Hållbar affärsutveckling stärker varumärket



Framtidens hållbara turismnäring – dröm eller verklighet?

Mia Ulin, oktober 2022

Innehåll

Bakgrund 3
Swagatam Tours – Resor till och upplevelser i Indien 4
Turismen i Indien 4
Framtidsscenario 5
Swagatam Tours Garanti 5
Inhemsk turism prioriteras 5
Internationell turism 6
Bra betyg minskar kostnaden 7
Problembeskrivning 7
Besöksnäringens utmaningar och möjligheter 7
Indien och dess utmaningar 7
Lösningar 9
Varför resa till Indien? 9
Verka för att uppnå målen 9
Hållbart jordbruk 10
Hållbar produktion 10
Hållbar turism 10
Workshop 5V 11
Målgruppens känslomässiga behov 12
Utvärdering av lösningarna 12
Är höginkomstturism hållbart? 12
Lokala samarbeten 12
Tänk om de inte vill jobba? 12
Allas lika värde? 13
Är människor villiga att betala? 13

Bakgrund

Besöksnäringen var fram till 2020 världens största och snabbast växande näring. Människor reste som aldrig förr. Det var billigt att flyga och världen låg för våra fötter. Visst hade Greta blivit ett begrepp redan 2018 och många påverkades av den unga kvinnans engagemang, fast fortfarande hade vi svårt att tänka oss att avstå från den årliga Thailandsresan.

Turismen är en av de näringar som hårdast belastar miljön, ur många aspekter, samtidigt som den är en livsviktig inkomstkälla för miljontals människor. Ska vi fortsätta resa behöver vi radikalt ändra turismens påverkan på miljön, samtidigt som vi behöver säkerställa människors försörjning av en långsiktigt hållbar turism.

2011 reste jag till Indien första gången för att lära känna en webbyrå jag samarbetade med. Via mina kontakter med Indien lärde jag känna resebolaget Swagatam Tours VD, Mr Mullukara Harharan. 2019 skrev jag ett avtal med Swagatam Tours i vilket angavs att jag skulle resa till Indien och hålla workshops med ledningsgruppen i modellen 5Vtill5P för att bland annat visa hur bra det ska bli i framtiden om de integrerar hållbarhetsmålen i sin vision och sin affärsplan. Tyvärr kom pandemin emellan och det blev inget samarbete just då.

Pandemin ledde för många till en bredare insikt om resandets och turismens påverkan på miljön. Att överhuvudtaget sätta sig på ett flygplan kunde man knappt tänka sig och begreppet flygskam myntades. Men pandemin har också lett till mer kunskap och förståelse för turismens betydelse för oerhört många länder.

För vad är turism egentligen? Måste det bestå av lata dagar på milsvida sandstränder i en stekande sol? Där vi bor i stora hotellkomplex, äter, dricker och shoppar billigt, utan tanke på hur vi påverkar miljö och lokal infrastruktur?

Eller handlar framtidens turism om att bidra, mötas, lära och få nya perspektiv? I detta PM försöker jag drömma mig fram till en framtid där åtminstone en del av detta kan vara verkligt.

Swagatam Tours – Resor till och upplevelser i Indien

Swagatam Tours är en av de ledande inkommande researrangörerna i Indien sedan 1986 med kontor i New Delhi, Mumbai, Chennai och Bengaluru, med cirka 100 anställda. Innan pandemin hade de kunder från hela Europa, Mellanöstern, Fjärran Östern, USA och Kanada. Eftersom Resemässan TUR i Göteborg inte längre arrangeras har de svårt att få nya kontakter i Sverige. Swagatam Tours vill öka sin marknadsandel på den svenska marknaden.
En förutsättning för att Swagatam Tours ska kunna ha en på alla sätt livskraftig verksamhet är att de i alla led tänker in hållbarhet och strävan att bidra till FNs 17 Globala hålbarhetsmål.

Turismen i Indien

Turismen är viktig för Indiens ekonomi. Turismen i Indien genererade 220 miljarder US dollar eller 9,2% av Indiens BNP 2018 och ger 42.673 miljoner arbetstillfällen vilket är 8,1% av den totala sysselsättningen. 11 miljoner utländska turister kom till Indien 2019. Inhemska turistbesök uppgick till 1 036,35 miljoner dollar 2012.

Turistministeriet upprätthåller kampanjen Incredible India och samordnar marknadsföringen av nischade turismprodukter som landsbygd, kryssning, hälsa och ekoturism.
Källa: ***World Travel and Toursim***



Framtidsscenario

Inom följande Globala mål påverkar Swagatam Tours mest:

1. Minska fattigdom. 5. Ökad jämställdhet. 8. Hållbara arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt. 15. Ekosystem och biologisk mångfald.

