



Instytut na rzecz Ekorozwoju
Warszawa 14.05.2012 r.



Ochrona turystycznych walorów przyrodniczych w świetle opinii turystów i organizatorów turystyki

JOLANTA KAMIENIECKA

Natura 2000 a turystyka

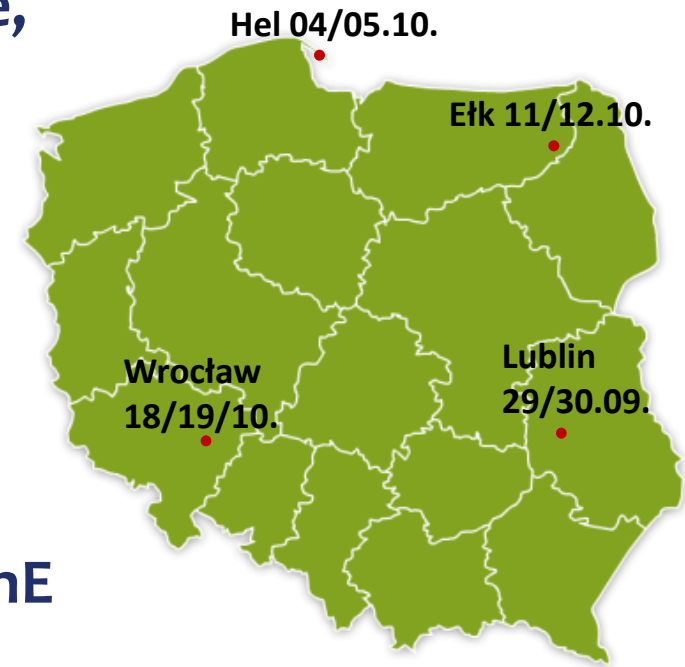
TURYŚCI a Natura 2000

- * Wybrane doświadczenia i wnioski ze szkoleń regionalnych przeprowadzonych w latach 2009 – 2011
- * Interpretacja wyników badania świadomości ekologicznej polskich turystów w roku 2011

WPROWADZENIE

Szkolenia regionalne:

- * termin – wrzesień/październik 2011 r.
- * miejsce – 4 regiony: Polesie Lubelskie, Hel, Mazury, Dolina Baryczy
- * czas trwania – dwa dni:
 - wykłady i dyskusje +
 - warsztaty terenowe;
- * koszt – bezpłatne dla uczestników,
- współfinansowane przez NFOŚiGW i InE



WPROWADZENIE cz. 3.

Szkolenia adresowane były do:

- * **przedstawiciele branży turystycznej;**
- * **regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych;**
- * **administracji samorządowej;**
- * **organizacji pozarządowych działających w trzech sferach:**
 - **ochrony przyrody,**
 - **zasad zrównoważonego rozwoju,**
 - **promocji ekoturystyki.**

Taka też faktycznie była struktura zawodowa uczestników.

CEL SZKOLEŃ

Merytorycznym
i zarazem edukacyjnym celem szkoleń było:

**wyrobienie potrzeby pogłębiania wiedzy
o Naturze 2000**

i

**jej praktycznego zastosowania
do turystyki**

TREŚCI SZKOLEŃ

Sformułowane w InE
pola tematyczne wykładów i ćwiczeń to:

Zasady i procedury ochrony przyrody w obszarach Natura 2000

Budowa produktu turystycznego na bazie walorów przyrody obszarów Natura 2000 i jego znaczenie dla wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju regionu

Promocja proekologicznych form turystyki realizowanych na obszarach Natura 2000
– przykłady wzmacniające rozwój ekoturystyki w Polsce

PLUSY



czyli głos

optymistów

BUDOWA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, INFORMACJA O NIM I JEGO PROMOCJA (1)

