

2014



Wojewódzki Urząd Pracy
w Krakowie

Zielone miejsca pracy w turystyce – szansa dla Małopolski?



Zielone miejsca pracy w turystyce - szansa dla Małopolski?



Opracowanie powstało w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Krakowie w ramach projektu Małopolskie Obserwatorium Rynku Pracy i Edukacji.

Redakcja:
Maria Leńczuk
Agata Chrześcijanek
Ewa Guzik

Copyright by Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie
Kopiowanie i rozpowszechnianie może być dokonywane z podaniem źródła.

ISBN: 978-83-63961-02-2

Wydawca:
Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie
pl. Na Stawach 1
30-107 Kraków
tel.: 12 428 78 70
faks: 12 422 97 85
kancelaria@wup-krakow.pl
www.wup-krakow.pl

Layout środka publikacji:
Robert Krzeszowiak, www.roboska.com

Skład i opracowanie graficzne:
LOOZ DESIGN Tomasz Merwart, www.looz-design.pl

Publikacja jest dystrybuowana bezpłatnie.

Spis treści

I. Turystyka - motor gospodarczego wzrostu krajów rozwijających się	5
II. Europa - lider z zadyszka	8
III. Zrównoważona turystyka	12
IV. Podsumowanie i rekomendacje	16
Spis tabel	17

I. Turystyka – motor gospodarczego wzrostu krajów rozwijających się

Według danych Światowej Rady Podróży i Turystyki (*The World Travel & Tourism Council – WTTC*¹) w 2013 roku turystyka na świecie:

- Wytworzyła prawie siedem bilionów dolarów, stanowiąc **9,5% światowego PKB**.
- Wygenerowała **6% światowego eksportu** dóbr i usług (i 30% eksportu usług rynkowych), osiągając wartość 1,4 biliona dolarów, co daje 3,8 miliarda dolarów dziennie. Pod tym względem turystykę wyprzedzają jedynie branże: paliwowa, chemiczna oraz samochodowa (*automotive*).
- Dawała **zatrudnienie** 266 milionom ludzi, czyli **jednemu na 11 mieszkańców planety**. W tej branży w ciągu 12 miesięcy powstało 4,7 miliona nowych miejsc pracy.
- Była udziałem 1,09 miliarda osób odbywających podróże zagraniczną.

Liczba podróży zagranicznych rośnie przeciętnie w tempie 6,5% (w 2005 roku była szacowana na 806 milionów, a w 1950 – na 25 milionów). Spodziewane jest utrzymanie trendu wzrostowego – WTTC prognozuje, że jej wartość osiągnie 1,6 miliarda do roku 2020 i 2,6 miliarda – do 2050 r.

Turystyka stanowi jedną trzecią gospodarczej wymiany międzynarodowej w przypadku krajów rozwijających się i połowę dla krajów najsłabiej rozwiniętych².

1 WTTC jest światową organizacją zrzeszającą szefów wiodących światowych firm z sektora turystycznego (*travel&tourism*). Prowadzi rzecznictwo i współpracę z rządami państw i organizacjami międzynarodowymi na rzecz zrównoważonego rozwoju branży. Źródło: www.wttc.org.

2 Kraje najsłabiej rozwinięte (LDCs – *the least developed countries*) to według definicji ONZ takie, w których średni roczny dochód narodowy na mieszkańca nie przekracza 995 dolarów (o ile liczba mieszkańców nie przekracza 75 mln osób). Obecnie do krajów LDC zalicza się 34 kraje afrykańskie, 13 krajów regionu Azji i Pacyfiku (w tym cztery wyspiarskie kraje Oceanii) oraz Haiti. Źródło: <http://unohrrls.org/about-ldcs/>.

Według Światowej Organizacji Turystycznej Narodów Zjednoczonych (UN WTO) oraz Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO – *International Labour Organisation*)³ dzięki dużemu zróżnicowaniu potrzeb i oczekiwani klientów branża turystyczna stwarza możliwości działania szerokiego spektrum małych i mikroprzedsiębiorców, zarówno w formalnej, jak i nieformalnej gospodarce (szarej strefie).

ONZ-owska agenda do spraw turystyki (UN WTO) zwraca uwagę na dużą rolę działalności turystycznej dla rynków pracy krajów rozwijających się. Z uwagi na dużą „intensywność pracy” (czyli stosunkowo niski poziom automatyzacji) jest to branża stwarzająca możliwość zatrudnienia dla osób w trudnej sytuacji na rynku pracy: wchodzących na niego, młodych, bez kwalifikacji lub o niskich kwalifikacjach, ludzi mających problemy ze znalezieniem zatrudnienia w innych sektorach i długotrwale bezrobotnych, migrantów i mniejszości etnicznych, a także kobiet niemogących podjąć pracy w pełnym wymiarze czasu z uwagi na pełnienie opieki nad osobami zależnymi.

