimatePartner*, Mama Thresl pozwala gościom zobaczyć emisję dwutlenku węgla obliczoną dla ich noclegu. Jeśli goście wybiorą pobyt neutralny pod względem emisji dwutlenku węgla, zostaną obciążeni niższą opłatą i wesprą projekt elektrowni wodnej w Renun w Indonezji.

Przykład 3. Camping La Serre: Eko-camping i glamping w Ariège, Francja

<https://www.camping-la-serre.com>

Camping La Serre to kemping, który wprowadził innowacyjne, zrównoważone środki i przyjmuje holistyczne podejście do środowiska i lokalnych społeczności. Z dużym szacunkiem dla bioróżnorodności obszaru, obiekt oferuje zrównoważone zakwaterowanie w luksusowych namiotach, domkach, domkach mobilnych i drewnianych domkach. Kemping wdrożył następujące działania:

- Panele słoneczne do produkcji energii elektrycznej.
- Sortowanie i odzyskiwanie odpadów zielonych w celu zminimalizowania ilości odpadów.
- Programy ochrony dzikiej przyrody.
- Promocja turystyki ekologicznej poprzez szlaki piesze i rowerowe, canyoning, rafting i spływy kajakowe.
- Docenianie dziedzictwa i powolna promocja turystyki poprzez atrakcje kulturalne, archeologiczne i inne.

6.5 Quiz

Wybierz prawidłową odpowiedź:

1. Na czym polega odpowiedzialna turystyka?
 - a) *Niskoemisyjne atrakcje turystyczne*
 - b) *Niskoemisyjne obiekty turystyczne*
 - c) *Niskoemisyjne tryby konsumpcji turystycznej*
 - d) Wszystkie powyższe.**

2. Co może zaoferować internetowy kalkulator emisji dwutlenku węgla?
 - a) Pomiar wyników i postępów firmy w zakresie emisji dwutlenku węgla.**
 - b) Prognoza wydatków na zużycie energii.
 - c) Zwiększona konkurencyjność.
 - d) Szersza ekspozycja publiczna.

3. Która z poniższych atrakcji jest niskoemisyjna?
 - a) Miasto, które jest już przeludnione.
 - b) Koloseum w pełni sezonu.
 - c) Park rozrywki.
 - d) Jezioro.**

4. Jak można promować turystykę o niższej emisji?
 - a) Promując latanie jako szybszy sposób podróżowania.
 - b) Proponując krótsze pobyty w miejscu docelowym i częstsze podróże.

c) **Zachęcając do korzystania z transportu publicznego, chodzenia pieszo i jazdy na rowerze podczas wycieczek.**

d) Unikając partnerstwa z lokalnymi dostawcami.

5. Dlaczego biznesplan touroperatora jest ważny?

a) Zawiera on ostateczne pomysły na projekt.

b) **Zachęca do krytycznego myślenia o swojej wizji i klientach.**

c) Uniemożliwia to uzyskanie drugiej opinii.

d) Jest to punkt odniesienia.

6. Jak zachować bioróżnorodność podczas wycieczek?

a) Zachęcając podróżnych do zbierania dzikich kwiatów.

b) Używając samochodów elektrycznych w obszarach chronionych, aby emitować mniej hałasu.

c) **Poprzez wyraźne zniechęcanie do zakłócania życia dzikiej przyrody (zarówno flory, jak i fauny).**

d) Umieszczając pojemniki na śmieci w lasach.

6.6 Referencje

- Fors, A. (2021, 30 czerwca). *Jak stworzyć biznesplan touroperatora w 8 krokach*. Hotelmize. Retrieved November 7, 2022, from <https://www.hotelmize.com/blog/how-to-create-a-tour-operator-business-plan-in-8-steps/>
- EIU. (2022, 26 października). *Perspektywy turystyki 2023*. Economist Intelligence Unit. Retrieved November 6, 2022, from [https://www.eiu.com/n/campaigns/tourism-in-2023/?utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=industries-in-2023&gclid=CjwKCAjwtp2bBhAGEiwAOZZTuKGKkrUOso-GOyPPo9sDGCUX\\$8cFI0utFjHbnkdCS1P8yvCMm2uSB0CR94QAVD_BwE](https://www.eiu.com/n/campaigns/tourism-in-2023/?utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=industries-in-2023&gclid=CjwKCAjwtp2bBhAGEiwAOZZTuKGKkrUOso-GOyPPo9sDGCUX$8cFI0utFjHbnkdCS1P8yvCMm2uSB0CR94QAVD_BwE)
- Fonseca, F. (2022, 5 stycznia). *Jak operatorzy turystyczni mogą stać się bardziej zrównoważeni w 2022 roku*. Orioly. Retrieved November 6, 2022, from <https://www.orioly.com/how-tour-operators-can-become-more-sustainable-in-2022/>
- DAR. (2022). *Zrównoważona turystyka*. Zielone pomysły dla turystyki. Retrieved November 6, 2022, from <http://www.greentourism.eu/en/Post/Name/SustainableTourism>
- GSTC. (2022, 3 września). *Czym jest zrównoważona turystyka?* GSTC. Retrieved November 6, 2022, from <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>
- He, J., & Wang, D. (2021). *O niskoemisyjności i jej realizacji w turystyce*. IOP Science. Retrieved November 6, 2022, from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/632/5/052102>
- Lacalle, E. (2021, 20 sierpnia). *Najlepsze praktyki zrównoważonego rozwoju w hotelach*. MEWS. Retrieved November 7, 2022, from <https://www.mews.com/en/blog/sustainability-in-hotels>
- Leiman, R. (2021, lipiec 9). *Rola touroperatorów w zrównoważonej turystyce: Wyjaśnione wyzwania i proponowane rozwiązania*. Hotelmize. Retrieved November 7, 2022,