- * Natura 2000 jest atutem w ukazywaniu lokalnych zasobów w szerokim, europejskim i światowym kontekście
- * Budowa produktu z Naturą 2000 w jego treści wymaga czasu
- * Naturę 2000 można wykorzystać w hasłach promocyjnych ofert turystycznych np.:
 - „Natura 2000 = raj dla miłośników przyrody”
- * Istnieje konieczność zbudowania zasobów wykwalifikowanej kadry turystyki przyrodniczej, uzupełnienie informacji turystycznej profesjonalnymi zdjęciami przyrody, tworzenie przyrodniczych biblioteczek tematycznych i zbiorów audio , **wzorcowych tras i tekstów**

BUDOWA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, INFORMACJA O NIM I JEGO PROMOCJA (2)

- * **Obszar Natura 2000 podnosi rangę produktu turystycznego**
- * **Włączenie do oferty Natury 2000 to nowy atut w promocji**
- * **Dla potrzeb promocji wprowadzenie oznakowania znakiem regionu, a także domu lub samochodu mieszkańców (oznakowanie stałe i ruchome) – jak w Dolinie Baryczy.**

Wiedza o Naturze 2000

Z badanych 55% w ogóle nie słyszała o obszarach
Natura 2000

Ci co słyszeli:

- * Doceniają obecność Natury 2000 w miejscu urlopu
- * Istnienie obszarów Natura 2000 w okolicy dla co piątego ankietowanego było jednym z ważnych kryteriów wyboru tego miejsca na wypoczynek,
- * a co trzecia osoba brała ten aspekt pod uwagę uznając, że obszar taki jest atutem dodatkowym

Na szkoleniach:

proponowano tematyczne - o Naturze 2000 - warsztaty dla turystów w ofercie spędzania wolnego czasu

ŹRÓDŁA WIEDZY O WALORACH PRZYRODNICZNYCH REGIONÓW TURYSTYCZNYCH

Głównym źródłem informacji są znajomi i rodzina

- * źródła lokalne znalazły się dopiero na 10 miejscu
- * **pośrednią rolę odgrywają** portale turystyczne, przewodniki, czasopisma,; najprzystępniejsze są informacje z ulotek i tablic informacyjnych,

Świadczy to:

- * o znaczeniu wiarygodności i „bezinteresowności” źródeł informacji, bez komercyjnego upiększania relacji o przyrodniczych atrakcjach polecanego im miejsca
- * o małej aktywności osób prowadzących obiekty noclegowe
- * o ubogiej ofercie lokalnych punktów informacji turystycznej
- * o niewielkiej znajomości ważnych przyrodniczych obiektów w najbliższej okolicy i słabej percepcji ich walorów przez mieszkańców i lokalnych przedsiębiorców turystycznych

EDUKACJA JAKO CZYNNIK POZIOMU ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ I WYNIKAJĄCE Z NIEJ POSTAWY (1)

Uczestnicy szkoleń stwierdzili, że :

- * Edukacja ekologiczna nt. ochrony przyrody powinna obejmować osoby usługodawców w okolicach obszarów Natura 2000
- * Dla budowy postaw konieczny jest mechanizm wzajemnej kontroli postaw i zachowań

ZARZĄDZANIE OBSZARAMI PRZYRODNICZO CENNYMI

I ZARAZEM ATRAKCYJNYMI TURYSTYCZNIE

A ROZWIJANIE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU, EKOPOLITYKI
I WSPÓŁPRACY - JAKO WYRAZU ZINTEGROWANEGO ROZWOJU

Dyskutanci na szkoleniach stwierdzili:

- * Jeśli traktować obszary Natura 2000 jako potencjał rozwoju turystyki, to trzeba mieć odpowiednią do zasad zrównoważonego rozwoju **świadomość pomysłów** na ich wykorzystanie. Ta wymaga zgody na to, by **preferować małe grupy, rozciąganie sezonu na cały rok itp.**
- * Szansa i możliwość rozwoju turystyki na obszarach Natury 2000 to również **zgoda na to, by rozwój ten był szczególnie kontrolowany.**
- * W przedsiębiorstwach trzeba stawiać na konieczność łączenia dobrej organizacji z pogłębioną, profesjonalnie przekazywaną wiedzą przyrodniczą i **zdobywanie doświadczenia w terenie**

ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE

W ŚWIETLE PRAKTYKI PROCESÓW INWESTYCYJNYCH I PLANOWANIA PRZESTRZENNEGO NA POZIOMIE REGIONALNYM

- * Wykorzystanie potencjału płynącego z Natury 2000 i wzrost świadomości ekologicznej samorządów, inwestorów i przedsiębiorców winny w planowaniu i inwestowaniu przynieść możliwość ochrony obszarów cennych przez eliminowanie (blokowanie) nadmiernej urbanizacji wsi – nawet na cele agroturystyki.

MINUSY



X,

**czyli głosy
sceptyków**

Uwarunkowania sprzedaży produktu turystycznego Naturą 2000 w jego rdzeniu

Podkreślano negatywy:

- * **turystyka przyrodnicza jest wymagająca – potrzebny jest sprzęt, kondycja, wiedza, a mało jest szkoleń nt. specjalistycznej obsługi klienta**
- * **Fachowej pomocy turystyka nie otrzymuje, bowiem ma do czynienia z alienacją instytucji i osób zajmujących się ochroną środowiska ...**
- * **W praktyce przeważa traktowanie Natury 2000 jako problem, a nie jako źródła promocji czy dochodu**
- * **Nie ma badań nad klientem na ekoturystykę**

EDUKACJA

JAKO CZYNNIK POZIOMU ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ i WYNIKAJĄCE Z NIEJ POSTAWY

- * **Niewiedza i nieświadomość organizatorów turystyki często dotyczy najbardziej podstawowych pojęć związanych z Naturą 2000,**
 - * **usługodawcy nie wiedzą, iż mogą poprzez Naturę 2000 lepiej wypromować swój produkt turystyczny**
- * **Brak przejrzystości dokumentacji obszarów Natura 2000 utrudnia drogę zainteresowanych inwestorów**
- * **Brak jest środków na promocję obszarów Natura 2000, którym nie towarzyszą inne formy ochrony przyrody - kto i jak ma je promować ?**

ZARZĄDZANIE OBSZARAMI PRZYRODNICZO CENNYMI I ATRAKCYJNYMI TURYSTYCZNIE A ROZWIJANIE ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU, EKOPOLITYKI I WSPÓŁPRACY JAKO WYRAZU ZINTEGROWANEGO ROZWOJU

- * Poważnym minusem są stereotypy utrwalane przez media i władze (
np. „na obszarach Natura 2000 nic nie wolno”,
- * a w ślad za nimi zła wola mieszkańców,
 - *np. wręcz niechęć do ekoturystów - jak do „ekologów”
 - *wolą oni klienta mniej wymagającego = „standardowego”
- * Wśród inwestorów powszechny jest lęk przed biurokracją, a wymóg OOS - straszakiem.

ZARZĄDZANIE OBSZARAMI PRZYRODNICZO CENNYM i ATRAKCYJNYMI TURYSTYCZNIE a ROZWIJANIE BIZNESU, EKOPOLITYKI I WSPÓŁPRACY i ZINTEGROWANEGO ROZWOJU

- Zasady i strategie rozwoju turystycznego regionów
zaciemnia wielopoziomowe zarządzanie na
nakładających się na siebie formach ochrony przyrody
- * wiele podmiotów i brak jednego gospodarza
zarządzającego ochroną oraz infrastrukturą turystyczną
 - * W turystyce przyrodniczej
dominuje ciągle sezonowość ofert ,
nie korzysta się z faktycznej całorocznej
atrakcyjności przyrody

ZARZĄDZANIE OBSZARAMI PRZYRODNICZO CENNYMI
I ATRAKCYJNYMI TURYSTYCZNIE A ROZWIJANIE ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU, EKOPOLITYKI I WSPÓŁPRACY JAKO WYRAZU
ZINTEGROWANEGO ROZWOJU