Według danych ILO w wielu krajach większość pracowników branż zaliczanych do turystyki (poza transportem) stanowią kobiety, a ponad połowa pracujących w turystyce na świecie to osoby do 25 roku życia⁴.

W turystyce zlokalizowana jest też duża liczba prac dorywczych, dodatkowych, a także sezonowych. Branżę tę charakteryzują również jedne z najniższych przeciętnych zarobków oraz dość wysoki wskaźnik pracy na czarno (wspomnianej już szarej strefy). Pracownicy w zakwaterowaniu i gastronomii są często zatrudniani bez właściwych kwalifikacji, poniżej swojego wykształcenia lub w sposób sprzeczny z prawem pracy. Często jest wypłacanie najniższych, a nawet niepełnych wynagrodzeń, motywowane założeniem, że pozostała część dochodu pracownik uzyska z napiwków. Wszystko to sprawia, że zatrudnienie w tych sekcjach gospodarki jest dla wielu osób niestabilne.

Ile miejsc pracy generuje turystyka?

Według szacunków ILO każde miejsce pracy w turystyce pośrednio generuje kolejne 1,5 miejsca w powiązanych branżach⁵. W działalności związanej z zakwaterowaniem przeciętnie (w skali świata) jeden pracownik przypada na każdy pokój hotelowy. Na każdego pracownika hotelu przypada trzech kolejnych, zatrudnionych w biurach podróży, przewodników, kierowców taksówek i autobusów, dostawców żywności i napojów, pracowników pralni, pracujących w branży tekstylnej, ogrodników, sprzedawców pamiątek i innych towarów oraz pracowników lotnisk⁶.

Według WTTC w 2013 roku w Polsce w sektorze „Travel&Tourism” pracowało 334,1 tys. osób, a łącznie z sektorami powiązаныmi branża dawała zatrudnienie 792,3 tys. osobom⁷.

Definicja branży

Już ten krótki przegląd danych pokazuje, jak różnie definiowana jest turystyka. UN WTO i ILO propagują szerokie rozumienie branży, oparte na połączeniu klasyfikacji produktów⁸ oraz klasyfikacji aktywności gospodarczej⁹, definiowane przez Międzynarodowe Rekomendacje do Statystyki Turystyki 2008 (*The International Recommendations for Tourism Statistics 2008* – IRTS 2008). Definicja ta zakłada rozróżnienie produktów i usług oferowanych ludności miejscowej (rezydentom), migrantom i osobom podróżującym w celach innych niż stałe lub okresowe wy-

3 *Measuring Employment in the Tourism Industries. Guide with Best Practices*, Madryt: UNWTO i ILO, 2014.

4 Wolfgang Weinz, Lucie Servoz, *Poverty reduction through tourism*, Sectoral Activities Department, Genewa: ILO, 2013.

5 Ibidem.

6 Dain Bolwell, Wolfgang Weinz, *Reducing poverty through tourism*, Sectoral Activities Programme, Working Paper Nr 266, Genewa: ILO, 2008, str 13.

7 *Travel & Tourism Economic Impact 2014 – Poland* [online], Londyn: WTTC, 2014 [dostęp 7 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/country-reports/>, str.7.

8 ONZ-owska klasyfikacja CPC; jej odpowiednikiem w Unii Europejskiej jest klasyfikacja CPA.

9 ISIC rev. 4, czyli ONZ-owski odpowiednik unijnej NACE rev.2.

konywanie pracy w miejscu przyjazdu (poza osobami w podróży służbowej), obejmując tylko produkty i usługi oferowane tej ostatniej grupie (gościom – *visitors*)¹⁰.

Tabela 1. Produkty i usługi oraz rodzaje działalności charakterystyczne dla turystyki (branża turystyczna)

produkty i usługi	rodzaje działalności gospodarczej
1. usługi zakwaterowania dla gości	zakwaterowanie dla gości
2. usługi serwowania posiłków	działalność związana z serwowaniem posiłków
3. usługi pasażerskiego transportu kolejowego	pasażerski transport kolejowy
4. usługi pasażerskiego transportu drogowego	pasażerski transport drogowy
5. usługi pasażerskiego transportu wodnego	pasażerski transport wodny
6. usługi pasażerskiego transportu lotniczego	pasażerski transport lotniczy
7. usługi wynajmu pojazdów	wynajem pojazdów
8. usługi biur podróży i innych rezerwacji	działalność biur podróży i związana z innymi rezerwacjami
9. usługi kulturalne	działalność kulturalna
10. usługi sportowe i rekreacji	działalność sportowa i rekreacyjna
11. produkty turystyczne specyficzne dla kraju	handel detaliczny produktami turystycznymi specyficznymi dla kraju
12. usługi turystyczne specyficzne dla kraju	inna działalność związana z turystyczną specyfiką kraju

Źródło: IRTS 2008.