När du reser med Swagatam Tours är du på alla sätt delaktig i att bidra till att de Globala målen uppfylls. Swagatam Tours målgrupp är den övre medelklassen som är medveten och kräsen. De drivs av att bidra och vill bara resa med gott samvete. De vill visa omgivningen att de är bra människor som tänker långsiktigt och bidrar till planetens överlevnad. Genom att betala mer för att resa med Swagatam Tours finns det ekonomiskt utrymme att lägga på hållbarhetsarbetet.

Swagatam Tours Garanti

- Alla transportmedel, boende och mat är noga utvalt utifrån aspekterna ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet. Miljöpåverkan klimatkompenseras så det blir ett minusavtryck, vilket ingår i kostnaden för resan.
- Alla turistmål samarbetar direkt med lokala arrangörer och väljs ut med en medveten strategi att sprida besöken till de mindre frekventa besöksmålen.
- Besökarna får prioritera de populäraste besöksmålen, och välja max ett visst antal. T,ex Taj Mahal, Agra, Kali Templet etc.
- En viktig del i resan med Swagatam Tours är att du bidrar till det lokala näringslivet och den lokala kooperationen, vare sig du reser som internationell eller inhemsk turist.

Inhemsk turism prioriteras

Swagatam Tours arbetar först och främst med turism på den inhemska marknaden för att utjämna de ekonomiska klyftorna och minska långflygningar. Under konceptet ”My Incredible India” marknadsför och genomför man exklusiva resor och upplevelser där den övre medelklassen får möta landsbygdens medborgare, uppleva och bidra till de Globala målen. Den inhemska turisten arbetar och upplever på samma sätt som beskrivs på följande sida, men kan välja några dagar istället för en vecka, beroende på reslängd.

Internationell turism

För internationell turism arrangerar Swagatam Tours enbart resor där du stannar minst tre veckor. Minst en vecka av din vistelse som internationell turist

- Arbetar du i ett organiskt jordbruk med uppgifter beroende på säsong. Det kan vara plöjning, ogräsrensning, sådd, skörd eller efterbehandling av grödor.
- Eller undervisar du i en av byns skolor i ett ämne du behärskar.
- Eller arbetar du i någon av byns lokala handelscentra.
- Eller arbetar du i någon av byns produktionsanläggningar.

Efter önskemål och behov från lokalbefolkningen kan du kombinera dina insatser olika dagar. Byn är alltid under överinseende av organisationen Hand in Hand, som företrädesvis arbetar med kvinnoledda kooperativ. Dessa kooperativ stärker kvinnors ekonomiska och sociala status och medverkar till att alla barn får ekonomisk stabilitet, trygghet och skolgång.
Källa: ***Handinhandsweden.se***

Under den här veckan bor du hos familjer eller på små hotell i byar på landsbygden. Du lagar mat och/eller äter tillsammans med familjen eller de kooperativ som finns i byarna. Utöver de kostnader som läggs på resor, uppehälle och mat ingår en obligatorisk Hållbarhetsavgift i Swagatam Tours resor. Denna avgift står för en tredjedel av resans totalpris och går till något av dig utsett ändamål.

Swagatam Tours betalar 20% av sin vinst till olika forskningsprojekt inom organiskt jordbruk, utbildning för flickor samt åtgärder för att förbättra arbetsvillkoren och tryggheten för alla som arbetar inom turismsektorn.

Swagatam Tours arbetar kontinuerligt med att

- Medverka i nya eller redan existerande initiativ som kan bistå i övergången till en hållbar turism.
- Utbilda medarbetare om betydelsen av hållbar utveckling, om bevarandet av naturen, samt om landets beroendeförhållande till turismsektorn.
- Inleda nya eller understötta redan existerande, genuina samarbeten med lokalbefolkningen i och omkring platser av stor betydelse för att vidareutveckla hållbar turism.

Bra betyg minskar kostnaden

Turisterna får en större upplevelse genom Swagatam Tours resor. Detta vittnar alla höga betyg och recensioner på Tripadvisor och Google om. De goda vitsorden har gjort att människor idag bokar in sina resor långt i förväg och det är alltid fullbokat, vilket även har minskat marknadsföringskostnaderna för Swagatam Tours. Den stora framgången innebär också att Swagatam Tours har blivit en maktfaktor vad gäller att ställa krav på regeringen angående organiskt jordbruk, produktion, resande och boende. Swagatam Tours delägare deltar ofta i (digitala) konferenser i FN och andra länder för att berätta om sitt framgångsrika arbete.

