

Zrównoważona turystyka w Polsce - wyzwania, bariery i sukcesy

2019-06-28



Brak wzajemnego zaufania i współpracy między interesariuszami, brak strategii zrównoważonego rozwoju turystyki, niska świadomość korzyści ze zrównoważonej turystyki czy brak skoordynowanego marketingu to główne bariery w prowadzeniu zrównoważonej turystyki w Polsce wymieniane podczas warsztatów zorganizowanych przez Polską Organizację Turystyczną.

W praktycznych warsztatach prowadzonych przez Martę Mills, doradcę ds. zrównoważonej turystyki wielu międzynarodowych organizacji oraz Adama Mikołajczyka, prezesa Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc uczestniczyli przedstawiciele regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, samorządów lokalnych, placówek naukowych oraz biznesów turystycznych biorących udział w tegorocznej edycji projektu EDEN na "Najlepsze Europejskie Destynacje Turystyczne" w kategorii turystyka zdrowotna i wellness.

Po prezentacji i analizie przykładów dobrych oraz mniej udanych praktyk z całego świata w planowaniu i wdrażaniu zrównoważonej turystyki, uczestnicy z całej Polski dzielili się doświadczeniami ze swoich destynacji, po czym wspólnie zidentyfikowali główne wyzwania i bariery rozwoju turystyki zrównoważonej w Polsce. Kilka z nich to: brak wzajemnego zaufania i współpracy między interesariuszami; brak strategii zrównoważonego rozwoju turystyki, i związany z tym brak lidera - organizacji lub grupy ludzi rozumiejących potrzebę długoterminowego, planowanego rozwoju turystyki w destynacji; brak wspólnej promocji i skoordynowanego marketingu małych biznesów - i często niezdrowa konkurencja; niska świadomość korzyści ze zrównoważonej turystyki - u wszystkich podmiotów (samorząd, biznes, lokalni mieszkańcy ale również turyści); niska świadomość lokalnych atutów destynacji które można sprzedać turystom, wynikająca często ze słabego zrozumienia potrzeb i motywacji nowoczesnego turysty.

Jednak uczestnicy warsztatów to laureaci konkursu EDEN których "produkty zarządzane są zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju" i pracujący w kierunku ciągłego ulepszania i produktów, i całych destynacji. Według nich widać też wiele pozytywnych sygnałów z destynacji gdzie rośnie świadomość korzyści ze zrównoważonej turystyki oraz chęć współpracy między biznesami i samorządami które rozumieją potrzebę wspólnego i bardziej skoordynowanego działania. Według prowadzącej warsztaty Marty Mills "właśnie wzrost wiedzy i świadomości Polaków jak można zminimalizować negatywny i zmaksymalizować pozytywny wpływ turystyki w destynacji jest kluczowy w rozwoju zrównoważonej turystyki w Polsce".

Więcej o sukcesach i barierach zidentyfikowanych podczas warsztatów