W krajach Unii Europejskiej w statystyce publicznej z branżą turystyczną utożsamiana jest sekcja „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi”¹¹. Dlatego przytaczane w tym opracowaniu dane dla Polski, w tym Małopolski, oraz dla innych krajów i regionów UE odnoszą się do tej sekcji.

10 *Measuring Employment in the Tourism Industries. Guide with Best Practices*, Madryt: UNWTO i ILO, 2014.

11 Sekcja I według Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007.

II. Europa – lider z zadyszka

Europa, a w szczególności kraje Unii, są bezsprzecznym liderem rynku turystycznego. W 2013 roku kontynent europejski odwiedziły 564 miliony ludzi (co stanowi ponad połowę wszystkich podróży zagranicznych). Branża wypracowała 9% unijnego PKB. Kraje europejskie, ze swoimi historycznymi miastami i pięknymi krajobrazami, przyciągają ludzi z całego świata. Korzystają na tym zarówno najsilniejsze gospodarki Unii, jak Niemcy, Francja i Wielka Brytania, jak i kraje, które najbardziej odczuły kryzys w strefie euro: Grecja, Hiszpania, Włochy.

Według cytowanych przez WTTC danych UN WTO Grecja, dzięki redukcji cen w 2013 roku, odnotowała piętnastoprocentowy wzrost wydatków poniesionych przez turystów, osiągając ich rekordowy poziom równy 12 miliardom euro¹². Cała Europa zarobiła na turystyce 489 miliardów dolarów, utrzymując pozycję światowego lidera¹³.

Dane Komisji Europejskiej¹⁴ pokazują, że liderami rynku 28 państw europejskich są Hiszpania, Włochy i Francja. Turyści spędzili w nich w 2013 roku łącznie 568 milionów nocy¹⁵, co stanowi 47,7% noclegów turystów zagranicznych w UE. Bezsprzecznym liderem jest Hiszpania (21,2% wszystkich noclegów turystycznych w UE-28). Wydatki turystów w poszczególnych krajach wyniosły odpowiednio: 56 miliardów dolarów w Hiszpanii, 52 miliardy dolarów we Francji oraz 38,5 mld dolarów we Włoszech. Niewątpliwą przyczyną takiej popularności trzech wymienionych krajów jest ich specyfika oraz różnorodność oferty. Zapewne czynnikiem sprzyjającym jest także ich położenie w basenie Morza Śródziemnego. Część turystów zamiast niebezpiecznych krajów Afryki Północnej, odwiedziła północne wybrzeże tego akwenu.

Pod względem liczby wyjeżdżających oraz wydatków liderem były Niemcy, co nie dziwi, jeśli weźmiemy pod uwagę, że jest to największa gospodarka Unii oraz kraj o największej populacji.

12 *Is European tourism on the brink of crisis? Are concerns about European tourism justified or premature?* [online], World Travel&Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/nov/is-european-tourism-on-the-brink-of-crisis/>.

13 *New statistics reveal the ups and downs of EU tourism. Spain was the most popular EU tourist destination in 2013* [online], World Travel&Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/nov/new-statistics-reveal-the-ups-and-downs-of-eu-tourism/>.

14 *Ibidem*.

15 Jedną z miar statystycznych opisujących działalność turystyczną w UE jest liczba nocy spędzonych przez przyjezdnych w placówkach zbiorowego zakwaterowania.

Jeśli jednak porównamy tempo wzrostu przychodów i wydatków związanych z turystyką, sytuacja Europy nie jest tak dobra. Według WTTC¹⁶ najszybszy rozwój sektora miał miejsce w Azji Południowo-Wschodniej (wzrost przychodów branży o 9,7% i zatrudnienia o 4,1%). Największe wzrosty wydatków poniesionych przez turystów odnotowano w Brazylii, Indonezji, Turcji oraz, pomimo toczącego się konfliktu, w Egipcie¹⁷.

Polska na tle krajów Unii

W 2013 roku w Unii Europejskiej (UE-28) w turystyce zatrudnionych było prawie 9,73 mln osób, czyli około 4,5% osób pracujących¹⁸. Według Eurostatu w Polsce pracę w turystyce wykonywało 330 tys. osób – to 3% wszystkich mieszkańców Unii zatrudnionych w tej branży. Daje to naszemu krajowi piąte miejsce wśród państw z największą liczbą pracowników turystyki¹⁹, za Niemcami i Wielką Brytanią (ponad 1,5 mln), Hiszpanią (1,3 mln), Włochami (1,2 mln) i Francją (944 tys.). Spośród krajów kandydujących do UE najwięcej pracowników turystyki jest w Turcji (1,3 mln).

Jednocześnie Polska jest, obok Rumunii, krajem z najmniejszym udziałem turystyki w rynku pracy – w obu tych państwach w branży tej zatrudnionych jest zaledwie 2,1% pracujących. Pracownicy obiektów zakwaterowania i gastronomii stanowią największy udział w krajach basenu Morza Śródziemnego.

