



ESTET

**EMBEDDING SUSTAINABILITY SKILLS IN TOURISM
EDUCATION AND TRAINING**

Project No. : 2020-1-PL01-KA202-081845

PRYZDZIELONY TEMAT:	Zielone umiejętności dla gospodarki
ORGANIZACJA PARTNERSKA:	Future in Perspective Ltd.
TYTUŁ WEBQUEST:	Kampania na rzecz gospodarki współdzielenia: Gospodarka współdzielenia [poziom zaawansowany]

WPROWADZENIE

Dzielenie się, współpraca, ponowne wykorzystanie i dbałość o środowisko przy jednoczesnym zminimalizowaniu naszego śladu ekologicznego to niektóre z nawyków, które musimy utrzymywać dla dobra wszystkich, w tym naszej planety. Tak więc recykling i odpowiedzialna konsumpcja są niezbędne w naszym codziennym życiu, co również przynosi nam korzyści, ponieważ pomaga nam oszczędzać. Idea wspólnej konsumpcji pojawiła się pod koniec lat 70-tych XX wieku. XX wieku. Jednak ten sposób konsumpcji osiągnął swój szczyt dopiero w 2008 roku, z powodu kryzysu gospodarczego. Oprócz oszczędzania pieniędzy dzięki kolaboratywnej konsumpcji, dąży ona do zaprzestania kompulsywnej konsumpcji i nieograniczonego gromadzenia przedmiotów.

Z tego powodu zachęca do wynajmowania, dzielenia się, oddawania lub ponownego wprowadzania do obrotu naszych dóbr, tak aby nadal krążyły w obiegu, a ich żywotność mogła być maksymalnie wykorzystana. Gospodarka cyrkulacyjna jest bezpośrednio związana z tą koncepcją. Można rozróżnić trzy rodzaje systemów wspólnej konsumpcji: system oparty na produktach, rynek redystrybucji i wspólne style życia. System oparty na produktach jest najbardziej znany. Opiera się on na współdzieleniu pojazdu zamiast jego zakupu lub korzystaniu z miejskiej usługi rowerowej zamiast zakupu roweru.

Na rynkach redystrybucji chodzi o to, by dać nowe życie lub nowe zastosowanie produktowi, którego już nie używamy. Typowym przykładem są sklepy z używanymi rzeczami, takimi jak książki, ubrania czy meble. Jednak w ostatnich latach w Internecie pojawiły się aplikacje do sprzedaży ubrań, których już nie sprzedajemy, a także inne strony i platformy, na których oferowane są na sprzedaż wszelkiego rodzaju produkty. Wreszcie, styl życia oparty na współpracy polega na wymianie lub dzieleniu się czasem, pieniędzmi lub umiejętnościami z innymi osobami w oparciu o wspólne zainteresowania. Przykładem tego jest wynajmowanie pokoi w domu lub wymiana domu podczas wakacji. Ale także wymiana innych produktów, takich jak ubrania i przedmioty dla dzieci, ponieważ maluchy rosną bardzo szybko i niektóre z produktów, które są dla nich nabywane, są ledwo wydawane. Jednym z najbardziej wyrazistych przykładów produktów, które warto kupić z drugiej ręki.

Krótko mówiąc, kiedy korzystamy z któregoś z tych systemów wspólnej konsumpcji, przyczyniamy się do zmniejszenia zużycia energii i zasobów naturalnych. Ponadto, możemy zaoszczędzić, ponieważ koszt jest obniżony, a oferta zwiększona. A jeśli chodzi o środowisko, to minimalizujemy jego zanieczyszczenie i przyczyniamy się do zrównoważonego rozwoju.

ZADANIA

W poprzednim WebQuest: Ekonomia współdzielenia [Poziom podstawowy], badaliście podstawy ekonomii współdzielenia i dlaczego jest ona ważna. To doprowadziło Cię do burzy mózgów i pomysłów na własną inicjatywę związaną z ekonomią współdzielenia. Teraz nadszedł czas, aby wprowadzić swoje pomysły w życie, tak abyś mógł je wdrożyć w swojej okolicy!