Problembeskrivning – komplexa förhållanden

Besöksnäringens utmaningar och möjligheter

Besöksnäringen är en näring som har stora utmaningar. Turism är en stor belastning på miljön. Både vid flygresor och andra transportmedel, men även på hotell, restauranger, sightseeing och shopping. Det finns även en risk vid turism att lokalbefolkningen exploateras på olika sätt, inte minst sexturism.

Besöksnäringen sysselsätter många människor, var tionde människa i världen arbetar idag med turism. FN uppskattar att 120 miljoner människor i turismsektorn blev arbetslösa under pandemin.

FN:s generalsekreterare Antonio Guterres har understrukit att turismen är en mycket viktig ekonomisk sektor men att man måste bygga en ny modell som vilar på Agenda 2030 och de Globala målen. Turismen måste bland annat bli bättre på att skydda naturen och placera värdfolken i centrum av utvecklingen.
Källa: schystresande.se

Indien och dess utmaningar

Indien är en förbundsrepublik med 29 delstater. Det är det sjunde största landet till ytan, det näst folkrikaste landet och den mest folkrika demokratin. Med alla Indiens svårigheter, utmaningar och problem kan man fråga sig varför någon överhuvudtaget är intresserad av att

resa dit. Det är smutsigt på många håll, många lever i extrem fattigdom, det sker brutala våldtäkter och kvinnosynen är på många sätt vidrig.

Indien har stora utmaningar inom i stort sett alla de 17 Globala målen:

- Befolkningstillväxten i Indien är explosionsartad och det finns många mycket fattiga människor. Många svälter eller har väldigt lite mat. Samtidigt finns det människor i Indien med enorma rikedomar. Klyftorna är därigenom bland de största i världen.

- Det indiska samhället är hierarkiskt och ojämlikt. Det hinduiska kastsystemet präglar fortfarande delar av samhället även om det är officiellt avskaffat.

- Miljöproblemen i Indien är omfattande. 70 procent av Indiens ytvatten är förorenat. Det beror framför allt på okontrollerade utsläpp av giftigt avfall från industriområdena. Konsekvensen av detta är en befolkning som lider av kroniska sjukdomar och hälsoproblem till följd av dålig hygien och undermåliga sanitära förhållanden. Särskilt barnen är utsatta.

- Orent vatten och sanitära olägenheter på landsbygden avskräcker många turister. Vid extremvärme är det svårt för utländska turister att få svalka utan att använda luftkonditionering.

- Resurserna i landet fördelas väldigt ojämlikt. Trots att landet har en av världens snabbast växande ekonomier står miljontals barn och vuxna fortfarande helt utan skyddsnät eller säkerhet.

- Indien är ett av de länder i världen där snedfördelningen mellan könen är som störst. Enligt PLAN International finns diskriminering mot kvinnor och flickor på alla nivåer i det indiska samhället, även om många kvinnor har fått det bättre genom utbildning och välbetalda jobb i städerna. Men omkring 7 av 10 barn som tvingas hoppa av skolan efter grundskolan är flickor. Vi i västvärlden läser alltför ofta om brutala gruppvåldtäkter på unga kvinnor och flickor, vilket ger en negativ bild av Indien.

Källa: ***Plan International***, ***Utrikespolitiska institutet***

Lösningar

Varför resa till Indien?

Indien marknadsförs internationellt under devisen ”Incredible India”, vilket är ett mycket bra sätt att beskriva landet. Indien är otroligt och motsägelsefullt. Det är en mångfacetterad diamant som är så intressant ur så många aspekter och verkligen värt att uppleva. Indien har förknippats med ekonomisk och kulturell rikedom under stora delar av sin långa historia. Indien är den näst snabbast växande ekonomin i världen och är ett mångreligiöst, mångspråkigt och multietniskt samhälle som även hyser en mångfald av djur och växter i ett antal skyddade områden. Kulturen är rik och flertusenårig, liksom den ayurvediska medicinen och hälsoläran. Den indiska matkulturen har även den spritts över världen och många av de kryddor vi använder kommer ursprungligen från Indien. Yoga och meditation, som blivit mer och mer vanligt i vår västerländska livsstil, kommer från hinduismen och Buddha var hindu från början. Indien har dessutom just fått sin andra kvinnliga president sedan 1950.