Tabela 2. Kraje z największym odsetkiem pracujących w turystyce (2013)

kraje UE-28 i kandydackie	udział pracujących w turystyce w ogóle pracujących
Malta	8,6%
Cypr	7,9%
Hiszpania	7,8%
Grecja	7,2%
Irlandia	7,0%
Portugalia	6,5%
Chorwacja	6,1%
Austria	5,9%
Islandia	5,8%
Włochy	5,6%
Turcja	5,1%
Wielka Brytania	5,1%

Źródło: Eurostat.

Małopolska – region turystyczny

Małopolska na tle Polski jest niewątpliwie wyróżniającym się regionem turystycznym. Patrząc na pracujących w turystyce w stosunku do ogółu pracujących w województwie widać, że udział tej grupy jest wyższy niż średnio w kraju. W 2013 roku w branży pracowało ponad 30 tysięcy osób z regionu. Należy jednak pamiętać, że sektor ten cechuje dość wysoki udział szarej strefy, w związku z czym faktycznie zarabiających na usługach turystycznych może być jeszcze więcej. Według danych GUS Małopolska ma najwyższą w kraju liczbę turystycznych obiektów noclegowych (w 2013 r. było to 428 obiektów o liczbie dziesięciu miejsc i więcej). Stopień wykorzystania miejsc noclegowych jest znacząco wyższy od średniej krajowej dla wszystkich typów obiektów noclegowych, zarówno hoteli, jak i pensjonatów. Ogólna liczba udzielonych noclegów

16 *Economic Impact research globally*, WTTC, Londyn 2014.

17 <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/mar/wttc-launches-2014-economic-impact-research/>

18 LFS, Eurostat.

19 Mowa tu tylko o Polakach pracujących w kraju. Liczne osoby z Polski pracujące w turystyce w innych krajach Unii mogą być zaliczane do tamtejszej siły roboczej.

podzielona przez liczbę wszystkich oferowanych miejsc noclegowych w roku 2013 wyniosła 43% (średnia ogólnopolska w tym czasie to 36%). Małopolska zajmuje drugie miejsce wśród województw (za województwem zachodniopomorskim) pod względem udzielonych noclegów na 1 000 mieszkańców oraz czwarte miejsce pod względem liczby miejsc noclegowych na tę samą liczbę ludności. W 2013 roku odnotowała też największą liczbę turystów zagranicznych korzystających z noclegów – region odwiedziło wtedy prawie 1,181 mln osób²⁰.

Czy można być zbyt popularnym celem turystycznym?

Według badania przeprowadzonego na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa przez Małopolską Organizację Turystyczną²¹ w 2014 roku Kraków odwiedziło 9,9 miliona gości, co daje liczbę o 650 tys. większą w porównaniu do roku wcześniejszego. Z tego 7,25 miliona było gośćmi z kraju (o 550 tys. więcej niż w 2013 r.), zaś liczba turystów zagranicznych wyniosła 2,65 miliona (o 100 tys. więcej niż w 2013 r.).

W 2014 roku wśród gości z zagranicy przeważali mieszkańcy Wielkiej Brytanii (ich liczba zmalała z 20% do 17,1%) i Niemiec (w tym przypadku liczba przyjezdnych wzrosła z 13,8% do 16,5%). Kraków cieszył się większą popularnością wśród turystów z Hiszpanii, Włoch, Ukrainy, Holandii i Belgii. Mniej osób przyjechało natomiast z Francji, Rosji i Węgier.

Turyści wydali w Krakowie około 4,5 miliarda złotych. Szacuje się, że niemal co piąty mieszkaniec stolicy Małopolski zarabia dzięki obecności turystów. Co więcej, Kraków ma potencjał na wzrost ich liczby. Ze wspomnianych badań wynika, że 90% polskich turystów oraz 70% zagranicznych chętnie poleci miasto znajomym, większość z nich chciałaby tu przyjechać ponownie. Można by uznać, że daje to świetne perspektywy.

Trzeba jednak pamiętać, że rosnąca popularność Krakowa, a także duża popularność wielu innych miejscowości turystycznych w województwie, generuje również koszty – zarówno finansowe, jak i społeczne. Duża liczba turystów zmierzających w Tatry i na Podhale powoduje częste problemy komunikacyjne na nielicznych drogach prowadzących z Krakowa w tamtym kierunku. Z kolei intensywny rozwój branży w mieście prowadzi do wzrostu czynszów, szczególnie w centrum miasta, a w dalszej kolejności do wyludnienia tego obszaru. Miejscowej ludności nie stać na wynajem mieszkania, a wiele budynków zmienia przeznaczenie – z mieszkaniowo-handlowego na hotelowe, restauracyjne, rozrywkowe lub biurowe. Napływ turystów zagranicznych podnosi też ceny żywności, a także dostępu do kultury. Jest to szczególnie odczuwalne dla biedniejszych mieszkańców popularnych turystycznie miejscowości. Ponadto rosnąca popularność miasta przyciąga też turystów niskobudżetowych, nastawionych na tańsze formy rozrywki, również takie, które skutkują zakłócaniem porządku publicznego (na przykład wieczory panieńskie i kawalerskie Brytyjczyków w lokalach w pobliżu Rynku Głównego w Krakowie). Nie jest to zjawisko specyficzne dla stolicy Małopolski – podobne efekty obserwowane są m.in. w Barcelonie²².