Następnie będziesz musiał rozwinąć swój pomysł, oceniając, jak to będzie działać, z kim będziesz współpracować i jak rozpocząć swoje nowe przedsięwzięcie biznesowe! W tym WebQueście zostaniesz poprowadzony przez serię zadań, które pomogą Ci dowiedzieć się więcej o ekonomii współdzielenia. Będziesz wykonywać zadania w małych grupach po 2-3 osoby. Kiedy skończysz to zadanie, będziesz gotowy do wdrożenia swojego pomysłu i wprowadzenia zmian w swoim hotelu! Dzięki temu będziesz w stanie wdrożyć swoje inicjatywy z zakresu ekonomii współdzielenia w hotelu; pomagając środowisku, przyciągając klientów i obniżając koszty. Zaczynamy!

PROCES

Krok 1: Zaczynaj działać!

Gospodarka współdzielenia napędzana jest przez wspólne wartości. Konsumpcja oparta na współpracy ma szansę na nowo wyobrazić sobie branżę turystyczną i zachęcić konsumentów z całego świata do uczestnictwa w tym modelu społeczno-ekonomicznym. Po burzy mózgów na temat biznesplanu gospodarki współdzielenia [Poziom podstawowy], teraz nadszedł czas, aby wprowadzić swój pomysł w życie! Chcesz rozpocząć kampanię rzeczniczą w swoim regionie, aby zachęcić więcej osób do rozważenia wdrożenia inicjatyw z zakresu ekonomii współdzielenia.

Będziesz musiał zrobić kilka badań na temat tego, jak prowadzić kampanię poparcia. Da to mieszkańcom, turystom i przedsiębiorcom możliwość działania i poszerzenia społeczności zwolenników. Może to mieć realny wpływ, zarówno na gospodarkę, jak i na środowisko.

Aby dowiedzieć się, **czym jest rzecznictwo interesów**, kliknij na poniższe linki:

- [What is advocacy?](#)
- [Advocacy and its categories](#)
- [Everything about advocacy](#)
- [What is advocacy and why is it important?](#)

Aby uzyskać informacje na temat tego, **czym jest kampania rzecznicza**, kliknij na poniższe linki:

- [What is an advocacy campaign?](#)
- [The theory of change for advocacy and campaigns](#)

Krok 2: Dlaczego rzecznictwo?

Teraz, kiedy już rozumiesz funkcję i wpływ kampanii rzeczniczej, czas zastanowić się, jak może ona przynieść korzyści Twojej inicjatywie ekonomii współdzielenia. Twoja kampania może nie tylko zachęcić innych do zaangażowania się, ale także sprawić, że Twoja firma będzie się wyróżniać na tle innych. Wdrażanie zmian, które przynoszą korzyści biznesowi i starają się pomóc środowisku, z pewnością zyska zainteresowanie opinii publicznej!

Aby uzyskać więcej informacji na temat **korzyści płynących z kampanii rzeczniczej**, kliknij na poniższe linki:

- [The Benefits of Advocacy Campaigns](#)
- [The benefits of online advocacy](#)
- [The Business Benefits of Environmental Advocacy](#)

Aby zapoznać się z **przykładami kampanii rzeczniczych**, kliknij na poniższe linki:

- [Examples of global advocacy campaigns](#)
- [Examples of successful advocacy campaigns](#)

Przykłady udanych kampanii mogą zainspirować Cię do realizacji Twojego pomysłu! To może pomóc Ci zademonstrować swoją inicjatywę modelu biznesowego gospodarki współdzielenia, a jednocześnie poczuć motywację do działania!

W następnym kroku będziesz musiał odkryć, jak promować swoją inicjatywę biznesową w zakresie ekonomii współdzielenia poprzez kampanię rzecznictwa. W tym celu musisz dowiedzieć się, jak osiągnąć swoje cele za pomocą metody SMART.

Krok 3: Pozostać SMART

Wprowadzenie w życie Twojego modelu biznesowego oznacza wyznaczenie osiągalnych celów. Można to osiągnąć dzięki metodzie SMART. Pomoże Ci to uzyskać poczucie kierunku i pomoże Ci zorganizować się oraz osiągnąć i zrealizować swoje cele!



Wdrażanie celów SMART może pomóc w przekształceniu Twojej inicjatywy biznesowej związanej z gospodarką współdzielenia w sukces. Kiedy już przeanalizujesz kroki, które podejmiesz w swojej kampanii rzeczniczej, upewnij się, że wypełniłeś poniższą tabelę, aby mieć pewność, że ustaliłeś i osiągnąłeś swoje cele.

Cele SMART dla Twojej kampanii rzeczniczej		
	Wskazówki:	Twój cel:
SZCZEGÓŁOWE	<ul style="list-style-type: none"> • Co robię? • Kiedy to robię? • Dlaczego? 	
MIERZALNE	<ul style="list-style-type: none"> • W jaki sposób będziesz śledzić swoje postępy? • Czy możesz ustawić znaczniki postępu? 	
ZORIENTOWANE NA DZIAŁANIE	<ul style="list-style-type: none"> • W jaki sposób zrealizujesz swój cel? • Jakie działania musisz wdrożyć, aby osiągnąć swój cel? 	
REALISTYCZNE	<ul style="list-style-type: none"> • Czy jesteś entuzjastycznie nastawiony do swojego celu? • Czy Twój cel jest osiągalny? 	
TERMINOWE	<ul style="list-style-type: none"> • Czy masz wyznaczony termin realizacji swojego celu? • Czy jest to realistyczny termin? • Czy możesz wyznaczać sobie małe cele, aby osiągnąć ogólny postęp? 	

Krok 4: Wskazówki i triki

Teraz, kiedy masz już opracowany plan działania, nadszedł czas, aby zapoznać się z kilkoma wskazówkami na temat tego, jak możesz z powodzeniem przeprowadzić swoją kampanię na rzecz gospodarki współdzielonej! Te wskazówki mogą pomóc Ci mieć najlepsze szanse na rozpoczęcie kampanii rzecznicstwa, tworząc większy wpływ!

Aby uzyskać informacje na temat **wskazówek dotyczących prowadzenia kampanii rzeczniczej**, kliknij na poniższe linki:

- [4 steps in planning an advocacy campaign](#)
- [Strategies and techniques for your advocacy campaign](#)
- [Advocacy strategies for a successful campaign](#)
- [Strategies for your campaign \[Infographic\]](#)
- [Six Steps to an effective campaign](#)

Następnie wypełnij Listę kontrolną kampanii rzeczniczej, aby sprawdzić, czy osiągniesz swoje cele!

Lista kontrolna kampanii rzecznicstwa interesów	
Czy Twoja kampania ma jasny i mierzalny cel(e)?	
Czy stworzyłeś plan oparty na celu(ach) i celu(ach)?	
Czy ustaliliście harmonogram?	
Czy rozpowszechniono informacje o kampanii (online i/lub offline)?	
Czy skonsultowałeś się z ekspertami w celu uzyskania wsparcia?	

Krok 5:

Po zakończeniu etapu planowania kampanii rzeczniczej, czas przejść do działania! Aby z powodzeniem przeprowadzić kampanię, musisz zdobyć uwagę opinii publicznej. Pomoże to znaleźć zainteresowane strony i zachęci ludzi do zaangażowania się w Waszą inicjatywę ekonomii współdzielenia! Możesz zdecydować się na kampanię online w mediach społecznościowych, a może nawet w swoim hotelu! Dlaczego nie wypróbować wielu opcji, aby mieć pewność, że dotrzesz do jak największej grupy docelowej?

Aby dowiedzieć się, **jak prowadzić kampanię online**, kliknij na poniższe linki:

- [How to Create a Social Media Campaign](#)
- [The Do's and Don'ts of Online Campaigning](#)

Aby dowiedzieć się, **jak prowadzić kampanię offline**, kliknij na poniższe linki:

- [Effective Offline Marketing for your campaign](#)
- [Public Speaking Tips for Your Campaign](#)
- [Tips for your Offline Campaign](#)

Dobra robota! Nadszedł czas, aby podzielić się swoimi pomysłami z mieszkańcami, pracownikami i turystami, którzy odwiedzają Twój region. Poprzez swoją kampanię możesz zachęcić innych do zaangażowania się w Twoją inicjatywę ekonomii współdzielenia! W ten sposób nie tylko zdobędziesz klientelę i ocenisz, jak uruchomić swój start-up, ale także podkreślisz znaczenie nietradycyjnych modeli biznesowych, które mogą przynieść korzyści branży turystycznej, promując jednocześnie zrównoważony rozwój! Dobra robota!

OCENA

Jako samoocenę do tego WebQuestu, możesz napisać krótką autorefleksję o długości około 500 słów na temat tego, jak odebrałeś to doświadczenie. Poniższe pytania pomogą Ci w dokonaniu autorefleksji:

- Co z tego ćwiczenia wydało Ci się najważniejsze?
- Czy jesteś zmotywowany, aby dowiedzieć się więcej o ekonomii współdzielenia? Dlaczego? Dlaczego nie?
- Czy możesz pomyśleć o innych sposobach, które mogłyby promować zrównoważony rozwój w sektorze turystycznym? Czy mieszczą się one w kategorii ekonomii współdzielenia?
- Czy uważasz, że XXXX pomógł w XXXX
- Czy uważasz, że poprzez naukę o ekonomii współdzielenia możesz zachęcić innych do wprowadzania zrównoważonych zmian w sektorze turystycznym? Wyjaśnij swoją odpowiedź.

Aby sprawdzić swoją wiedzę po ukończeniu tego WebQuestu, wypełnij poniższy quiz wielokrotnego wyboru:

1. Która z poniższych definicji jest poprawną definicją Gospodarki Współdzielenia?
 - a) Model ekonomiczny oparty na dzieleniu się zasobami.
 - b) Model ekonomiczny, w którym aktywa są współdzielone pomiędzy osobami, zazwyczaj za pomocą Internetu.
 - c) Model ekonomiczny oparty na porównywaniu standardu zasobów.
 - d) Model ekonomiczny oparty na kradzieży zasobów od innych osób, za pomocą Internetu
2. Gospodarka współdzielenia jest korzystna dla środowiska. Prawda czy Fałsz?
 - a) Prawda
 - b) Fałsz
3. Gospodarka współdzielenia jest również określana którym z poniższych terminów:
 - a) Gospodarka konsumpcyjna
 - b) Gospodarka ukryta
 - c) Gospodarką współpracy
 - d) Gospodarka kreatywna
4. The *Sharing Economy* refers to which of the following:
 - a) Gospodarka Business to Peer
 - b) Gospodarka Business to Business
 - c) Gospodarka Peer to Business
 - d) Gospodarka Peer to Peer
5. Które z poniższych list są przykładami firm działających w ramach Gospodarki Współdzielenia?
 - a) Tesco, Aldi, Lidl, Uber
 - b) Uber, Airbnb, BlaBlaCar, TaskRabbit
 - c) Lyft, Airbnb, Google, Amazon
 - d) Apple, Uber, Samsung, Spotify

PODSUMOWANIE

Dobra robota! Ekonomia współdzielenia ułatwia konsumentom dostęp do usług i oszczędności. Promuje również kontakt z lokalnymi ludźmi, nowe doświadczenia bez konieczności korzystania z konwencjonalnych usług. Wdrażając swój biznes oparty na ekonomii współdzielenia, masz możliwość wykorzystania zasobów, przyniesienia korzyści swoim konsumentom i wspierania lokalnego biznesu w Twojej okolicy. Dzięki temu stwarzasz możliwości optymalizacji zasobów i szanse dla swoich konsumentów. Poprzez swoją Kampanię Promocyjną możesz zainspirować innych do zaangażowania się w ten model współpracy, promując zrównoważony rozwój w sektorze turystycznym! Gratulujemy!

“Możliwości migracji z gospodarki opartej na posiadaniu do tej opartej na dzieleniu się są nieograniczone.”

- Jay Samit



Źródło: <https://pixabay.com/illustrations/nature-earth-sustainability-leaf-3294632/>