**W zarządzaniu i w polityce regionalnej
przyrodniczy i biznes**

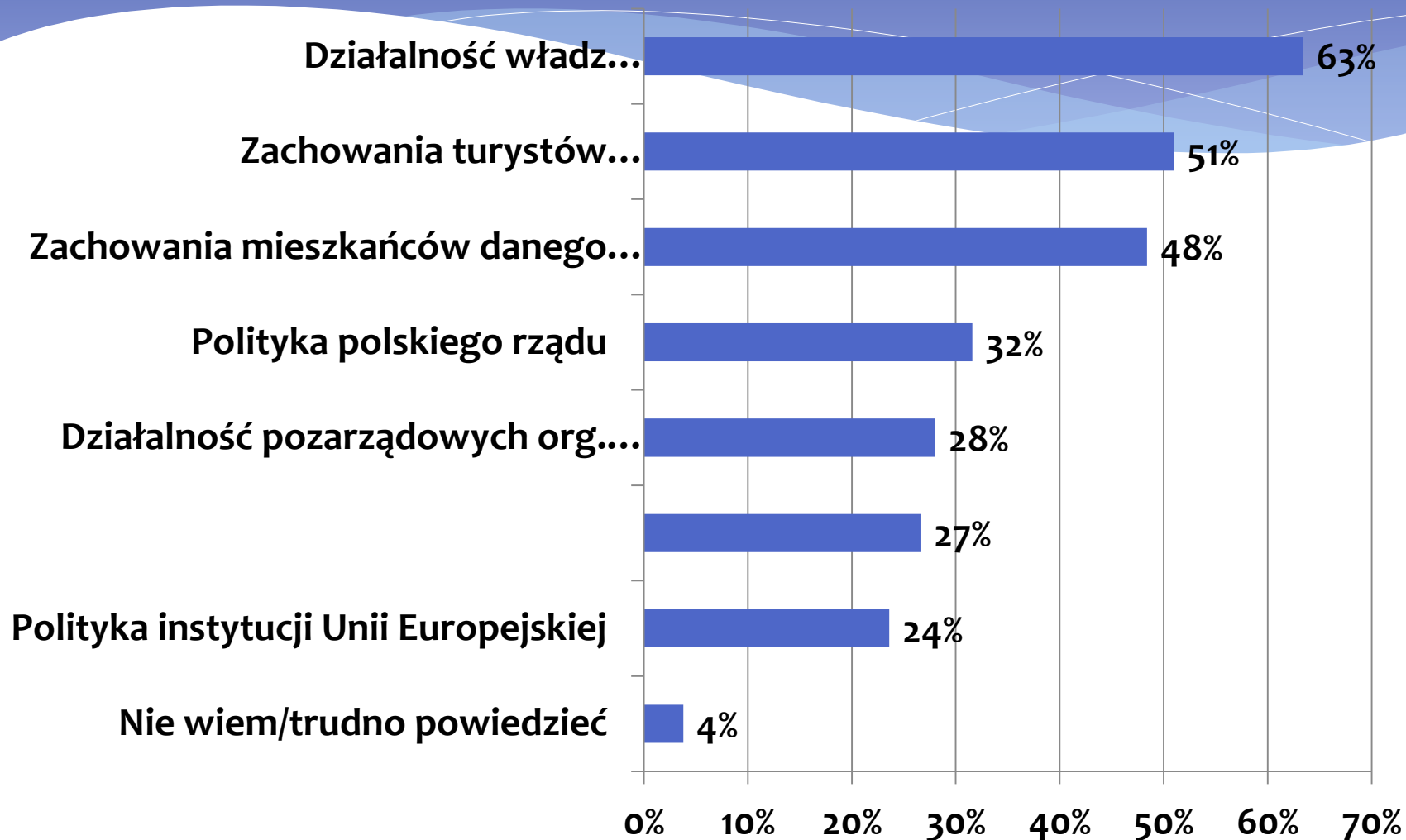
to różne grupy interesu

ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE W ŚWIETLE KIERUNKÓW PRAKTYKI PROCESOW INWESTYCYJNYCH I PLANOWANIA PRZESTRZENNEGO NA POZIOMIE REGIONALNYM

- * Uporczywym mankamentem jest brak odpowiedniej kontroli i przestrzegania przepisów regulujących **zagospodarowanie** terenu
- * Często dochodzi do zaniechania wykonania elementów **mających służyć ochronie środowiska**, a które były ujęte w planie inwestycji
- * Brakuje inicjatyw na szczeblu gminnym popierających **ekologiczne zachowania ludności i ich gości**

KTO MA WPŁYW NA OCHRONĘ WALORÓW PRZYRODNICZYCH ?

27% turystyka



Wg Janusza Radziejowskiego

Istotnym przesłaniem dla władz lokalnych jest, że

turyści w większości cenią sobie dbałość o środowisko przyrodnicze przez władze lokalne,

widzą w nich gwaranta odpowiedniego stanu środowiska

A dla władz powinno być ważne, że

- dla wielu turystów fakt istnienia na danym terenie obszarów Natura 2000 może stanowić dodatkowy czynnik rozwoju gospodarczego, bo jest elementem wyboru danego obszaru, jako miejsca wypoczynku

ROZWÓJ GOSPODARCZY A ŚRODOWISKO

TURYŚCI

NATURY 2000

się nie BOJĄ

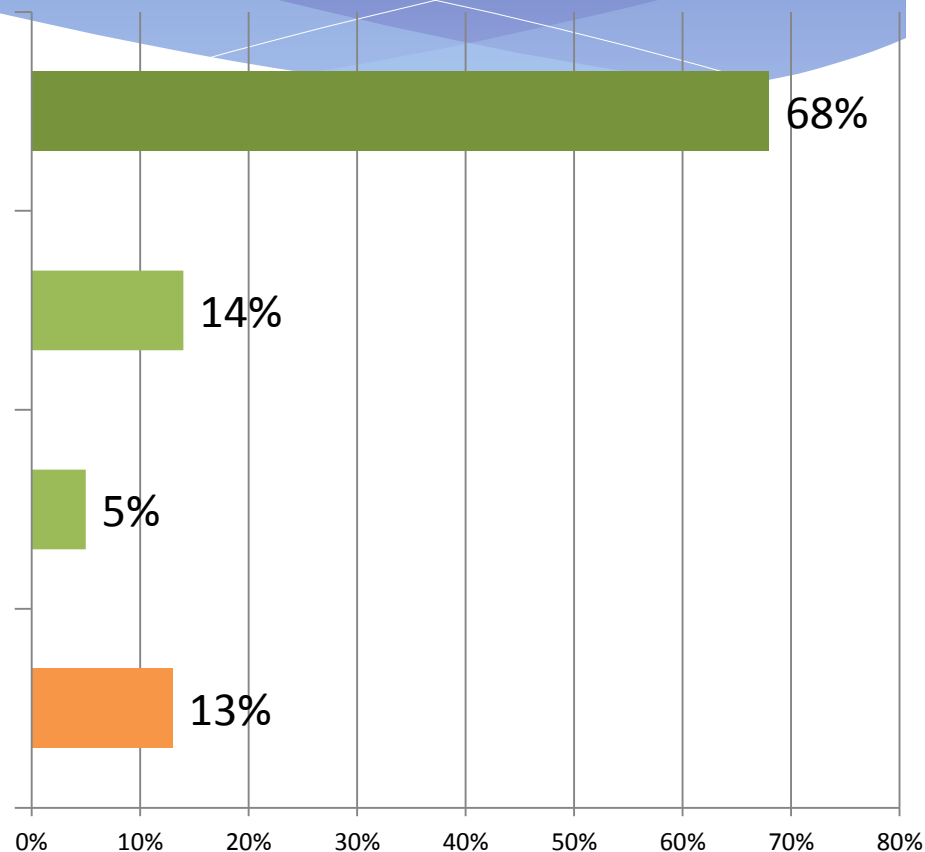
WPŁYW POWOŁANIA OBSZARU CHRONIONEGO na GOSPODARKE REGIONU

**Wpływie pozytywnie na rozwój
turystyki (wzmocni zasoby naturalne
regionu, zwiększy atrakcyjność...**

**Nie będzie miało żadnego znaczenia
dla rozwoju turystyki w regionie**

**Wpływie negatywnie na rozwój
turystyki (zahamuje jej rozwój)**

Trudno powiedzieć/nie wiem



W ślad za tym można zapytać czy pojawienie ponad 1000 obszarów Natura 2000 zostało zauważone przez polską gospodarkę turystyczną?

- * Czy branża turystyczna jest przygotowana do tego, by traktować te obiekty chronione, jako nowy – atrakcyjnych element produktu turystycznego?**
- * Czy postawi na eko-markę regionów ubogich gospodarczo a bogatych przyrodniczo, do których coraz więcej turystów przyjeżdża?**
- * W takich obszarach jak Dolina Baryczy jest miejsce i dla ryb, ptaków i ludzi; może nawet i eko-polityków by tu się przydało więcej.**



ZAKOŃCZENIE

Już za chwilę –

jeszcze tylko 5 slajdów

WNIOSKI Z BADAŃ (1)

Badanie świadomości ekologicznej Polaków zostało poświęcone turystyce bardziej niż ochronie przyrody.

JEST DEDYKOWANE TURYSTYCE

Wiemy więcej o zachowaniach i preferencjach proekologicznych oraz postawach względem turystyki zrównoważonej

WNIOSKI Z BADAŃ (2)

Proekologiczne preferencje „zwiększają konkurencyjność ośrodków czy miejsc ukierunkowanych na **usługi respektujące ekologiczne standardy**”

Turyści wśród typów zagrożeń, na trzecim miejscu umieszczają: ”nadmierną eksploatację terenów atrakcyjnych przyrodniczo przez masowy ruch turystyczny”

Jednocześnie uważają, że ponad 63% turystów szanuje przyrodę

W dalszym ciągu **odpowiedzialnymi za zachowanie dobrej kondycji walorów przyrodniczych czynią samorządy**
(ngos i turystyka nie odgrywają tu większej roli)

Wg Anny Kalinowskiej

Opinie turystów mogą być

„ istotną wskazówką dla kierunków prowadzenia edukacji ekologicznej, skierowanej do mieszkańców terenów atrakcyjnych przyrodniczo

Wnioski z badań InE powinny wpłynąć na ich strategię informacyjną i edukacyjną branż związanych z turystyką oraz ochroną przyrody

Powinny być także istotną informacją dla osób zajmujących się edukacją dla zrównoważonego rozwoju wskazując na jakie problemy powinno ukierunkowywać się środki i formy edukacji w różnych grupach wiekowych.

ZAKOŃCZENIE (1)

Należy oczekiwać, że:

Natura 2000 zacznie się pojawiać :

- * w regionalnych i lokalnych folderach, informatorach ,**
- * będzie widoczna targach turystycznych i ich imprezach**
- * stanie się tematem specjalistycznych szkoleń kadr turystyki przyjaznej środowisku**

Po serii szkoleń:

- * W praktyce rynek usług proekologicznych powinien się wzmocnić jakościowo , wykorzystując innowacje technologiczne i organizacyjne**

ZAKOŃCZENIE (2)

Szkolenia powinny też zaowocować:

nawiązaniem kontaktów i lepszą współpracą
pomiędzy organizacjami turystycznymi i ekologicznymi
oraz instytucjami ochrony przyrody,
zajmującymi się tworzeniem i udostępnianiem
obszarów Natura 2000,
a aktualnie także z zespołami wykonującymi plany
ochrony tych obszarów

**DZIĘKUJĘ PAŃSTWU
ZA UWAGĘ,**

i Patrycji Manthey za współpracę

Jolanta Kamieniecka