Branżowa organizacja WTTC przedstawia cały katalog możliwych zagrożeń związanych z masową turystyką:

- ograniczenie dostępu do dóbr miejscowym, co w przypadku krajów rozwijających się lub będących w kryzysie może oznaczać pogłębienie się istniejących problemów społecznych
- ukryte koszty turystyki, wynikające ze zużycia infrastruktury publicznej; zużycia tego nie pokrywają przychody z tytułu prowadzenia działalności turystycznej (ma to miejsce zarówno w przypadku, gdy masowi turyści wydają mniej niż wynosi koszt ich korzystania z lokalnych zasobów, jak i wtedy, gdy duża część branży stanowi szara strefa)

20 Dane dostępne w Banku Danych Lokalnych GUS na stronie <http://stat.gov.pl/bdl> w kategorii Turystyka, grupa: turystyczne obiekty noclegowe, podgrupa: noclegi udzielone turystom zagranicznym w turystycznych obiektach noclegowych według wybranych krajów [dostęp 9 grudnia 2014 r.].

21 *Kolejny turystyczny rekord pobity!* [online], Magiczny Kraków [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: http://krakow.pl/aktualnosci/156021,31,komunikat,kolejny_turystyczny_rekord_pobity_.html.

22 *Less is more - tourism for the masses? There is no doubt that the Travel & Tourism sector is lucrative* [online], World Travel & Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/apr/less-is-more-tourism-for-the-masses/>.

- nadmierne zużycie surowców naturalnych, które prowadzi do niszczenia zasobów naturalnych; często są one głównym kapitałem lokalnych społeczności (zanieczyszczone akwenty, rozdeptane szlaki górskie zniechęcają turystów)
- degradacja zasobów kulturowych, które przyciągają turystów (smog nie tylko powoduje problemy zdrowotne, ale również niszczy zabytki i generuje konieczność ponoszenia kosztów renowacji).

III. Zrównoważona turystyka

W kontekście szkód, jakie niewłaściwie rozwijana turystyka może powodować w środowisku naturalnym i społecznym, należy zastanowić się, czy możliwe jest, by ta branża była bardziej zielona, czy inaczej mówiąc zrównoważona.

Na użytek Inicjatywy Zielonej Ekonomii agenda Organizacji Narodów Zjednoczonych zajmująca się kwestiami środowiska (UNEP – *United Nations Environment Programme*) stworzyła następującą roboczą definicję²³: **Zielona gospodarka** to taka, której prowadzenie skutkuje poprawą dobrostanu ludzi i równością socjalną (społeczną), przy jednoczesnym znaczącym obniżeniu ryzyka ekologicznego i zniszczeń środowiska. Zielona gospodarka jest niskoemisyjna, oszczędna w zużyciu surowców i włączająca społecznie.

W praktyce w zielonej gospodarce wzrost dochodów i zatrudnienia odbywa się poprzez publiczne i prywatne inwestycje w obniżanie emisji CO₂ i innych zanieczyszczeń, bardziej wydajne wykorzystanie energii i zasobów oraz ochronę bioróżnorodności i ekosystemów. Wymienione inwestycje powinny być wspierane przez kierunkowane wydatki publiczne, reformy polityczne i prawne. Ta ścieżka rozwoju powinna konserwować, poprawiać, a jeśli potrzeba – również odtwarzać zasoby naturalne jako podstawowy zasób ekonomiczny i dobro publiczne, zwłaszcza dla osób ubogich, których źródło utrzymania i bezpieczeństwo zależą silnie od środowiska naturalnego.

Biorąc pod uwagę potencjał turystyki jako czynnika wzrostu gospodarczego, jej duży udział w PKB i zatrudnieniu, a także powiązania z innymi sektorami gospodarki, nawet stosunkowo małe zmiany w kierunku bardziej zrównoważonego prowadzenia działalności w tej branży mogą się przełożyć na poprawę wykorzystania zasobów naturalnych i ludzkich.

Do najważniejszych branż powiązanych z turystyką należy zaliczyć:

- budownictwo infrastrukturalne i wznoszenie budynków
- zarządzanie infrastrukturą

²³ *What is the „Green Economy”?* [online], United Nations Environment Programme [dostęp: 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.unep.org/greeneconomy/AboutGEI/WhatIsGEI/tabid/29784/Default.aspx>.