from <https://www.hotelmize.com/blog/role-of-tour-operators-in-sustainable-tourism-challenges-explained-and-solutions-proposed/>

Peeters, P., Lane, B., & Gössling, S. (2008). W kierunku turystyki niskoemisyjnej. *Sustainable Tourism Futures*, 240-257. <https://doi.org/10.4324/9780203884256.ch13>

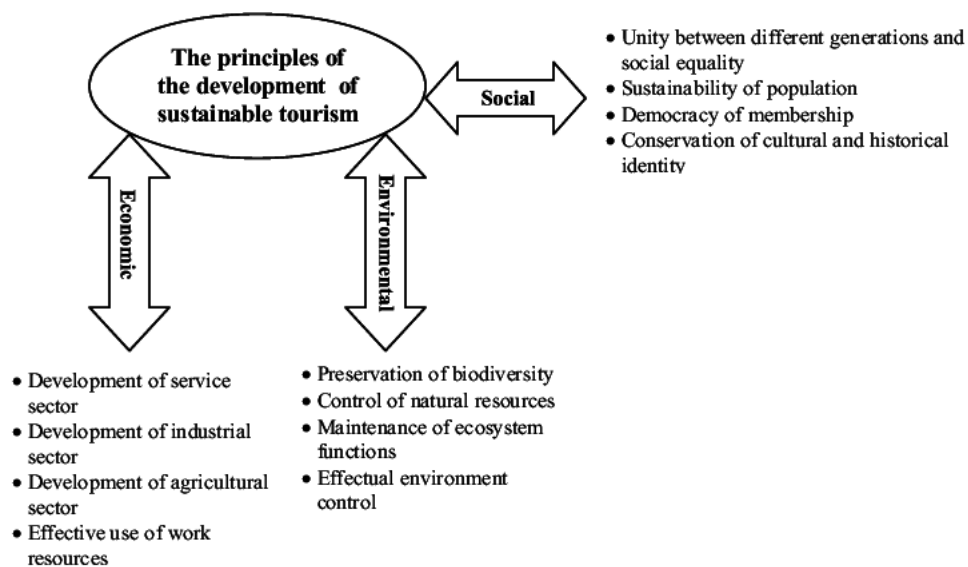
Škorić, I. (2022, 21 lipca). Zrównoważone podróże: 3 sposoby, w jakie organizatorzy wycieczek mogą być ekologiczni. Lemax. Retrieved November 7, 2022, from <https://www.lemax.net/blog/sustainable-travel-3-ways-how-tour-operators-can-be-greener/>

Tuppen, H. (2022, 5 kwietnia). Sposoby redukcji emisji dwutlenku węgla przez organizatorów wycieczek dzięki lepszym miejscom. Turystyka ogłasza kryzys klimatyczny. Retrieved November 6, 2022, from <https://www.tourismdeclares.com/article/travelling-less-for-longer-and-other-ways-to-reduce-carbon-with-saskia-griep-founder-of-better-places>

UNFCCC. (2022). *Platforma Narodów Zjednoczonych ds. kompensacji emisji dwutlenku węgla*. Unfccc.int. Retrieved March 3, 2023, from <https://unfccc.int/climate-action/united-nations-carbon-offset-platform>

Zotz, A. (2008). *Rola touroperatorów w łagodzeniu zmian klimatycznych*. RAOnline. Retrieved November 6, 2022, from https://raonline.ch/pages/edu/pdf8/respect_TourismClimate09.pdf

6.7 Rysunki



Rysunek 1: Zasady zrównoważonego rozwoju turystyki

Źródło: ResearchGate

https://www.researchgate.net/figure/Principles-of-sustainable-tourism-development_fig1_228717168

PARTNERSTWO



PROJEKT



Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.