Icke-våldsprincipen

Begreppet Ahimsa betyder "icke-våld" och är en moralisk princip inom hinduism och buddhism som innebär att man inte bör skada eller döda andra levande varelser. Begreppet hör även samman med idén om karma, lagen om orsak och verkan som innebär att du bör leva ditt liv så bra som möjligt, vara god och ärlig, inte ljuga eller utnyttja andra människor och vara kärleksfull. På många sätt återspeglar ahimsa och karma den indiska kulturen och ett behagligt, tillåtande och ödmjukt förhållningssätt som är hållbart ur de flesta aspekter.

Verka för att uppnå målen

Indien är ett land med 1,3 miljarder invånare. Utslaget på alla dessa människor gör varje person ett mycket mindre klimatavtryck än vi i Västvärlden, våldtäkter per capita är inte fler och många unga kvinnor får en ny framtid genom utbildning inom till exempel IT-sektorn. Indien är ett land med framtidstro, drivkraft och stor potential. Swagatam Tours kan vara en del av den förändringen. Den stora utmaningen för Swagatam Tours och alla andra resebolag som säljer resor till Indien är hur resenärerna ur så många aspekter som möjligt kan verka för att uppnå de 17 Globala målen. Våra lösningar tar hjälp av goda miljöexempel.

Hållbart jordbruk

Den indiska regeringen arbetar på många sätt med miljöfrågor. Till exempel var den lilla delstaten Sikkim, vid foten av Himalaya i nordöstra Indien, den första delstaten i världen att helt förbjuda bekämpningsmedel, i jordbruket. Den som bryter mot detta kan bli bötfälld med 1400 US dollar eller dömas till fängelse i upp till tre månader. Tack vare detta har turismen ökat med 70 procent och marken har sedan dess blivit helt återställd. Människor över hela världen har besökt platsen, där över 4,500 olika växtarter och sällsynta vilda djur lever i ett blomstrande ekosystem.

Källa: ***Tv-helse.se samt BBC News***

Hållbar produktion

Sven Kempe (1943 – 2017) var en mycket vänlig, gladlynt affärsman vars största fokus var att bidra till en bättre och långsiktigt hållbar värld. Redan i gymnasiet hade han många tankar om världsförbättring och människovärde och 1966 åkte han som 23-åring för första gången till Indien och upplevde att han ville uträtta något för människorna han mötte.

– Det slog mig att vi i Sverige såg Indien som ett underutvecklat land och hade liten respekt för människorna som bodde där, berättade Sven Kempe. Min slutsats blev att om vi tillverkar och säljer produkter av hög kvalitet, kan vi ta bättre betalt och höja respekten för dem som tillverkar dem. Man ska vilja köpa produkterna för att de är bra, det ska inte vara välgörenhet.

– Grundtanken i företaget har alltid varit att respektera människorna som vi arbetar med. Det innebär att vi har långa relationer och talar hellre om samarbete än köpare säljare. Det skapar en trygghet och vi kan arbeta långsiktigt med kvalitetsfrågor och ekologi.

– Ren produktion och ekologiskt regelverk är dyrare men var grundläggande i vår företagsfilosofi. Vår produktion släppte inte ut något i naturen och återanvände allt vatten som inte avdunstade. ***Källa: Intervju med Sven Kempe av Mia Ulin.***

Hållbar turism

Det finns satsningar i olika länder för att skapa hållbar turism. Till exempel lanserades i Mexiko ett projekt som fördelar turisterna över större ytor istället för att koncentrera dem till få platser med målet att turismintäkterna ska tillfalla hela folket. Även i Egypten lanserades en ekoturismkampanj som går ut på att locka turister till mindre platser på landsbygden istället för till sedan länge starkt exploaterade områden. ***Källa: Shystresande.se***

Workshop 5V

Januari 2023 reser jag till Delhi för att genomföra workshopen med de fem delägarna.
Swagatam Tours delägare inser vikten av att lämna efter sig både ett blomstrande företag och en planet att leva och arbeta på. Delägarna är intresserade, engagerade och mycket öppna för mina perspektiv och min kompetens. Vi kommer gemensamt fram till detta:

För att Swagatam Tours ska ha en långsiktigt framgångsrik verksamhet och berättiga sin existens behöver företaget arbeta om sin affärsplan i enlighet med Globala målen.
1. Medverka till att de ekonomiska klyftorna minskar och fattigdomen utrotas.
2. Bidra till jämställdhet mellan könen och att flickor får lika bra utbildning som pojkar.
3. Bidra till en ekologiskt hållbar turism och organiska jordbruk.

VISION
Swagatam Tours är världsledande i hållbara reseupplevelser i Indien.

VAD
Småskaligt resande där turisten bidrar med arbete för att skapa en bättre värld.

FÖR VEM
Välbärgade, medvetna turister som vill visa att de tar ansvar för vår planet.

VARFÖR
USP: Ledande på hållbara upplevelser.
ESP: Tryggt, säkert och genuint.
SSP: Säkerställer att jag bidrar och inte tär på planeten.

VÄRDERINGAR
Alla människors lika värde, vänlighet och medvetenhet.

Personlighet: Mahatma Gandhi – Förstås!

Målgruppens känslomässiga behov

Under vår workshop kommer vi fram till att ett av målgruppens känslomässiga behov är att få bidra och att inte ha dåligt samvete när de reser. Ett annat är att visa omgivningen att man både har råd och att man bryr sig. Det är statushöjande och visar på en exklusiv tillhörighet. Har man råd så lägger man pengarna på att rädda planeten, annars är man en dålig människa. Detta innebär att Swagatam Tours kan ta mer betalt för sina resor.

Utvärdering av lösningarna

Är höginkomstturism hållbart?

I åratal har det lanserats idéer om att ta in färre turister som spenderar mer pengar, i stället för att ha fler turister som spenderar mindre. Tidigare satsning på höginkomstturism har varken fungerat eller varit hållbart. Enligt professor Dimitri Ioannides tenderar höginkomstturism att kräva luftkonditionerade hotellrum, pooler i ökenområden och annan lyx. Dessutom bokar de ofta via researrangörer där pengarna inte hamnar i lokalsamhället. Detta är naturligtvis inte den utveckling vi vill se, och det handlar om att vara tydlig i sin kommunikation för att nå rätt människor och skapa rätt förväntningar. ***Källa: Shystresande.se***

Lokala samarbeten

I framtidsscenariot samarbetar Swagatam Tours med Hand In Hand, som har verksamhet i hela Indien. De erbjuder mikrolån till kvinnliga kooperativ som ofta behöver arbetskraft i jordbruket, produktionen, butiken, skolan eller dagiset. Att skapa samarbete med Hand In Hand är en mycket viktig del av Swagatam Tours framtida verksamhet, eftersom denna verksamhet har en uppbyggd, väl fungerande och seriös volontärorganisation. Initialt är detta ett krävande arbete. Det är av stor vikt att människorna i byarna inte ska känna sig exploaterade, utan att turisterna verkligen är en tillgång. Det krävs ett arbete med mycket stort relations- och tillitsskapande mellan Swagatam Tours och Hand in Hand.

Tänk om de inte vill jobba?

En stor farhåga hos delägarna var att de inte trodde någon ville arbeta på sin semester. De såg först detta som det mest korkade förslaget de någonsin hört. Jag berättade då om Åre kommun som utvecklat flera produkter där turister från till exempel USA och Japan betalade avsevärda

summor för att få arbeta. Potatisupptagning, fönsterskrapning, takomläggning eller ladumålning kan upplevas väldigt exotiskt eller anknyta till deras förfäder. Att skapa ett starkt känslomässigt och socialt engagemang är viktigt för att få människor att vilja arbeta på sin semester, och att arbeta för en större sak kan vara lika känslomässigt starkt som att anknyta till sina svenska förfäder.
Källa: Föreläsning av Åre kommun i Uppsala 2012.

Allas lika värde?

Sverige är en mycket liten marknad. För att Swagatam Tours ska ha framgång med sitt koncept behöver det implementeras på alla marknader och i hela företaget.
Människosynen över världen är inte alltid likadan som i Sverige. Begreppet alla människors lika värde är inte helt självklart. Detta visar bland annat det kastsystem som är förbjudet i teorin, men som i praktiken finns kvar, speciellt på landsbygden. Men även utanför Indien, speciellt i länder med stora ekonomiska klyftor, kan det finnas människor som anser sig vara ”för fina” för att beblanda sig med lokalbefolkningen på landsbygden. Det gäller för Swagatam Tours att vara uthålliga och bygga sitt varumärke i enlighet med sina värderingar, för att på lång sikt bidra till att förändra människors syn på sina medmänniskor.

Är människor villiga att betala?

Swagatam Tours resor ÄR dyrare, utan att för den skull erbjuda traditionell lyx. Det ska vara så exklusivt att turisterna känner sig utvalda och att värdpersonerna inte känner sig exploaterade. Det kan vara en lång startsträcka innan man når tillräckligt många i rätt målgrupp för att få lönsamhet i verksamheten. Det gäller att vända sig till rätt målgrupp och att målgruppen får korrekt information, att man redovisar kostnader, vinster och har en helt transparent administration.

Mia Ulin, Stockholm i oktober 2022
YH-utbildningen Hållbar affärsutveckling bygger ett starkare varumärke, 40 YHp
Folkuniversitetet i Uppsala