- transport drogowy, kolejowy, wodny i lotniczy
- infrastrukturę związaną z działalnością turystyczną, sportową i rekreacyjną (ośrodki wypoczynkowe, hotele, restauracje, pola golfowe, mariny)
- handel detaliczny
- produkcję pamiątek.

Niewłaściwe zarządzanie w tych branżach może prowadzić do niszczenia zasobów naturalnych, w tym erozji, skażenia wody, gruntu i powietrza, utraty bioróżnorodności poprzez wypieranie gatunków endemicznych, zwiększenia zagrożenia pożarowego w lasach.

Nadmierny i niewłaściwy rozrost turystyki i powiązanych branż może też prowadzić do niedoborów wody, energii i innych dóbr dla miejscowej ludności. Z drugiej strony właściwe zarządzanie rozwojem turystyki może pomóc w kapitalizacji zasobów naturalnych i kulturowych, ochronie środowiska i dziedzictwa kulturowego, a także w redukcji biedy oraz wzroście świadomości ekologicznej mieszkańców i turystów. Dlatego ONZ rozwija program „Turystyka i Środowisko”, mający na celu włączenie tematyki zrównoważenia w główny nurt rozwoju branży poprzez wykazywanie ekonomicznych, środowiskowych, socjalnych i kulturowych korzyści ze zrównoważonej turystyki²⁴.

Zrównoważona turystyka – idea, która się opłaca

WTTC przypomina, że zrównoważona turystyka nie jest niczym nowym, a wiele instytucji od lat optuje za nią i realizuje odpowiednią politykę²⁵. Chorwackie Ministerstwo Turystyki rozpoczęło wdrażanie swojej strategii zrównoważenia w 1993 roku, a jej głównym celem było przejście od turystyki masowej do jakościowej oraz ochrona i rozwój naturalnych, historycznych i kulturalnych zasobów prowadzona nie kosztem, a równoległe ze wzrostem sektora turystycznego. Promowanie produkcji autentycznych pamiątek, zachęty dla rozwoju turystyki na terenach wiejskich oraz uświadamianie odwiedzającym bogactwa oferty turystycznej Chorwacji odegrało istotną rolę w sukcesie tej strategii. W efekcie liczba osób przybywających do tego kraju wzrosła ponad trzykrotnie i trend wzrostowy jest kontynuowany. W 2013 roku turyści spędzili w tym kraju 59 milionów nocy, a ich wydatki były równe 16,7% PKB, co dało Chorwacji pierwsze miejsce wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej²⁶.

Kolejnym dobrym przykładem zrównoważonej turystyki przytaczanym przez WTTC jest ekwadorska część Puszczy Amazońskiej. Część agencji turystycznych z tego obszaru podjęła działania, które przynoszą korzyści zarówno dla środowiska naturalnego, jak i dla mieszkających tam społeczności: zamiast budowy hoteli firmy postawiły na małe obozowiska i chaty. Dzięki temu turyści cieszą się pięknem przyrody lasu deszczowego, a jednocześnie poprawiają sytuację materialną tubylców, kupując od nich tradycyjne wyroby i żywność. Mieszkańcy znajdują również zatrudnienie jako przewodnicy, kucharze i personel sprzątający, co poprawia ich sytuację bytową. WTTC zaznacza, że taka działalność ekoturystyczna jest dochodowa dla firm.

Wśród krajów, które w praktyce realizują ideę zrównoważonej turystyki, są również najwięksi gracze na rynku. Przykładem jest Francja, która obok prowadzonych programów ochrony dziedzictwa kulturowego modernizuje system kształcenia zawodowego w taki sposób, by programy nauczania i kursy zawodowe uwzględniały tematykę zrównoważonego rozwoju i świadomości ekologicznej²⁷.

24 *Tourism* [online], United Nations Environment Programme [dostęp: 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.unep.org/resourceefficiency/Home/Business/SectoralActivities/Tourism/tabid/78766/Default.aspx>.

25 *Sustainable tourism: Is it achievable on a global scale?* [online], United Nations Environment Programme [dostęp: 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/nov/sustainable-tourism-is-it-achievable-on-a-global-scale/>.

26 *New statistics reveal the ups and downs of EU tourism. Spain was the most popular EU tourist destination in 2013* [online], World Travel&Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/nov/new-statistics-reveal-the-ups-and-downs-of-eu-tourism/>.

27 Valette-Wurstthen A., *Organisation of the Sector and Knowledge Production*, referat na Dorocznej Konferencji Europejskiej Sieci Monitoringu Regionalnych Rynków Pracy (AM EN RLMM), Frankfurt nad Menem, 22-24 września 2014 r.

Tego typu działania pokazują, że zrównoważona, zielona turystyka może stać się powszechnie obowiązującym sposobem prowadzenia działalności, a nie tylko alternatywą dla świadomych społecznie konsumentów.

Kwalifikacje w turystyce

Jak już wspomniano, turystyka rozumiana jako działalność związana z zakwaterowaniem i gastronomią oferuje wiele miejsc pracy dla osób w trudnej sytuacji na rynku pracy, a to głównie ze względu na prosty charakter wykonywanych prac i niewielkie wymagania, jeśli chodzi o wiedzę i umiejętności. Warto jednak zauważyć, że posiadanie i rozwój kwalifikacji jest warunkiem rozwoju branży, szczególnie zrównoważonego rozwoju.

Raport UN WTO i ILO²⁸ przywołuje badania, według których warunkiem uzyskania stabilnego zatrudnienia, a także awansu jest nabywanie kwalifikacji i motywacja do ich podnoszenia²⁹. Podobnie WTTC³⁰ wskazuje, że barierą dla dalszego dynamicznego rozwoju branży turystycznej w Azji Południowo-Wschodniej może być brak wykwalifikowanych pracowników. Problem braku ludzi o odpowiednich kwalifikacjach, a właściwie niedopasowania popytu i podaży kwalifikacji w wielu turystycznych rejonach świata, może być istotnym hamulcem wzrostu w najbliższej dekadzie. Zdaniem Davida Scowsilla, przewodniczącego i dyrektora zarządzającego WTTC, jest to wyzwanie zarówno dla członków tej organizacji, jak i władz państwowych.

Problem ten, choć mniej odczuwalny, dotyczy także Małopolski. W „Barometrze zawodów” z 2014 roku wśród zawodów deficytowych znalazł się tylko jeden zawód z branży turystycznej – szefowie kuchni. Zdecydowanie więcej profesji reprezentujących turystykę znalazło się w nadwyżce: kelnerzy i barmani, kucharze i pomoce kuchenne, pracownicy biur podróży i obsługi turystycznej, recepcjoniści i rejestratorzy, a także sprzątaczk i pokojowe³¹. Nadmiar pracowników w tych zawodach występował nawet w Krakowie. Nadwyżka ta może wskazywać na niedopasowanie zasobów kadrowych do potrzeb pracodawców. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy są niewystarczające kwalifikacje personelu, m.in. słaba znajomość języków obcych (dla osób z dobrą znajomością języków dostępne są zdecydowanie lepiej płatne miejsca pracy, m.in. w branży outsourcingowej).

Jednak w kontekście rozwoju turystyki w całym regionie możemy mówić o jeszcze jednym deficycie kompetencyjnym – braku wystarczającej świadomości ekologicznej. W regionie wiele jest chlubnych przykładów wykorzystania środowiska w sposób zrównoważony (jak choćby termy oraz szlaki turystyczne w parkach narodowych). Jednocześnie coraz bardziej masowy charakter turystyki unaocznia krótkowzroczność wielu przedsiębiorców działających w branży. Powtarzające się przypadki zamęczenia koni przez fiaków, budowa pensjonatów i innej infrastruktury bez brania pod uwagę ich wpływu na otoczenie czy też pomysły organizacji imprez przyciągających turystów, ale wymagających infrastruktury niszczącej środowisko (vide igrzyska olimpijskie) wskazują, jak wiele jest do zrobienia w zakresie edukacji pracowników firm turystycznych, mieszkańców podejmujących działalność w tym zakresie, a nawet urzędników.

W krajach, które podjęły się rozwijania zielonej turystyki, zwykle przygotowano także ramy kwalifikacji potrzebnych pracownikom. Odnoszą się one do następujących aspektów:

- wpływu transportu na środowisko
- wpływu zakwaterowania i usług na środowisko

28 Ibidem.

29 Strietska-Ilina O., Tessaring M. (red.), *Trends and skill needs in tourism*, Cedefop Panorama Series, s. 115, Luksemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005.

30 *Travel and Tourism sector faces acute talent crisis* [online], World Travel&Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/press-room/press-releases/2014/travel-and-tourism-sector-faces-acute-talent-crisis/>. Travel and Tourism sector faces acute talent crisis [online], World Travel&Tourism Council [dostęp 9 grudnia 2014], dostępny w internecie: <http://www.wttc.org/press-room/press-releases/2014/travel-and-tourism-sector-faces-acute-talent-crisis/>.

31 Wyniki badania dostępne są pod adresem <http://www.barometr.obserwatorium.malopolska.pl/userfiles/plakaty/2014/Malopolska.pdf>.

- promowania w ofercie turystycznej regionalnych czy lokalnych produktów i usług, wytwarzanych w tradycyjny sposób i promujących specyfikę kulturową i etnograficzną danego terytorium.

Żeby poprawiać, trzeba wiedzieć, jak jest

ILO i UNWTO od lat współpracują na rzecz promowania wiarygodnych i porównywalnych statystyk zatrudnienia w turystyce. Według wydanego na początku grudnia wspólnego oświadczenia „poprawa sposobu pomiaru zatrudnienia w turystyce jest konieczna dla wsparcia procesów decyzyjnych dotyczących branży, która wytwarza 9% światowego PKB i jest narzędziem o potwierdzonej skuteczności w zakresie zrównoważonego rozwoju”³². W tym celu przygotowano raport³³, dostarczający narzędzi statystycznych oraz przykładów dobrych praktyk, które mogą posłużyć do harmonizacji i zbudowania międzynarodowej ramy współpracy w zakresie zbierania i analizowania danych o zatrudnieniu w turystyce. Zaprezentowane w nim przykłady (z Austrii, Brazylii, Kanady, Irlandii, Nowej Zelandii, Hiszpanii, Szwajcarii i Wielkiej Brytanii) jasno wskazują, że wiarygodne i porównywalne dane są niezbędne do podejmowania decyzji opartych na faktach, do planowania, wdrażania oraz monitorowania polityk i programów, rozumienia rynku pracy, opracowywania efektywnych polityk związanych z kreacją miejsc pracy, tworzenia możliwości zatrudnienia, poprawy dopasowania popytu i podaży kwalifikacji, a także planowania zapotrzebowania na pracę i rozwoju zasobów ludzkich poprzez edukację i szkolenia.

32 ILO Press Release Nr PR 14082, Geneva - Madrid, 04.12.2014 r.

33 *Measuring Employment in the Tourism Industries*. Guide with Best Practices, Madryt: UNWTO i ILO, 2014.

IV. Podsumowanie i rekomendacje

Turystyka jest jednym z najistotniejszych sektorów światowej gospodarki. W wielu krajach jest też sposobem na zapewnienie pracy i środków utrzymania dla dużej części społeczeństwa, szczególnie jego najbiedniejszych członków. Jednocześnie - źle zarządzana - może być źródłem problemów przewyższających korzyści.

Jednym z utrudnień dla publicznego zarządzania turystyką jest brak zgodnej definicji tego sektora, porównywalnych i możliwie pełnych danych, a także niedookreślenie sposobów pomiaru - zarówno w sferze zatrudnienia, dochodu, jak i wpływu na środowisko i zasoby.

Małopolska jest jednym z regionów Polski, w których turystyka stanowi istotną część gospodarki i rynku pracy. Jednocześnie branża ta prawdopodobnie w dużym stopniu funkcjonuje w szarej strefie. W coraz większym stopniu w województwie występuje zjawisko masowej turystyki. Ważne jest takie rozwijanie branży, by mieszkańcy regionu mogli czerpać z niego korzyści, jednocześnie nie ponosząc wysokich kosztów społecznych i środowiskowych.

Bardziej zrównoważony rozwój turystyki w Małopolsce powinien obejmować:

- uwzględnianie aspektu środowiskowego w planowaniu rozwoju infrastruktury (transportowej, sportowej, wodnej, energetycznej, związanej z zakwaterowaniem, handlem i innej związanej z turystyką i rekreacją)
- poprawę stanu powietrza
- rozwój kompetencji pracowników sektora (m.in. w zakresie znajomości języków obcych)
- promocję niemasywowych form turystyki i przyciąganie takich turystów, którzy będą gotowi wygenerować przychód przewyższający finansowe i społeczne koszty, ponoszone przez region i jego mieszkańców.

Spis tabel

Tabela 1. Produkty i usługi oraz rodzaje działalności charakterystyczne dla turystyki (branża turystyczna)	7
Tabela 2. Kraje z największym odsetkiem pracujących w turystyce (2013)	9

Małopolskie Obserwatorium Rynku Pracy i Edukacji to projekt badawczy Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie.

Obserwatorium prowadzi **badania cykliczne, jednorazowe** oraz **analizy desk research** małopolskiego rynku pracy.

Opracowuje również nowe rozwiązania w zakresie udostępniania i rozpowszechniania informacji o rynku pracy. Zarządza **Internetową Biblioteką Małopolskich Obserwatoriów** oraz serwisem „**Barometr zawodów dla Małopolski**”. Obserwatorium odpowiada również za wybrane wskaźniki prezentowane w **Internetowym Obserwatorze Statystyk Społecznych**.

Więcej informacji w serwisach:

www.obserwatorium.malopolska.pl

www.barometr.obserwatorium.malopolska.pl

www.statystyki.obserwatorium.malopolska.pl.

Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie jest instytucją realizującą zadania Samorządu Województwa Małopolskiego w zakresie kreowania polityki rynku pracy. Inicjuje i wspiera skuteczne rozwiązania, które przyczyniają się do realizacji misji WUP w Krakowie „Kompetentny, wykwalifikowany i pracujący mieszkaniec Małopolski”.

Wydawca: Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie
plac Na Stawach 1, 30-107 Kraków
tel. 12 42 87 870, faks 12 42 29 785
e-mail: kancelaria@wup-krakow.pl
www.wup-krakow.pl
ISBN: 978-83-63961-02-2

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Małopolska

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego