

Travelife Apmācība



Korporatīvā sociālā atbildība

Tūroperatoriem un ceļojumu aģentiem

Atsauces

Mācību materiāls izveidots ar šādu organizāciju atbalstu:

ECEAT European Centre for Eco and Agro Tourism / Eiropas Eko un Agrotūrisma centrs

ICRT International Centre for Responsible Tourism - Leeds Metropolitan University / Starptautiskais Atbildīga Tūrisma Centrs – Līdsas Metropolitēna Universitāte

UNEP United Nations Environment Programme / Apvienoto Nāciju Vides programma

TOI Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development / Tūroperatoru Iniciatīva Ilgtspējīga Tūrisma Attīstībai

ANVR Dutch Association of Tour operators and Travel agents / Nīderlandes Tūroperatoru un Ceļojumu aģentu Asociācija

ABTA The Travel Association (UK) / Tūrisma Asociācija (Apvienotā Karaliste)



Autortiesības

Visas tiesības pieder Travelife. Šī materiāla vai tā daļu pārpublicēšana atļauta tikai ar rakstisku Travelife piekrišanu Travelife (www.travelife.info).

Tiešsaiste

Travelife Apmācība un Travelife Rīki pieejami tiešsaistē www.travelife.info



Mūžizglītības
Programma

Projekts finansēts ar Eiropas Komisijas atbalstu. Publikācijas saturs atspoguļo autora uzskatus un Vadošā iestāde nav atbildīga par projekta partneru publicēto informāciju.

Saturs

Kopsavilkums	5
Ievads. Ilgtspējīgs tūrisms un tūroperatori	6
Tūroperatoru ilgtspēja	9
1. Ilgtspējas pārvaldība	11
1.1 Iesaistiet savu organizāciju	15
1.2 Pamata novērtējuma veikšana	18
1.3 Korporatīvās ilgtspējas politikas izstrādāšana	22
1.4 Rīcības plāna sagatavošana un ieviešana	25
1.5 Izpildes uzraudzība un izvērtēšana	27
1.6 Atskaitīšanās par rezultātiem un to paziņošana	28
1.7 Rīcības / Risinājumi	30
2. Iekšējā pārvaldība: sociālā politika un cilvēktiesības	31
2.1 Rīcības / Risinājumi	32
3. Iekšējās vides pārvaldība	34
3.1 Rīcības/Risinājumi	35
4. Ilgtspējīga piegādātāju ķēdes pārvaldība	39
4.1 Piegādātāju ķēdes stratēģijas	39
4.2 Partneru aģentūras	41
4.3 Rīcības/Risinājumi	42
5. Transports	43
5.1 Aviotransports	44
5.2 Automašīna	45
5.3 Vilciens	45
5.4 Tūristu autobuss	46
5.5 Transporta veidu salīdzinājums	46
5.6 Mazāk piesārņojošie transporta veidi	48
5.7 Transports ceļojuma galamērķī	49
5.8 Rīcības / Risinājumi	49
6. Naktsmītnes	51
6.1 Viesnīcas	51
6.2 Pārtika	54
6.3 Suvenīri	54
6.4 Kruīzi	55
6.5 Rīcība/Risinājumi	56
7. Ilgtspējīgas ekskursijas	58
7.1 Saule, jūra, zemūdens peldēšana, niršana	58
7.2 Pastaigas, pārgājieni, riteņbraukšana	58
7.3 Dzīvnieku vērošanas ekskursijas	59
7.4 Golfs	59
7.5 Motorizētie sporta veidi	59
7.6 Tūristu piesaistes	60
7.7 Dzīvnieki kā tūristu piesaiste	61
7.8 Ētikas kodeksi	61
7.9 Kā padarīt ekskursijas ilgtspējīgākas	62
7.10 Rīcības / Risinājumi	62
8. Vietējie pārstāvji, grupu vadītāji un gidi	64

8.1	Rīcības/Risinājumi	65
9.	Ceļojumu galamērķi	66
9.1	Ceļojumu galamērķu izvēle	66
9.2	Ceļojumu galamērķu ietekmēšana	67
9.3	Ziemas sporta ceļojumu galamērķi	68
9.4	Pilsētu tūrisms	69
9.5	Rīcības / Risinājumi	70
10.	Komunikācija ar klientiem un klientu aizsardzība	71
10.1	Izpratne un izturēšanās maiņa	71
10.2	Komunikācija visā ceļojuma ciklā	74
10.3	Rīcības / Risinājumi	76

Kopsavilkums

Šis mācību materiāls ir ievads tūrismā un ilgtspējā. Tajā ietverti vairāki moduļi, kas pilnveidos jūsu zināšanas par tūrisma pozitīvo un negatīvo ietekmi. Jūs uzzināsi, kā jūsu uzņēmumā praksē īstenot vides un sociālo atbildību. Zināšanas un izpratne par dažādiem ilgtspējas aspektiem ir būtiska, lai pilnveidotu jūsu uzņēmuma darbību. Travelife apmācību sertifikāta iegūšana ir nozīmīgs pirmais solis ilgtspējas pārvaldības sistēmas ieviešanā jūsu uzņēmumā.

Moduļi

Travelife Apmācībā iekļauti šādi moduļi, kas sīkāk iedalīti apakšmoduļos.

Modulis **Ilgtspējīgs tūrisms un tūroperatori** iepazīstina ar ilgtspējīga tūrisma koncepciju. Tajā aplūkoti nozīmīgi ar tūrismu saistīti sociālie un vides aspekti. Modulī izskaidrots, kā ilgtspēja attiecas uz tūrisma uzņēmumiem un ko ilgtspējas pārvaldība var dot jūsu uzņēmumam.

Modulis **Ilgtspējas pārvaldība** izskaidro jums kā ilgtspējas pārvaldības vadītājam, kā veiksmīgi virzīt uzņēmumu uz ilgtspējību darbību. Modulis iepazīstina ar rīkiem un instrumentiem jūsu mērķu sasniegšanai.

Modulis **Iekšējās vides pārvaldība** apskata iespējamās pasākumus, ko varat veikt, lai uzlabotu uzņēmuma darbības tehniskos aspektus, piemēram, ilgtspējīgs enerģijas patēriņš, atkritumu apsaimniekošana, jūsu uzņēmuma sociālā politika.

Modulis **Ilgtspējīga piegādātāju ķēdes pārvaldība** parāda, kā varat uzlabot ilgtspēju visā biznesa ķēdē, cieši sadarbojoties ar saviem biznesa partneriem un izvēloties jaunus piegādātājus.

Modulis **Transports** aplūko visdažādākos transporta līdzekļu veidus, kas iesaistīti biznesa ķēdē, norāda, kādu slodzi videi rada katrs transporta veids, un kā jūs varat to samazināt.

Modulī **Naktsmītnes** aprakstīta tūrisma naktsmītņu ietekme uz sociālo un kultūras jomu, ekonomiku un vidi. Norādīts, kādā veidā, sadarbojoties ar piegādātājiem, jūs varat popularizēt naktsmītnes, kas darbojas saskaņā ar ilgtspējas principiem. Modulī aplūkoti arī ar pārtiku un bērnu seksuālo izmantošanu saistīti jautājumi.

Modulis **Ilgtspējīgas ekskursijas** raksturo dažādu tūrisma aktivitāšu ietekmi tūrisma galamērķos.

Modulis **Vietējie pārstāvji, grupu vadītāji un gidi** apraksta šo darbinieku kvalifikācijas, darba apstākļus un sadarbību ar jūsu uzņēmumu.

Modulis **Ceļojumu galamērķi** aplūko tūrisma ietekmi uz ceļojumu galamērķiem un veidus, kā tūroperatori var radīt pozitīvu ietekmi. Apskatīti dažādu veidu ceļojumu galamērķi, piemēram, kalni, pilsētas, piekraste un jūra.

Pēdējais modulis, **Komunikācija ar klientiem**, aplūko būtisku tūrisma uzņēmuma atbildības jomu. Tas norāda, kā jūs varat motivēt klientus pieņemt pareizus lēmumus un izturēties atbildīgi visā tūrisma ceļojuma ciklā.

Katrā modulī ietverts sekojošais:

- Ievads par svarīgākajām tūrisma ietekmēm,
- Iespējamās rīcības un risinājumi no tūrisma uzņēmuma pozīcijām. Pie katras rīcības apraksta ir norādīts, kādas ir obligātās Travelife prasības attiecībā uz šo rīcību. Travelife interneta platformā (travelife.info) atrodama informācija par labas prakses piemēriem un atsaucēs.

Eksāmeni un Jūsu personīgais sertifikāts

Pēc Travelife apmācības Jūs varat pārbaudīt savas zināšanas un izpratni vispirms neformālā eksāmenā tiešsaistē. Pēc formāla eksāmena nokārtošanas tiešsaistē Jūs saņemsiet personīgu sertifikātu, kas apliecina Jūsu iegūto kvalifikāciju: Travelife Ilgtspējas Vadītājs. Sertifikāts ir derīgs 3 gadus, pēc tam Jums jāpiedalās kvalifikācijas atjaunošanas kursos.

Travelife tiešsaistes rīki

Lai atbalstītu tūrisma uzņēmumus un viņu piegādātājus, Travelife piedāvā vairākus rīkus (standartus un instrumentus), ar kuru palīdzību uzņēmums var īstenot ilgtspējas politiku:

- Tiešsaistes Travelife Darbu Plānotājs palīdz sastādīt Jūsu organizācijas darba plānu, ietverot vairāk kā 150 iespējamus risinājumus un rīcības.
- Tiešsaistes Atskaite palīdz regulāri ziņot par darbu gaitu gan iekšēji uzņēmumā, gan ārējiem partneriem, piemēram, jūsu asociācijai vai Travelife.
- Darbu plānošanas un atskaišu sistēma balstīta uz risinājumiem, ar kuriem iepazīstina šī Travelife apmācība. Ieteikumi doti katrai darbībai, ko varat veikt, lai padarītu Jūsu uzņēmumu ilgtspējīgāku.
- Travelife Ilgtspējas Sistēma viesnīcām un naktsmītnēm ir publiski pieejama tiešsaistes sistēma, kas palīdz izvērtēt naktsmītņu ilgtspēju, un ir balstīta uz Travelife vides un sociālajiem standartiem.
- Zaļajā Tūrisma Tirgū atradīsiet starptautisku pārskatu par piegādātājiem, kuri jau šobrīd sertificēti kā ilgtspējīgi (naktsmītnes, vietējie tūrisma operatori), un par ceļojumu galamērķiem.

Visi Travelife rīki pieejami www.travelife.info.

Ilgtspējas pamatprasības uzņēmumiem un Travelife sertifikācija

Tūrisma uzņēmumi, kas atbilst Travelife pamatprasībām, saņem Travelife Partnera statusu. Pamatprasības norādītas šajā materiālā katras nodaļas beigās. Atskaite par atbilstību pamatprasībām iesniedzama, izmantojot Travelife Atskaiti tiešsaistē.

Tūrisma uzņēmumi, kas vēlas pilnā mērā ievērot starptautiski atzītos Korporatīvās Sociālās Atbildības (CSR) un Ilgtspējīgā Tūrisma standartus, var sasniegt Travelife Sertifikāta līmeni. Šis līmenis atbilst vadošajiem standartiem un vadlīnijām, kā piemēram, EMAS III prasībām vides pārvaldībā un tūrisma sektorā, ISO 26000 Sociālās Atbildības vadlīnijām, Globālajai Atskaites Iniciatīvai tūroperatoru sektorā un OECD (Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija) Vadlīnijām Daudznacionāliem Uzņēmumiem. Travelife sertifikāta standartu atzīst Pasaules Ilgtspējīgā Tūrisma Padome kā pilnībā atbilstošu tās kritērijiem. Lai iegūtu Travelife sertifikātu, nepieciešama audita pārbaude jūsu uzņēmumā.

Jūsu atsauksmes

Travelife apmācība pastāvīgi tiek atjaunota, tādēļ mēs labprāt saņemsim jūsu komentārus, ieteikumus, jautājumus un padomus, ko varat mums nosūtīt caur kontaktformu www.travelife.info.

Ievads. Ilgtspējīgs tūrisms un tūrooperatori

Tūrisms var radīt ne tikai daudzveidīgu pozitīvu ietekmi, bet arī negatīvu. Novēršot vai samazinot negatīvo ietekmi, tūrisms var kļūt ilgtspējīgāks.

Tūrisms un ilgtspēja

Brīvais laiks cilvēkam ir svarīgs, lai atpūstos no ikdienas pienākumiem. Pēc II Pasaules kara Rietumeiropā arvien populārāki kļuva brīvdienās ceļot. Tas bija iespējams, jo strādājošajiem darba līgumi noteica arvien ilgāku atvaļinājumu un pieauga vidējais ienākumu līmenis.

Piemēram, agrāk holandietis ar vidējiem ienākumiem brīvdienās devās uz kādu no tuvējām ārvalstīm robežas tuvumā. Mūsdienās šis pats vidējais holandietis, izvēloties brīvdienas vietu, apdomā visus kontinentus, un ceļo līdz pat trīs reizēm gadā, dodoties īsākos vai garākos braucienos.

Šodien ceļojumi un tūrisms ir nozīmīga pasaules ekonomikas nozare, kas sastāda vairāk kā 10% no pasaules IKP un dod darbu vairāk kā 200 miljoniem cilvēku visā pasaulē. Daudzās attīstības valstīs tūrisms ir nozīmīgs ienākumu avots un dod ieguldījumu sociālajā un ekonomiskajā attīstībā. Tūrisms veicina starpkultūru saprašanu un var atbalstīt plašākas investīcijas ekonomikā un attīstībā, uzlabojot valsts tēlu un atpazīstamību.

Tomēr tūrisms var radīt arī negatīvu ietekmi. Tas var radīt sociālkulturālu, vides un ekonomisku spiedienu. Peļņa tiek gūta īsā laikā, taču kas notiek ar ceļojumu galamērķiem ilgtermiņā? Ja tiek bojāta ekosistēma, tūrisma piesaistes zaudē savu pievilcību!

Ilgspējīgs tūrisms: definīcijas un principi

Reaģējot uz tūrisma negatīvajām ietekmēm, tika radīts jēdziens “ilgtspējīgais tūrisms”. Ilgtspējīgā tūrisma definīciju 1988. gadā formulēja Apvienoto Nāciju Pasaules Tūrisma Organizācija (UNWTO):

“Ilgspējīgs tūrisms apmierina tūristu un tūristus uzņemošo reģionu vajadzības tagadnē, aizsargājot un saglabājot iespējas nākotnē. Tas veicina visu resursu pārvaldību tādā veidā, lai tiktu apmierinātas ekonomiskās, sociālās un estētiskās vajadzības, vienlaicīgi saglabājot kultūras integritāti, būtiskus ekoloģiskus procesus, bioloģisko daudzveidību un dzīvību uzturošās sistēmas.”

Saskaņā ar šo definīciju, nav nekas slikts baudīt tūrisma un gūt no tā finansiālu labumu. Tomēr jāraugās, lai šīs iespējas saglabātos arī nākamajām paaudzēm. Ja kaitējam vietējai kultūrai un videi ceļojumu galamērķos, tie pazaudēs savas īpašības, uz kurām balstās to pievilcība.

Pasaule, Planēta, Peļņa - 3 “P”

“*Pasaule*” šeit nozīmē vietējo iedzīvotāju sociālkulturālās intereses. Katrā ceļojumu galamērķī ir nepieciešams saglabāt vietējo kultūru un vietējo iedzīvotāju līdzdalību tūrisma attīstībā. Tas ietver labus darba apstākļus, uzmanību pret mazāk aizsargātām sabiedrības daļām, cilvēktiesības, diskriminācijas novēršanu, bērnu darba un seksuālās izmantošanas nepieļaušanu, utt.

“*Planēta*” attiecas uz dabas vidi. Ceļojumu galamērķī līdz minimumam jāsamazina kaitējums florai, faunai, ūdeņiem, zemei un klimatam. Jāveic dažādi vides aizsardzības pasākumi.

“*Peļņa*” attiecas uz ekonomiskajām interesēm. Bizness jāveic atbildīgi, dodot paliekošu ieguldījumu vietējo iedzīvotāju labklājībā.

Korporatīvā Sociālā Atbildība (KSA)

KSA ir uzņēmuma brīvprātīga apņemšanās savā darbībā uzraudzīt un ievērot likuma garu, ētikas standartus, starptautiski atzītas vērtības. KSA mērķis ir atbildība par uzņēmuma darbībām un uzņēmuma pozitīvas ietekmes veicināšana uz vidi, patērētājiem, darbiniekiem, vietējo sabiedrību un citiem iesaistītajiem.

Globālie Ilgtspējīga Tūrisma kritēriji

Globālie Ilgtspējīga Tūrisma Kritēriji (GITK) ir 37 brīvprātīgi pieņemti standarti, kas nosaka minimumu, uz ko vajadzētu tiekties jebkuram tūrisma uzņēmumam, aizsargājot un saglabājot pasaules dabas un kultūras resursus, vienlaicīgi nodrošinot tūrisma potenciāla realizēšanu nabadzības novēršanai.

Ekotūrisms

Ekotūrisms ir ilgtspējīgs tūrisms dabas teritorijās, kurām Apvienoto Nāciju Pasaules Tūrisma Organizācija noteikusi skaidrus kritērijus. Bieži terminu “ekotūrisms” jauc ar ilgtspējīgo tūrisma plašā nozīmē, un nereti tūrisms dabas teritorijās tiek apzīmēts kā “ekotūrisms” pat, ja tas nav ilgtspējīgs.

Vietējās kopienas tūrisms (VKT)

VKT ir tūrisma bizness, kas pieder vietējai sabiedrībai un ko tā pārvalda. Tas atbalsta vides, sociālo un kultūras ilgtspēju, sniedz ekonomiskās darbības iespējas vietējiem iedzīvotājiem. Tas ļauj apmeklētājiem iepazīties ar vietējo vidi un dzīvesveidu.

Caur tūrisma vietējā sabiedrība apzinās dabas un kultūras mantojuma komerciālo un sociālo vērtību, un tas veicina šo resursu saglabāšanu.

Tūroperatoru ilgtspēja

Tūroperatorus var salīdzināt ar krustcelēm tūrisma biznesa ķēdē. Viņi var ietekmēt klientu izvēli, piegādātāju lēmumus un ceļojumu galamērķu attīstību. Šīs unikālās pozīcijas dēļ tūroperatoriem ir iespēja sniegt būtisku ieguldījumu ilgtspējīga tūrisma attīstībā.

Kādēļ virzīties uz ilgtspēju?

Atbildības uzņemšanās par iesaistītajiem spēlētājiem, tādiem, kā Jūsu darbinieki, piegādātāji, vietējā sabiedrība un ceļojumu galamērķis nodrošinās konkrētus ieguvumus Jūsu biznesam:

Peļņas pieaugums

Ilgspējīga uzņēmuma tēls palīdz palielināt apgrozījumu. Tas veicina klientu atgriešanos, piesaista jaunus klientus un palīdz iegūt lielāku tirgus daļu.

Izmaksu samazinājums

Ilgspējas pārvaldība un pasākumi bieži palīdz samazināt uzņēmuma darbības izmaksas, palielina ražīgumu, ļauj efektīvāk izmantot pieejamos līdzekļus un palīdz izvairīties no soda naudām.

Pieja finanšu kapitālam

Arvien biežāk investīciju aizdevumu kritērijos tiek iekļauti sociālie un vides nosacījumi. Tas ilgtspējīgām kompānijām palīdz piesaistīt finanšu kapitālu.

Cilvēkresursu kapitāls

Darbinieki parasti lepojas ar tiem darba devējiem, kuri ievēro korporatīvo sociālo atbildību. Tūrooperatori, par kuriem ir zināms, ka tie strādā pēc ilgtspējas principiem, ir iekārojamāki darba devēji. Arvien biežāk talantīgi jaunie speciālisti izvēlas strādāt uzņēmumos, kuriem ir plašāka vērtību skala. Bez tam, talantīgi un pieredzējuši darbinieki ilgāk nemainīs šādu darba devēju, tā palielinot uzņēmuma novatorismu un konkurētspēju.

Korporatīvais un zīmola tēls

“Ilgspēja” arvien biežāk tiek uzlūkota kā nākamais pakāpiens jēdzienā “kvalitāte”. Klienti arvien vairāk to pieprasa. Tādējādi ilgtspējīga uzņēmuma tēls pastiprina dažādu zīmolu tēlus. Tas spēcina uzņēmuma pozīcijas tirgū ekonomikas krīzes laikā.

Ceļojumu galamērķu saglabāšana

Ilgspējas pasākumi un politika uzlabo vietējo situāciju. Skaidri redzams, ka tie ietekmē ne tikai tūristus, labumu gūst arī vietējie iedzīvotāji. Bez tam, ilgtermiņa kvalitātes nodrošināšana ceļojumu galamērķī veicina arī paša uzņēmuma ilgstošu pastāvēšanu.

Risku pārvaldība un “darbības licence”

Tūrooperatori reducē savas atbildības jomu, nedarot vairāk, kā prasa likumdošana. Taču, izrādot proaktīvu attieksmi pret ilgtspējību un produkta kvalitāti, viņi nodrošina aizstāvību iespējamos tiesas procesos. Tas arī nodrošina pret iespējamiem kaitējumiem uzņēmuma publiskajam tēlam.

Valdības likumdošana

Uz valdībām tiek izdarīts arvien lielāks ieinteresēto pušu, arodbiedrību un sabiedrības spiediens, lai ietekmētu likumdošanu attiecībā uz komercuzņēmumiem. Protams, tas pastiprinās, ja sabiedrības uzmanības lokā nonāk negatīva kāda uzņēmuma rīcība. Tūroperatori, kas ievēro labas prakses noteikumus, ir spēcīgākās pozīcijās, un var ietekmēt vai pat izvairīties no noteiktām likumdošanas prasībām vai pasākumiem.

Tūroperatoru loma

Tūroperatori var integrēt ilgtspēju uzņēmuma darbības politikā, veicot šādus pasākumus:

Iekšējā pārvaldība

Te attiecināmi uzņēmuma iekšējie pasākumi, piemēram, enerģijas taupīšana, atkritumu apsaimniekošana, papīra taupīšana un labi darba apstākļi.

Produktu attīstība

Tūroperators izveido ceļojumu paketi, izvēloties galamērķus un kombinējot transporta, naktsmītņu pakalpojumus un objektu apmeklējumus. Ir grūts uzdevums izvēlēties vispiemērotāko no visa piedāvājuma un paaugstināt produkta konkurētspēju.

Piegādātāju ķēdes pārvaldība

Tūroperatoram ir ilgtermiņa līgumi ar daudziem piegādātājiem. Ne katrs no tiem strādā pēc ilgtspējas principiem, tādēļ ir izaicinājums pievērst viņus ilgtspējīgas pārvaldības praksei. Tūroperatori to var darīt, nodrošinot informāciju un apmācību, mārketingu un citus veicinošus pasākumus, iekļaujot ilgtspējas prasības līguma nosacījumos.

Sadarbība ar ceļojumu galamērķiem

Tūroperatori var ietekmēt ceļojumu galamērķa ilgtspēju. Viņi var ietekmēt vietējās pašvaldības un biznesa asociācijas atsevišķi vai kopā, lai veidotu atbildīgāku un ilgtermiņa skatījumu vietas attīstībai. Tūroperatori var atbalstīt vietējās jaunzusāktās ilgtspējas iniciatīvas vai NVO, kas veicina ilgtspējīgu attīstību.

Attiecības ar klientiem

Tūrooperatoriem ir nozīmīga loma klientu motivēšanā pieņemt ilgtspējas principiem atbilstošus lēmumus un attiecīgi rīkoties. Viņi var informēt un motivēt klientus rezervēt ilgtspējīgas naktsmītnes un transporta veidus. Lai veicinātu klientu izpratni, viņi arī var izstrādāt uzvedības kodeksu vai padomus noteiktam ceļojuma galamērķim vai noteiktiem tūrisma aktivitāšu veidiem.

Lai gan tūrooperatoriem jāuzņemas nozīmīga loma, viņi vieni paši nevar tūrismu padarīt ilgtspējīgāku. Tas iespējams vienīgi tad, ja sadarbojas visas iesaistītās puses: tūroperatori, vietējās pašvaldības, NVO, vietējie piegādātāji un tūristi. Tomēr tūroperatoram, kā starpposmam starp piegādātāju un patērētāju, piekrīt īpaša atbildība.

Tūroperatora ekonomiskā ietekme var palīdzēt efektīvi īstenot šo “īpašo atbildību”. Lai savu ietekmi izmantotu, ilgtspējas vadītājam jāizstrādā attiecīga politika un darbības plāns, jāuzrauga rezultāti un jāveic uzlabojumi.

Izšķiroši svarīgi ir visā uzņēmumā paaugstināt izpratni par ilgtspējību, lai iegūtu uzņēmumā strādājošo atbalstu. Ilgtspējas izpilde ir galvenokārt uzņēmuma darbinieku ziņā. Tie ir līgumslēdzēji, produktu vadītāji, filiāļu vadītāji un vietējie uzņēmuma pārstāvji ceļojumu galamērķos, un viņi strādā tiešā saskarsmē ar vietējiem aģentiem un jūsu piegādātājiem. Lai iegūtu viņu atbalstu, ir svarīgi labi informēt visas uzņēmuma nodaļas un iesaistīt tās ilgtspējīgā pārvaldībā.

Ilgtspējīga tūrisma pārvaldība nav ātrs risinājums, tas ir pakāpenisks process!

1. Ilgtspējas pārvaldība

Lai ilgtspēja būtu efektīva, tā jāievieš strukturētā un sistemātiskā veidā. Lai nodrošinātu efektīvu un visaptverošu darbību, uzņēmums var ieviest Ilgtspējas Pārvaldības Sistēmu (IPS), kas attiecas uz visām atbildības jomām. Tās ieviešanas priekšnoteikums ir atzīt, ka ilgtspēja pieder pie biznesa cikla un pierādīt, ka ilgtspēja ir tikpat svarīga kā citi uzņēmuma mērķi.

Ilgtspējas pārvaldības mērķis

IPS mērķis ir pastāvīga uzņēmuma ilgtspējas rādītāju uzlabošana ciklā “plānot, izpildīt, pārskatīt”. IPS palīdz uzņēmumam samazināt tā darbības negatīvo vides, sociālkulturālo un ekonomisko ietekmi un paaugstināt pozitīvo ietekmi. Lai nodrošinātu sistēmas īstenošanu, nosaka rīcības prioritātes, plāno stratēģijas un uzrauga to izpildi. Pēc tam stratēģijas tiek izvērtētas, lai noteiktu nepieciešamos uzlabojumus un novērstu iespējamus trūkumus.

IPS Sastāvdaļas

Ilgtspējas Pārvaldības Sistēma aptver visas tūroperatora darbības, kas saistītas ar ilgtspējību: iekšējā pārvaldība, produkta veidošana, pakalpojumu ķēde (transporta, naktsmītnes, aktivitātes), sabiedriskās attiecības un sadarbība ar ceļojumu galamērķiem.

Ir svarīgi, ka sistēmā tiek iekļauti visi posmi no produkta attīstības, plānošanas un iepirkšanas (dažādi tūrisma pakalpojumi) līdz gatavai ceļojuma paketei un tās izpildei. Efektīvā IPS īstenošanā svarīgas ir attiecības ar naktsmītnēm, pārvadātājiem un citiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem.

Ilgtspējas Pārvaldības Sistēma garantē, ka visām atbildības jomām un darbību sekām tiek veltīta pienācīga uzmanība, tās tiek mērītas, uzraudzītas, un, ja nepieciešams, labotas.

Efektīva IPS ir:

- *Visaptveroša* – iekļauj visas ietekmes un atbildības jomas;
- *Integrēta* – iesaistīti ir visi uzņēmuma svarīgākie spēlētāji. Tiek veidota konstruktīva sadarbība ar atbilstošiem partneriem (valdības, NVO, vietējā sabiedrība, utt.);
- *Uzticama* – tā nodrošina, ka visas darbības tiek mērītas, uzraudzītas, ziņotas un izmainītas, ja tas nepieciešams.

Visā uzņēmuma politikā, programmās un darbības praksē jāintegrē sociālie, vides un ekonomiskie principi, un tie jāīsteno biznesa procesos ciešā sadarbībā ar ieinteresētajām pusēm. Ilgtspējas Pārvaldības Sistēma ļauj visiem darbiniekiem apzināties viņu darbības plašāku ietekmi uz sabiedrību. Tas ļauj atbildīgajam ilgtspējas vadītājam vieglāk koordinēt darbības. Bez tam IPS nodrošina, ka procesā ir iesaistīti visi spēlētāji – gan uzņēmuma iekšienē, gan ārpus tā.

Ceļš līdz Travelife

Kopš 90-to gadu beigām tūroperatori sāka savos uzņēmumos ieviest ilgtspējas principus. 2000. gadā 25 aktīvākie tūroperatori UNEP – Apvienoto Nāciju Vides Programmas un Apvienoto Nāciju Pasaules Tūrisma Organizācijas vadībā apvienojās Tūroperatori Iniciatīvā Ilgtspējīga Tūrisma Attīstībai (*Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI)*). Tika apkopota un publicēta pirmā vērtīgā pieredze, izveidotas pirmās metodoloģijas un koncepcijas ilgtspējas principu pielietošanai tūroperatori uzņēmumos.

No 2000. gada pirmās tūrisma asociācijas sāka praktizēt kolektīvu pieeju. 2003. gadā Nīderlandes tūrisma asociācija ANVR iedibināja Uz Produktu Orientētu Vides Pārvaldības Sistēmu un tā kļuva obligāta visiem 200 ANVR biedriem. Sistēma paredzēja uzņēmumā iecelt vides koordinatoru, veikt apmācību, un nodrošināt atbilstību minimālajiem standartiem. Vācijā alternatīvā tūrisma asociācija *Forum Anders Reisen* saviem biedriem ieviesa minimālos atbilstības standartus.

Lai gan līdz ar šīm iniciatīvām tika iegūta vērtīga pieredze, ilgtspējas ieviešana praksē izrādījās grūta, jo tūrisma tirgū valda liela konkurence, tajā darbojas daudzi spēlētāji, kas savstarpēji cieši saistīti pakalpojumu ķēdē. Piemēram, aktīvā tūrisma operatori sāka izstrādāt katrs savus vides kritērijus viesnīcām. Tas bija dārgi un izraisīja apjukumu viesnīcās, kam nācās saskarties ar dažādām standartu prasībām. Bija nepieciešama kopīga starptautiska pieeja ar kopīgiem standartiem un metodēm, kas būtu izstrādāti atbilstoši specifiskiem apstākļiem tūrisma sektorā.

2004. gadā lielākie spēlētāji apvienojās, lai ES finansēta projekta ietvaros izveidotu kopīgu ilgtspējas sistēmu tūroperatoriem. Bez Holandes un Apvienotās Karalistes tūroperatori asociācijām projektā iesaistījās arī UNEP, Līdsas Metropolitēna Universitāte, Lundas Universitāte un ECEAT, Eiropas Eko un Agro tūrisma centrs. 3 gadu laikā agrīnā pieredze, standarti un metodes tika apvienotas, attīstītas tālāk un integrētas vispārējās ilgtspējas sistēmās un vadlīnijās, piemēram, ES EMAS (Eko Pārvaldības un Audīta Sistēma), ISO 14001 (Vides Pārvaldība) un Apvienoto Nāciju atbalstītā Globālā Atskaites Iniciatīva (*Global Reporting Initiative (GRI)*). 2007. gadā tūrisma tirgū ITB Vācijā kopīgie standarti un metodes tika laisti klajā ar nosaukumu “Travelife”.

12



“Pirmatklājēju laiks ir pagājis, tagad mums jāpārlicina visa industrija, ka tai jākļūst ilgtspējīgākai, un tādēļ mēs stingri atbalstām Travelife iniciatīvu. Tā ir ļoti ieteicama, jo izplatīs labu praksi industrijā visā Eiropā. Ir gandarījums, ka savu apņēmību strādāt ilgtspējīgi jau apliecinājušas tūroperatori asociācijas Apvienotajā karalistē, Nīderlandē, Beļģijā, Vācijā un Itālijā.”

Eugenio YunIs, Apvienoto Nāciju Pasaules Tūrisma Organizācija, Travelife atklāšanas pasākumā,
ITB Berlīnē, 2007. gada 7. martā.

Travelife Pārvaldības sistēma

Travelife Pārvaldības Sistēma ir integrētu pieeju, standartu un rīku kopums, kura uzdevums ir izveidot spēles laukumu, panākt atdevi no ilgtspējas pasākumu ieviešanas izmaksām, un novērst neskaidrības starp piegādātājiem un patērētājiem.

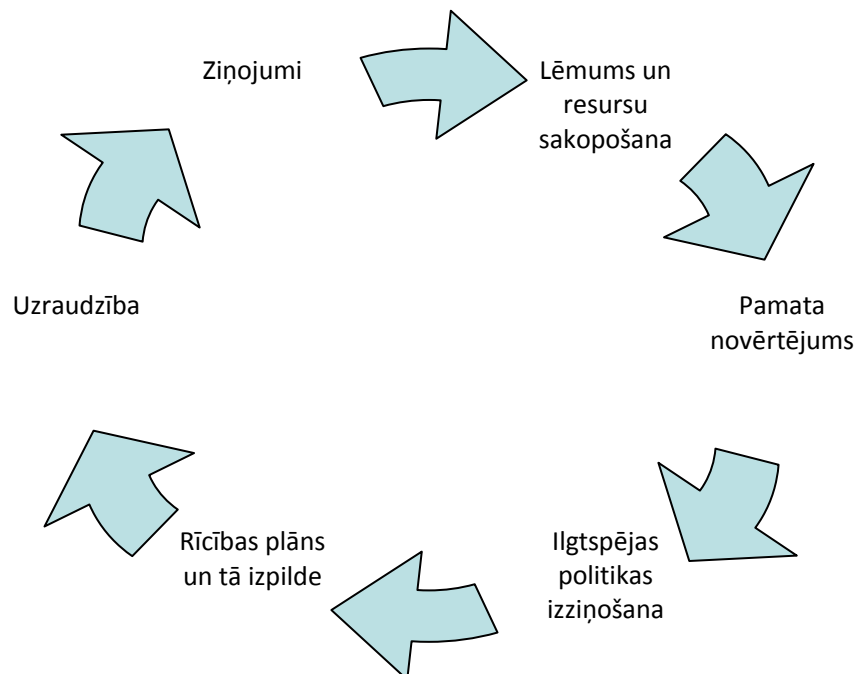
Ieviest uzņēmumā Travelife sistēmu var būt viegli vai grūtāk, atkarībā no uzņēmuma lieluma un uzbūves, vēlēšanās iesaistīties, un pieejamajiem līdzekļiem. Sistēma ļauj izveidot un ieviest ilgtspējas politiku gan mazos, gan lielākos uzņēmumos. Travelife pieeja ir elastīga un to var pielāgot atbilstoši uzņēmuma produktiem un pakalpojumiem. Sistēma piedāvā standarta un kolektīvas metodes un rīkus efektivitātes paaugstināšanai un izmaksu samazināšanai, vienlaicīgi ļaujot saglabāt uzņēmuma identitāti.

Travelife ieviešana ietver pamatprasību kopumu, kuras nosaka un pārbauda jūsu tūrisma asociācija un/vai Travelife. Pamatprasības ir apliecinājums, ka jūsu uzņēmums ir veicis nepieciešamos soļus sistēmas ieviešanā.

Travelife 6 soļu metode

Lai veiksmīgi ieviestu Travelife sistēmu, jāveic vairāki soļi. Principā sistēmai ir tāda pati uzbūve kā, piemēram, parastai kvalitātes pārvaldības sistēmai. Travelife sistēmā ir šādi 6 soļi:

- 1. solis:** Iesaistiet savu ņēmumu
- 2. solis:** Veiciet pamata novērtējumu
- 3. solis:** Izveidojiet uzņēmuma ilgtspējas politiku
- 4. solis:** Izstrādājiet un izpildiet rīcības programmu
- 5. solis:** Uzraugiet un izvērtējiet savu ilgtspējas programmu
- 6. solis:** Ziņojiet par rezultātiem un progresu uzņēmuma iekšienē un ārpus tā



Neatkarīgi no tā, cik liels ir jūsu uzņēmums, šo jāveic pareizā secībā. Mazos uzņēmumos var būt lietderīgi samazināt dažu soļu mērogu.

Cikla pamatdarbības ir šādas:

- Apzināties, ko vēlaties panākt (nosakot politiku un mērķus).
- Noteikt no mērķiem izrietošo darbību prioritātes.
- Izvērtēt jūsu uzņēmuma un piegādātāju darbību atbilstību Jūsu ilgspējas politikai un mērķiem.
- Ziņot par paveikto.

Sekojošā tabula ir Travelife Pārvaldības Sistēmas kopsavilkums, kur atzīmēti svarīgākie punkti procesā un katra soļa sasniedzamie rezultāti.

Solis	Mērķis	Rīcības	Rezultāts
1. Iesaistīšanās	Uzņēmuma lēmums ieviest ilgspējas pārvaldību un ilgspējīgu darbības praksi.	<ul style="list-style-type: none"> • Sadalīt pienākumus • Konsultēties ar darbiniekiem, piegādātājiem, klientiem un citām iesaistītām pusēm. 	<p>Saistību un virziena noteikšana</p> <p>Rezultāts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Misijas formulējums • Politikas formulējums
2. Pamata novērtējums	Uzņēmuma patreizējās darbības ilgspējas un ilgspējas pārvaldības novērtējums.	<ul style="list-style-type: none"> • Apkopot un izvērtēt uzņēmuma darbības un piegādātāju svarīgākās ietekmes ceļojumu galamērķos • Noteikt katras ietekmes iemeslus un nozīmīgumu • Noteikt metodes tālākai novērtēšanai. 	<p>Sistēmas izveidošana ietekmju noteikšanai un izmērīšanai</p> <p>Rezultāts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konstatētas nozīmīgākās ietekmes uzņēmuma galvenajās darbībās
3. Politika	Noteikti visa procesa robežpunkti, formulējot mērķus un balstoties uz nozīmīgāko ietekmju prioritāro kārtību.	<ul style="list-style-type: none"> • Noteikt ietekmju prioritātes • Noteikt ilgspējas mērķus • Nodrošināt skaidru, uzticamu un reāli sasniedzamu politiku • Popularizēt savu ilgspējas politiku 	<p>Darbinieki un iesaistītās puses zina prioritātes un ar tām saistītos pasākumus un risinājumus</p> <p>Rezultāts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rakstisks plāns negatīvo ietekmju samazināšanai un pozitīvo ietekmju pastiprināšanai
4. Darbības plāns	Politika ieviesta darbībā, visu uzdevumu izpilde nodrošināta.	<ul style="list-style-type: none"> • Sastādīt darbības plānu • Noteikt darbu secību un grafiku katra mērķa sasniegšanai • Noteikt indikatorus • Iedalīt darbaspēka, fiziskos un finanšu resursus • Noteikt atbildību, budžetu, laiku katra uzdevuma veikšanai • Veikt iesākto darbu uzskaiti 	<p>Tūroperatoram ir pierādījumi par paveiktajiem darbiem un sasniegto</p> <p>Rezultāts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darbu un uzdevumu uzskaiti • Jauni paveiktā novērtēšanas veidi un pārvaldības indikatori • Darbības un uzdevumi ir dokumentēti

5. Audits un pārskats	Nodrošina, ka plāns ir ieviests un sasniedz paredzētos rezultātus, novirzes no plāna tiek labotas.	<ul style="list-style-type: none"> • Nodrošināt sistēmas pārvaldības un sistēmas darbības pārbaudi • Veikt jaunu ietekmes izmērīšanu, lai novērtētu uzlabojumus • Nosūtīt audita ziņojumu vadībai un uzrakstīt pārskatu nākamajam ciklam 	Vadība var plānot nākamo ciklu, balstoties uz taustāmiem datiem. Rezultāts: <ul style="list-style-type: none"> • Audita ziņojums, kurā novērtēta Ilgtspējas Pārvaldības Sistēmas efektivitāte • Pārskata ziņojums, iekļaujot nākamajā IPS ciklā nepieciešamās darbības
6. Ziņojums	Informē visas iesaistītās puses par pārvaldības darbībām un sasniegumiem.	<ul style="list-style-type: none"> • Noteikt auditoriju • Apkopot informāciju • Definēt atskaites sistēmu • Publicēt un izplatīt 	Tūrisma kompānija var demonstrēt savu ilgtspējīgo darbību ieinteresētajām pusēm Rezultāts: <ul style="list-style-type: none"> • Skaidra ilgtspējas sasniegumu prezentācija • Skaidra prezentācija ieinteresētajām pusēm ārpus uzņēmuma

1.1 Iesaistiet savu organizāciju

Travelife Pārvaldības Sistēmas ieviešanai un īstenošanai nepieciešami šādi sagatavošanās pasākumi:

A. Iesaistiet vadības komandu

Lai nodrošinātu veiksmīgu ilgtspējas politikas īstenošanu, ir svarīgi to integrēt uzņēmuma pamatdarbībā. Tam nepieciešama visu vadības līmeņu iesaistīšanās jau no paša sākuma. Vadībai jāatvēl nepieciešamais laiks un resursi, lai šo procesu veicinātu. Vadībai arī jāpārzina Travelife ieviešanas soļi un metodes, un jāprot popularizēt ilgtspējīga darbības prakse gan uzņēmumā, gan ārpus tā. Bez augstākā līmeņa vadības piekrišanas un atbalsta pārējiem darbiniekiem būs grūti izprast, kāds labums no šī pārmaiņu procesa.

No paša sākuma svarīgi ir iedibināt atvērtu komunikācijas procesu. Lai visi darbinieki saprastu, cik svarīgi ir iesaistīties procesā, šis jautājums jāiekļauj visās uzņēmuma nodaļu sapulcēs un citās sanāksmēs. Sākumposmā noderīga var būt prezentācija par Ilgtspējas Pārvaldības Sistēmas principiem. Mazākiem uzņēmumiem iztrūkst vidējā vadības posma, tādēļ prezentācijām un darbinieku iesaistīšanai ilgtspējas pārvaldības sistēmā varbūt ir derīgi nolīgt ārpalpojumu. Saprotams, ka vadības iesaistīšanās ir svarīga ne tikai sākumposmā, bet tai ir izšķiroša nozīme visā ilgtspējas politikas īstenošanas gaitā.

B. Nozīmējiet Ilgtspējas Koordinatoru

Ilgtspējas koordinators darbosies kā galvenais centrs visos ar ilgtspēju saistītajos jautājumos, viņš būs kontaktpersona arī tūroperatoru asociācijai. Lai mazinātu lieku birokrātiju, šai personai jābūt pilnvarotai rīkoties uzņēmuma vārdā. Nav nepieciešams, lai tas ir šīs personas vienīgais amats vai darba pienākums uzņēmumā, lai gan to lietderīgāk izlemt atkarībā no uzņēmuma lieluma. Ilgtspēja būs tieši saistīta ar vairāku nodaļu darbu, īpaši ar tām nodaļām, kas atbild par kvalitāti un produkta attīstību. Mazos tūrisma uzņēmumos šo darbu var veikt vadītāji vai direktors.

... un ilgtspējas komandu

Pirmais ilgtspējas koordinators uzdevums ir izveidot 2-6 cilvēku komandu (atkarībā no tūroperatora uzņēmuma lieluma), kurā pārstāvētas visas uzņēmuma nodaļas. Ilgtspējas politikas ieviešanā jāiesaista visi darbinieki, tādēļ šajā posmā nedrīkst norobežoties. Ir svarīgi, lai komandas dalībnieki labi pārzina uzņēmuma piedāvātos produktus un pakalpojumus, un lai viņi ir pilnvaroti plānot pasākumus.

Šī iemesla dēļ līgumu, mārketinga, produktu vadītājiem un veidotājiem, ražošanas, kvalitātes un pārdošanas vadītājiem jāprot strādāt komandā. Lai arī katram atsevišķam komandas dalībniekam var nebūt praktiskas

pieredzes visās uzņēmuma darbībās, viņiem jāspēj pieņemt lēmumus par nākotnes politiku un plānošanu. Viņiem aktīvi jāpiedalās monitoringa un politikas pārskatīšanas procesos.

Galvenās lomas

Galvenās lomas, ko var uzņemties koordinators un komanda, ir šādas:

- Uzsākt un koordinēt ar ilgtspējību saistītās aktivitātes;
- Piedalīties ilgtspējības informatīvo biļetenu/bukletu sagatavošanā, rediģēšanā un izplatīšanā;
- Koordinēt darbiniekiem un, kur atbilstoši, arī piegādātāju ilgtspējas apmācību;
- Plānot konsultācijas/ideju apmaiņas sanāksmes ar kolēģiem par ilgtspējas pasākumiem;
- Konsultēties ar piegādātājiem par ilgtspējas jautājumiem;
- Integrēt ilgtspējas politiku un pasākumus darbinieku, piegādātāju un klientu darbībās – ilgtspējas mērķu sasniegšanai bieži nepieciešama partnerība, kas ietver visu trīs grupu sadarbību;
- Regulāri informēt visus darbiniekus par progresu, lai saglabātu virzību un neapstātos;
- Uzturēt aktīvu mijiedarbību ar ārējām ieinteresētajām pusēm, lai tās pastāvīgi būtu labi informētas.

C. Amatu apraksti un lomu raksturojums ilgtspējā

Ir svarīgi uzņēmuma darbinieku amatu aprakstos noteikt darba uzdevumus saistībā ar ilgtspēju. Tabulā norādīts, kādā veidā dažādi darbinieki un nodaļas var atbalstīt un palīdzēt jūsu ilgtspējas politikas ieviešanā un mērķu sasniegšanā:

Vadošie darbinieki un nodaļas	Iespējamā iesaistīšanās
Direktoru padome	<ul style="list-style-type: none"> Nodrošina resursus un skaidri demonstrē ilgtspējas principu ievērošanu gan uzņēmumā, gan ārpus tā.
Cilvēkresursu direktors un nodaļa	<ul style="list-style-type: none"> Iekļauj ilgtspējas uzdevumus un pienākumus darbinieku amatu aprakstos un darbinieku izvērtējumā.
Produktu vadītāji/Līgumu vadītāji	<ul style="list-style-type: none"> Iekļauj ilgtspējas jautājumus piegādātāju izvēles kritērijos. Iekļauj ilgtspējas nosacījumus līgumos ar piegādātājiem (uzņēmuma iepirkumu speciālisti ir vissvarīgākais vai pat varbūt vienīgais saskares punkts ar piegādātājiem).
Ceļojumu galamērķa menedžeri un pārstāvji	<ul style="list-style-type: none"> Pārrunā ilgtspējas jautājumus un attiecīgos uzņēmuma mērķus, regulāri kontaktējoties ar piegādātājiem Sniedz atsauksmes un regulāru informāciju par viesnīcām un citiem piegādātājiem Palīdz popularizēt ilgtspējas politiku, apmācību un informatīvos materiālus
Juridiskie konsultanti	<ul style="list-style-type: none"> Sniedz juridiskas konsultācijas par ilgtspējas punktu formulēšanu, iekļaušanu un izpildīšanas nosacījumiem piegādātāju līgumos
Mārketinga vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> Izstrādā mārketinga un komunikāciju plānu, kas atspoguļo uzņēmuma ilgtspējas stratēģiju Piedāvā papildus mārketingu tiem piegādātājiem, kuriem ir labi ilgtspējas rādītāji
Finanšu vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> Analizē izmaksas, kas saistītas ar ilgtspējas ieviešanas prasībām pakalpojumu ķēdē un to ietekmi uz cenām
Kvalitātes/Veselības un Drošības vadītāji	<ul style="list-style-type: none"> Kontrolē piegādātāju veselības un drošības standartus Ievieš ilgtspējas izpildes jautājumus piegādātāju monitoringā
Ilgspējas Nodaļa	<ul style="list-style-type: none"> Nodrošina ilgtspējas programmas koordinēšanu Konsultē ilgtspējas jautājumos, sniedz tehnisko atbalstu, utt.
Iekšējo Komunikāciju vai Apmācību nodaļa	<ul style="list-style-type: none"> Sniedz palīdzību apmācību programmu izstrādē par ilgtspējību darbiniekiem un piegādātājiem
<p>Ievērojiet: Šī tabula ietver vispārēju lomu aprakstu, jo uzņēmumiem ir dažāda struktūra. Tomēr, neatkarīgi no tās, ir svarīgi visās atbilstošajās jomās iesaistīt vadošos darbiniekus. Tabula var noderēt, lai noteiktu atšķirīgas kompetences, kas jāapvieno, lai izveidotu un ieviestu ilgtspējas politiku un darbības plānu.</p> <p>Svarīgi ievērot, ka maziem un lielākiem uzņēmumiem var būt ievērojami atšķirīga struktūra un darbinieku pienākumu sadalījums. Mazos tūroperatoru uzņēmumos atsevišķi vadītāji un darbinieki bieži veic vairākas funkcijas.</p>	

D. Zināšanu un kompetences paaugstināšana

Dažādām mērķauditorijām domāti apmācību kursi sniedz tehniskas zināšanas par ilgtspējas mērķu popularizēšanu katrā uzņēmuma nodaļā. Ilgtspējas koordinators ļoti labi jāpārzina tūrisma joma, ar ilgtspējību saistītie jautājumi, Travelife pārvaldības sistēma un Travelife rīki.

Travelife Apmācība

Pēc Travelife ilgtspējas un tūrisma apmācības kursa apgūšanas internetā var saņemt oficiāli atzītu sertifikātu. Ir iespējams izvēlēties apmācības moduļus par atbilstošām tēmām, taču uzņēmuma ilgtspējas komandai un vadošajiem darbiniekiem ieteicams apgūt pilnu Travelife ievadkursu. Citi darbinieki var izvēlēties sev piemērotos apmācības moduļus.

Travelife apmācība tiešsaistē piedāvā moduļus un mācību palīg līdzekļus par šādām tēmām:

- Ilgtspējas pārvaldība
- Uzņēmuma iekšējā pārvaldība
- Tūrisma pakalpojumu ķēde (transports, naktsmītnes, ekskursijas, ēdināšana)

- Tūrisma veidi (ziemas sports, kruīzs, golfs, vieglais piedzīvojumu tūrisms, dabas tūrisms)
- Sadarbība ar ceļojumu galamērķiem
- Komunikācija ar klientiem

Visi moduļi apskata dažādus jautājumus un to iespējamus risinājumus no tūroperatora viedokļa. Apmācību papildina vairāk kā 200 praktiski piemēri, kur redzams, kā tūrooperatori praksē risina šos jautājumus. Apmācību beidzot, notiek eksāmens tiešsaistē, pēc kura nokārtošanas pretendenti saņem personisku Travelife sertifikātu. Tiek piedāvāts izmēģinājuma eksāmens, kurā tiek dotas norādes uz pareizajām atbildēm un oficiālais eksāmens, ko var kārtot vairākas reizes gadā, saskaņojot ar jūsu tūrisma asociāciju un/vai Travelife.

Padziļinātais kurss

Papildus Travelife ievadapmācībai, ir ieteicams apgūt arī padziļinātu apmācību kursu. Šī apmācība var būt uzņēmuma ietvaros vai ārpus tā, un tā var būt vērsta uz jūsu uzņēmuma konkrētajām vajadzībām.

E. Ilgtspējīgā tūrisma misijas formulējums



Ilgtspējas stratēģijas veidošanas sākumpunkts ir publiska apņemšanās strādāt saskaņā ar ilgtspējas principiem un šīs apņemšanās iekļaušana uzņēmuma misijas formulējumā. Misijas formulējumam jābūt zināma jūsu ilgtspējas apņemšanās visām iesaistītajām pusēm gan pašā uzņēmumā, gan ārpus tā. Misijas formulējums ir īss direktoru padomes paziņojums, kurā izteiktas uzņēmuma pamatvērtības principu un nodomu formā.

Misijas formulējumam:

- jāietver skaidri un īsi formulēti uzņēmuma mērķi
- jāatspoguļo uzņēmuma iesaiste ilgtspējā
- jābūt nozīmīgam sabiedrībai
- jābūt patiesam

Ilgtspējas misijas formulējuma piemērs:

“Mūsu mērķis ir dot savu ieguldījumu ilgtspējīgas sabiedrības un ilgtspējīga tūrisma attīstībā, kā arī samazināt mūsu produkta negatīvās vides, sociālkulturālās un ekonomiskās ietekmes, sekojot noteiktai tūrisma politikai un standartiem. Mēs atbalstām savus piegādātājus augstāku ilgtspējas standartu sasniegšanā un veicinām klientu izpratni, lai motivētu viņus ceļojot ievērot ilgtspējas principus.”

F. Darbinieku iesaistīšana, izmantojot uzņēmuma iekšējo komunikāciju

Iekšējās komunikācijas kampaņa var garantēt visu darbinieku pilnvērtīgu iesaistīšanos uzņēmuma ilgtspējas mērķu sasniegšanā un to, ka sasniegtās pārmaiņas uzņēmuma darbībā ir paliekošas.

Visiem darbiniekiem jāzina, ko no viņiem sagaida, un kā viņu darbs saistīts ar ilgtspējības ieviešanu uzņēmumā. Viņiem arī jāzina, kā iespējams pielietot savas personīgās zināšanas un idejas uzņēmuma ilgtspējas labā. Instrukcijas un informatīvos materiālus darbiniekiem var izplatīt semināros, sanāksmēs, uzņēmuma iekšējās aptaujās, ziņu izdevumos un intranetā.

1.2 Pamata novērtējuma veikšana

Pirms uzsākt jebkādas darbības saistībā ar uzņēmuma ietekmi, ir būtiski apzināties jau esošo ietekmi – veikt pamata novērtējumu. Šo novērtējumu izmanto, lai izstrādātu Ilgtspējas Politiku un Rīcības Programmu, un tas kalpo kā pamats salīdzināšanai un turpmākā progresa izvērtēšanai.

Pamata novērtējums dos izmērāmus datus, uz kuriem balstoties, varēs noteikt mērķus ietekmju samazināšanai. Sistemātiski nosakot ietekmes, jūs varat iezīmēt esošos vai potenciālos vides, sociālkulturālos un ekonomiskos riskus.

Pamata novērtējuma veikšanā ir šādi soļi:

- A. Jūsu uzņēmuma piegādātāju ķēdes posmu noteikšana
- B. Jūsu produktu un pakalpojumu ietekmju noteikšana
- C. Jūsu uzņēmuma kopējās ietekmes noteikšana

A. Jūsu uzņēmuma piegādātāju ķēdes posmu noteikšana

Uzsākot novērtējumu, jānosaka atbilstošie piegādātāju ķēdes posmi šādās uzņēmuma jomās: iekšējā pārvaldība, pakalpojumu ķēde (tai skaitā, ārpuspakalpojumu produkti, pakalpojumi un piegādātāji), ceļojumu galamērķi un attiecības ar klientiem. Parasti ir nepieciešams ietvert sekojošo:

Iekšējā pārvaldība:

- Biroji, atrašanās vietas
- Katrā valstī nodarbinātais personāls
- Produktu un materiālu iepirkšana
- Iespieddarbu materiālu iepirkšana
- Līgumi ar trešajām pusēm

Piegādātāju ķēde:

Transports

- Ceļojumu paketēs iekļautie transporta veidi (avio, prāmji, kruīza kuģi, tūristu autobusi, automašīnas, utt.)
- Kopējais attālums, ko veic ar katru no šiem transporta līdzekļiem
- Transporta līdzekļu izmantošanas biežums sezonā (pamata novērtējums aptver tūrisma sezonu vai kalendāro gadu)

Naktsmītnes

- Visu veidu naktsmītnes, kas iekļautas jūsu produktos (piemēram, viesnīcas, jauniešu viesnīcas, kempingi, apartamenti, villas)
- Naktsmītņu skaits dažādos galamērķos un to saistība ar jūsu uzņēmumu (jūsu tūristu skaits gadā)

Piedāvātās aktivitātes

- Aktivitātes/ekskursijas, kas iekļautas ceļojumu paketē (golfs, niršana, ūdens sporta veidi, safari, pilsētas ekskursijas, utt.).
- Aktivitātes/ekskursijas, kas nav iekļautas ceļojumu paketē, bet ko jūsu uzņēmums piedāvā atsevišķi (piem., ekskursiju programma).

Ceļojumu galamērķi

- Svarīgākie galamērķi un tūristu skaits katrā no tiem.

Kanāli komunikācijai ar klientiem

- Līdzekļu un materiālu klāsts, kas satur jebkāda veida informāciju jūsu esošajiem vai potenciālajiem klientiem pirms un pēc rezervācijas.
- Mehānismi šīs informācijas nogādāšanai līdz klientiem (iekļaušana viesnīcu informācijas lapās receprijā, regulāras e-pasta ziņas, izsūtīšana pēc pieprasījuma internetā, pa tālruni, utt.).
- Visdažādākās situācijas, kurās klienti saņem mutisku informāciju.

B. Jūsu produktu un pakalpojumu ietekmes noteikšana

Otrais solis ir noteikt svarīgākās vides, sociālkulturālās un ekonomiskās ietekmes katram no Jūsu uzņēmuma piegādātāju ķēdes posmiem. Mērījumi aptver pārdošanas sezonu vai kalendāro gadu.

Iekšējās pārvaldības ietekmes iespējams izmērīt salīdzinoši viegli, jo jums ir pieejami dati par biroja enerģijas un citu resursu patēriņu un sociālo politiku attiecībā uz darbiniekiem.

Sarežģītāk ir noteikt ietekmes, ko rada piegādātāju ķēdes posmi, ceļojumu galamērķi vai jūsu klientu rīcība.

Tūroperatori strādā ar neskaitāmiem piegādātājiem, klientiem un ceļojumu galamērķiem; ne vienmēr ir iespējams novērtēt un aprēķināt katra atsevišķa piegādātāja vai klienta sociālo vai vides ietekmi. Šajos gadījumos uzņēmums var neveikt savu izpēti, bet izmantot ārēju informāciju, pēc kuras jūsu piegādātāju var novērtēt kā “labu”, “vidēju” vai “mērenu”.

Labā prakse

“Labā prakse” ir īpašu tehnoloģiju, pārvaldības prakšu un procesu pielietojums, kas palīdz samazināt negatīvo ietekmi un palielināt pozitīvo ietekmi.

Piemēram, ūdens patēriņš viesnīcā ietekmē ūdens resursus. To var samazināt, izmantojot tehnoloģijas (piemēram, maza ūdens patēriņa dušas galviņas un ūdens ekonomēšanas ierīces), pārvaldības paņēmienus (piemēram, ūdens patēriņa samazināšana viesnīcas istabu uzkopšanā), un pārvaldības procesus (piemēram, ūdens patēriņa uzskaitē un vides pārvaldības sistēmas izmantošana, lai ūdens patēriņš nepārsniegtu noteikto apjomu, ko nosaka viesnīcas vides pārvaldības politika).

Līdzīgā veidā, izmantojot tehnoloģijas, iespējams ietekmēt darba apstākļus viesnīcā (ierīces, kas atvieglo darbu), pārvaldības praksi (labvēlīgi maiņu darba nosacījumi) un pārvaldības procesus (darba apstākļu uzraudzība, lai nodrošinātu, ka tiek sasniegti viesnīcas nodarbinātības politikā un darbības praksē noteiktie mērķi).

Labas prakses standarti

Katra veida piegādātājam vai ceļojuma galamērķim var noteikt labas prakses standartus, kas aptver visas ilgtspējai atbilstošās ietekmju jomas. Piemēram, naktsmītnēs par atbilstošu var uzskatīt sekojošo: enerģijas izmantošana, ūdens izmantošana, kanalizācijas ūdeņi, sociālā politika, bioloģiskā daudzveidība un iepirkums. Kopā šīs jomas veido labas prakses standartu, ko izmanto, lai vērtētu piegādātāju ilgtspēju. Daži aspekti ir svarīgāki par citiem, tādēļ tie tiek “svērti”, nosakot katra relatīvo nozīmīgumu. Piemēram, pareiza atkritumu apsaimniekošana dod augstāku vērtējumu, nekā saules bateriju izmantošana.

Vērtējot un auditējot labo praksi, piegādātājus var ierindot dažādās grupās: piemēram, labie un sliktie, vai bronzas, sudraba un zelta. Uz ārējo auditu balstīts ilgtspējas sertifikāts garantē, ka piegādātājs ir ieguldījis pūles, lai sasniegtu noteiktus standartus.

1990-to gadu beigās vairāki tūroperatori, piemēram, TUI, MyTravel Northern Europe, Hotelplan Suisse un Aurinkomatkat izveidoja standartus naktsmītņu auditēšanai. Lai arī tika gūta vērtīga pieredze, iznākumā tūroperatori novērtēšana un informācijas uzglabāšana izmaksāja pārāk dārgi, kamēr atšķirības starp pašiem standartiem un vērtēšanas procedūrām bieži mulsināja un kaitināja piegādātājus, kurus vērtēja dažādi tūroperatori.

Lai novērstu apjukumu un piegādātājiem skaidri pateiktu, kas no viņiem tiek gaidīts, Travelife izveidoja standarta sarakstu ar labas prakses pārbaudes punktiem katra veida piegādātājam. Tas tika darīts sadarbībā ar dažādām interešu grupām un ieinteresētajām pusēm. Šie pārbaudes punkti atbilst pastāvošajām labas prakses sistēmām un ilgtspējas sertifikācijas sistēmām. Kritēriji attiecas uz vides un sociālajām jomām, piemēram, ūdens, enerģija, atkritumi, tīrīšanas līdzekļi, vietējais iepirkums un nodarbinātība, vides politika un pārvaldības sistēma, vides sertifikāti.

Informācijas apkopošana, uzglabāšana un izplatīšana

Tūroperatori strādā ar daudziem piegādātājiem. Ar dažiem pastāv ilgtermiņa sadarbība, ar citiem īstermiņa vai gadījuma rakstura. Ja tūroperatoram vajadzētu ievākt datus par katru piegādātāju, tas izmaksātu ļoti dārgi.



Bez tam, ja atbildes uz vieniem un tiem pašiem jautājumiem būtu iesniedzamas vairākiem tūroperatoriem, piegādātāji kļūtu nikni un apjuktu. Lai atrisinātu šo problēmu, kas ir raksturīga tādām nozarēm kā tūrisms, kur piedāvājums veidojas sadarbībā, Travelife izveidoja centralizētu tiešsaistes datu bāzi piegādātāju ilgspējas informācijas uzglabāšanai, izvērtēšanai un pieejamībai. Tā pazīstama kā Travelife Ilgspējas Sistēma viesnīcām un naktsmītnēm.

Sistēma ļauj piegādātājiem tiešsaistē pašiem novērtēt savu uzņēmumu, pēc tam to uz vietas var novērtēt neatkarīgs auditors. Audits ir saistīts ar ilgspējas līmeņu sistēmu; tiek piešķirts Travelife Bronzas, Sudraba vai Zelta līmenis. Audita rezultāti sistēmā ir pieejami visiem tajā reģistrētajiem tūroperatoriem.

Reģistrējoties Travelife viesnīcu sistēmā, tūroperatori iegūst pieeju ar ilgspēju saistītai informācijai par saviem piegādātājiem.

Jūsu piegādātāju kopējā ilgspēja tiek novērtēta, aprēķinot, kāds ir katra līmeņa - bronzas, sudraba un zelta – piegādātāju īpatsvars (piem., naktsmītnes, dzīvnieku vērošanas vietas, niršanas skolas, utt.).

21

Travelife viesnīcām un naktsmītnēm:

- Aptver konkrētas svarīgākās ietekmes, lai varētu salīdzināt dažādus uzņēmumus.
- Veicina piegādātāju vispārējo ilgspējas izpratnes līmeni, uzlabo tehniskās spējas, un motivē iesaistīties ilgspējas programmā.
- Apkopo informāciju par to, kādi labas ilgspējas prakses pasākumi tiek īstenoti uzņēmumā.
- Piedāvā instrumentus, kā novērtēt savu ilgspējas līmeni atkarībā no piegādātājiem. Tie ir pārbaudes anketas, atskaišu formas un ieteikumi, kā iegūt informāciju. Svarīgs informācijas avots var būt arī klientu atsauksmes vai neformāli komentāri. Ja iespējams, informācija iegūstama no Jūsu uzņēmuma administratīvajiem, vadības vai finanšu dokumentiem.
- Uzlabojumus vērtē regulāros apsekojumos (vismaz reizi 2 gados).
- Auditu veic neatkarīgi ārējie auditori.

C. Jūsu uzņēmuma kopējās ietekmes noteikšana

Pēc tam, kad noteikts jūsu piegādātāju individuālais sniegums, nākošais solis ir noteikt jūsu uzņēmuma kopējo ilgspēju.

Tāpat kā piegādātājiem, Travelife nosaka indikatorus un labas prakses standartus arī tūroperatore organizācijām. Indikatori attiecas uz dažādām jūsu uzņēmuma jomām:

Ilgspējas pārvaldība

- Procentuālais darbinieku skaits, kuri ir saņēmuši Travelife sertifikātu
- Uzņēmumam ir ilgspējas misijas formulējums un korporatīvā ilgspējas politika

Iekšēja pārvaldība

- Darbiniekiem ir noslēgti darba līgumi

- Darbinieki tiek stimulēti izmantot videi draudzīgus pārvietošanās līdzekļus braucieniem no/uz darbu
- Procentuāls videi draudzīga papīra izmantojums biroja dokumentiem un reklāmas materiāliem
- Zaļās enerģijas izmantošana

Piegādātāju ķēdes pārvaldība

- Cik svarīga loma organizācijas līgumos ir ilgtspējas jautājumiem
- Cik procentuāli nakšņojumu ir Bronzas, Sudraba un Zelta Travelife naktsmītnēs
- Procentuālais transporta apjoms uz ceļojumu galamērķiem, kuri veic CO² emisiju kompensējošos pasākumus

Ceļojumu galamērķi

- Vai atbalstāt sociālus vai vides pasākumus ceļojumu galamērķos

Attiecības ar klientiem

- Vai ilgtspējas jautājumi tiek ietverti publikācijās par jūsu organizāciju
- Vai ceļojumu dokumentācija ietver informāciju par ilgtspēju ceļojumu galamērķī

Atbildes uz šiem jautājumiem ļaus veikt skaidru pamata novērtējumu.

Uz to balstoties, jūs varat izstrādāt sava uzņēmuma politiku un rīcības plānu ilgtspējas uzlabošanai.

1.3 Korporatīvās ilgtspējas politikas izstrādāšana

Balstoties uz ilgtspējas misijas formulējumu, un sākotnējo novērtējumu, uzņēmums var izstrādāt ilgtspējas politiku. Ilgtspējas politika nosaka ietvaru vides un sociālās ietekmes noteikšanai, monitoringam un snieguma uzlabošanai. Politika detalizēti apraksta, ko vēlaties sasniegt vidējā laika posmā (piem., 5 gados). Tai ir gan iekšēja, gan ārēja funkcija:

- **Iekšēji** – jūsu saistības ilgtspējas jomā paredz informēt visus uzņēmuma darbiniekus par jūsu mērķiem un katra darbinieka lomu šo mērķu sasniegšanā. Tā rezultātā ilgtspēja kļūst par uzņēmuma neatņemamu pamatvērtību. Visi uzņēmuma centieni ilgtspējas virzienā tiek mērķtiecīgi apvienoti un ietverti vienā kopējā dokumentā.
- **Ārēji** – jūsu saistības ilgtspējas jomā parāda klientiem, piegādātājiem un tūrismā iesaistītajām pusēm, kādā veidā jūs kontrolēsiet savu produktu un pakalpojumu ietekmes. Detalizēti tiek norādīts, kā šīs saistības palīdzēs jūsu organizācijai kļūt par ilgtspējīgu tūroperatori.

Ilgspējas politikai nepieciešams direktoru padomes un augstākās vadības atbalsts, tai jāattiecas gan uz uzņēmuma galvenā biroja, gan reģionālo un ārvalstu filiāļu darbību. Organizācijas ilgtspējas saistību formulējums rakstiskā politikas dokumentā nodrošina, ka visu līmeņu vadība atzīst ilgtspējas principus un to nozīmību. Tādā veidā viņi uzņemas saistības ieviest ilgtspējas politiku uzņēmumā un piegādātāju ķēdē.

A. Politikas izveide

Jāizveido politikas izstrādes grupa (Ilgspējas komanda), iekļaujot pārstāvjus no dažādām uzņēmuma nodaļām, tai skaitā, produktu pārvaldības, iepirkšanas, kvalitātes kontroles, veselības un drošības. Lai nodrošinātu politikas praktiskumu un atbilstību uzņēmumam, tās izstrādes procesā jāirīko konsultācijas ar visām ieinteresētajām pusēm, tai skaitā darbiniekiem un piegādātājiem.

Balstoties uz misijas formulējumu un pamata novērtējumu, Ilgtspējas komanda sastāda konceptuālu ilgtspējas politikas tekstu. Vadība to komentē, un komentāri tiek iekļauti gala versijā, kuru paraksta direktors. Specifiski soļi un procedūras, protams, tiek veikti tāpat, kā ieviešot jebkuru citu uzņēmuma darbības politiku.

Daži punkti, kas jāņem vērā, izstrādājot politiku:

- Neuzsāciet ieviest jebkādus ilgspējas pasākumus, kamēr nav rakstiska politikas dokumenta. Ja iepriekš nezināt savus mērķus, jūs riskējat izveidot sistēmu, kas mērķus sasniegt nevarēs. Darbiniekiem nebūs motivācijas, ja viņi nesaskatīs skaidru virzienu un galamērķi.
- Jūsu ilgspējas programmas vispārējie un konkrētie mērķi jāveido, balstoties uz pamata novērtējumu un misijas formulējumu. Vispārējie mērķi paskaidro ilgspējas galamērķus, kamēr konkrētie mērķi norāda, kādā līmenī jāsasniedz uzlabojumi.
- Visiem vadītājiem jūsu uzņēmumā jāatbalsta ilgspējas politika un jābūt iesaistītiem tās ieviešanā un uzraudzībā.
- Politika nedrīkst būt pārāk strikta. Kad ilgspējas politikas ieviešanā būsiet uzkrājuši zināmu pieredzi, varbūt vēlēšities to nedaudz pārveidot vai paplašināt.
- Politika jāuzraksta tādā veidā, lai tā būtu aktuāla gan pašā uzņēmumā, gan ārējā kontekstā.
- Atstājiet iespēju politiku izvērst un attīstīt tālāk. Ideālā variantā, pašā politikas dokumentā jāpasaka, ka mērķis ir šo politiku vērtēt un pilnveidot. Ieviešot politiku praksē, būs nepieciešams to regulāri pārskatīt, lai saprastu, vai tā joprojām ir aktuāla.
- Neizvirziet pārāk ambiciozus mērķus. Ja mērķi ir formulēti pārlietu ambiciozi, izredzes tos sasniegt ir ļoti mazas vai pat neiespējamā.
- Uzņēmuma ilgspējas politikas veidošanā un formulēšanā iesaistiet piegādātājus, sabiedrību un citas ieinteresētās puses. Lai ilgspējas politika atbilstu reālajai dzīvei, varbūt būs noderīgi apspriest idejas ar kādu no jūsu piegādātājiem un ņemt vērā viņu viedokli.

Visi ilgspējas mērķi nav jāasniedz vienlaicīgi. Virzība uz ilgspējīgu uzņēmuma darbību ir nepārtraukts process. Varat sākt ar vieglākajiem soļiem. Lai gan tie būs nelieli, tomēr pamazām paaugstinās jūsu uzņēmuma ilgspēju.

B. Saturs

Politikas saturam jāatspoguļo uzņēmuma darbības galvenie procesi, tai skaitā, ceļojumu paketes dzīves cikls no plānošanas līdz sastādīšanai un pakalpojumu sniegšanai:

- Iekšējā pārvaldība
- Produktu pārvaldība
- Piegādātāju ķēdes pārvaldība
- Sadarbība ar ceļojumu galamērķiem
- Attiecības ar klientiem

Lai gan nav noteiktas prasības, kam jābūt ietvertam ilgspējas politikā, vispārēji tai:

- jāatbilst ilgspējas misijas formulējumam un/vai jūsu uzņēmuma darbības politikai,
- jābūt Jūsu uzņēmuma izveidotai, nevis kopētai no cita uzņēmuma,
- jāaptver augstāk minēto piecu uzņēmuma darbības jomu galvenie aspekti,
- jāaptver galvenie aspekti atbilstoši ietekmēm, kas noteiktas pamata novērtējumā,
- jāatbilst uzņēmuma darbības un pakalpojumu raksturam, lielumam un ietekmēm,
- jānosaka atklāti, godīgi un reāli mērķi,
- jābūt saskaņā ar likumiem, noteikumiem un ētikas kodeksiem,
- jāizsaka jūsu uzņēmuma centieni pastāvīgi pilnveidoties,
- jāaptver gan produkti, gan pakalpojumi,
- jāattiecas uz visiem darbiniekiem un jābūt saprotamai ikvienam jūsu uzņēmumā,
- jāparedz, ka piegādātāji atbalsta jūsu uzņēmuma ilgspējas centienus,
- jānosaka apņemšanās paaugstināt iesaistīto pušu, īpaši piegādātāju un klientu ilgspējas izpratni,
- jābūt pieejamai ārpus jūsu uzņēmuma,
- uzņēmuma valdei jāparaksta deklarācija, ka uzņēmuma vadība atbalsta ilgspējas politiku.

Ir vitāli svarīgi norādīt, ka jūsu uzņēmuma veiktie ilgspējas pasākumi neietekmē tā konkurētspēju. Šī iemesla dēļ mērķis nav sasniegt visu uzreiz, bet pastāvīgi pilnveidoties, virzoties uz uzņēmuma ilgspējas

mērķu sasniegšanu un nemitīgi palīdzēt pilnveidoties jūsu piegādātājiem. Ilgtspēja palīdz biznesā, tādēļ ilgtspējas politika jāievieš visos uzņēmuma aspektos.

C. Politikas deklarēšana

Lai par ilgtspējas politiku informētu cilvēkus gan jūsu uzņēmumā, gan ārpus tā, jums jāuzraksta Ilgtspējas Politikas Deklarācija. Tas ir rakstisks paziņojums, ko paraksta valde, un kurā saīsinātā veidā apkopots ilgtspējas politikas saturs. Deklarācijai jābūt īsai (1/2 – 2 lapas) un skaidrai. Tā jāpublicē gan nacionālajā valodā, gan to reģionu valodās, kurās uzņēmums darbojas. Tādējādi tā būs saprotama jūsu uzņēmuma piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem citās valstīs. Deklarācijā jāiekļauj jūsu uzņēmuma ilgtspējas politikas svarīgākie vispārējie un konkrētie mērķi un sasniedzamie uzdevumi.

D. Politikas izziņošana

Piegādātājiem

Lai sasniegtu mērķus, jums sava ilgtspējas politika un vēlamie sasniegumi saprotami jāizskaidro piegādātājiem. Tas attiecas gan uz jebkādiem pārvaldības pasākumiem, ko sagaidāt no saviem piegādātājiem (piemēram, pievienošanās Travelife sistēmai), gan uz vispārējiem vai specifiskiem uzlabojumiem, ko cerat ieviest sadarbībā ar viņiem.

Jūsu vēstījumam jābūt vienkāršam un koncentrētam. Ja iespējams, apvienojieties ar citiem tūroperatoriem, kuri strādā ar tiem pašiem piegādātājiem. Jūsu paziņojumā jānorāda laika posms, kurā vēlaties sasniegt konkrētus mērķus, kā arī atzinība, kādu saņems piegādātāji, kuri būs daudz sasnieguši ilgtspējas virzienā. Jānorāda tehniskās palīdzības iespējas piegādātājiem, un arī jebkādi jūsu uzņēmuma nodomi attiecībā uz ilgtspējas punktu iekļaušanu piegādātāju līgumos.

Ilgtspējas politiku var izziņot pa parastajiem komunikāciju kanāliem. Parasti izmanto gan iespaidmateriālus, gan neformālas sanāksmes un diskusijas starp piegādātājiem un jūsu uzņēmuma darbiniekiem vai vietējiem aģentiem. Noderīgi pasākumi jūsu politikas un programmas popularizēšanai ir semināri (atsevišķos ceļojumu galamērķos vai arī kādā no jūsu uzņēmuma regulāri rīkotajiem pasākumiem), interneta vietnes, anketas un aptaujas, kas izveidotas, lai uzsvērtu svarīgāko jūsu programmā, vai arī iespaidmateriāli, piemēram, reklāmas lapas, plakāti un rokasgrāmatas.

Uzņēmuma darbiniekiem

Iekšējo komunikāciju uzskata par vitāli svarīgu līdzekli uzņēmuma vienotības panākšanai, darbinieku morālā stāvokļa uzturēšanai un caurspīdīguma veicināšanai. Skaidra iekšējā komunikācija palīdz veidot spēcīgu, uz ilgtspēju vērstu korporatīvo kultūru.

- Uzņēmuma sanāksmēs vērsiet uzmanību uz ilgtspējas politiku un rīcības plānu.
- Iekļaujiet ilgtspējas tēmu regulāro darbinieku sanāksmju darba kārtībā.
- Pievienojiet Ilgtspējas Politikas Deklarāciju jauno darbinieku informācijas paketei un iekļaujiet ilgtspējas elementus viņu darba vērtējuma indikatoros.

Klientiem un citām iesaistītajām pusēm

- Atspoguļojiet Ilgtspējas Politiku jūsu uzņēmuma reklāmas prospektos, ceļojumu brošūrās un mājas lapā.

1.4 Rīcības plāna sagatavošana un ieviešana

Kad izveidota uzņēmuma Ilgtspējas Politika, tās ieviešanai var sastādīt Rīcības Plānu. Tajā jānorāda darbības un uzdevumi, kas jāveic, lai sasniegtu Ilgtspējas Politikā noteiktos mērķus. Kamēr ilgtspējas politika aptver vidēja termiņa posmu (apm. 5 gadus), Rīcības Plāns paredzēts īsam termiņam (1-2 gadi). Tā izstrāde iekļauj šādus galvenos uzdevumus:

- A Prioritāro darbības jomu noteikšana;
- B Mērķu un sasniedzamo uzdevumu noteikšana;
- C Pienākumu, budžeta un laika plānojuma noteikšana



25

A. Prioritāro darbības jomu noteikšana

Jūsu Ilgtspējas Politikas mērķis ir konsekventa jūsu uzņēmuma ilgtspējas pilnveidošana, apzinoties, ka neviens uzņēmums nevar kļūt ilgtspējīgs diennakts laikā.

Uzsākot plāna ieviešanu, vislabāk ir pārbaudīt izvēlēto pieeju, nosakot prioritārās jomas un veicot izmēģinājuma posmu. Tādā veidā jūs sapratīsiet, kas “strādā” un kas “nestrādā”. Turklāt jūs varēsiet pieslīpēt pasākumus, pirms tos izvērst plašākā mērogā, un tādā veidā izvēlēties visefektīvākās metodes. Piemēram:

- Koncentrējieties uz noteikta veida piegādātājiem, pieņemsim, uz tiem, kuru jums ir visvairāk (piem., lielas viesnīcas; mazas viesnīcas; vietējie aģenti; ekskursiju pakalpojumi, utt.);
- Koncentrējieties uz galvenajiem ceļojumu galamērķiem, kurus izmantojat, vai arī uz tiem, kuros varat sadarboties ar citiem tūroperatoriem vai vietējām ieinteresētajām pusēm;
- Sāciet ar tiem darbiem, kur paredzamas “vieglas uzvaras”. Tas var būt labs veids, kā motivēt jūsu piegādātājus un darbiniekus paveikt sarežģītākus uzdevumus nākotnē.

B. Nosakiet darbības

Nosakot darbības, jāņem vērā sekojoši faktori:

- Pamata novērtējuma rezultāti, tai skaitā, jūsu uzņēmuma nozīmīgākās ietekmes.

- Jūsu Ilgtspējas Politikas mērķi un minimālie jūsu uzņēmuma noteiktie kritēriji.
- Augstākās vadības piekrišana visiem uzdevumiem un darbībām.
- Pieejamie resursi Ilgtspējas Programmas īstenošanai.
- Visdažādāko jomu uzņēmuma vadošo darbinieku (nodaļu) iesaistīšana prioritāro darbību noteikšanā.
- Iekšējā caurspīdīguma saglabāšana. Ja darbības programmu sastādīsiet, konsultējoties ar darbiniekiem un piegādātājiem, ir lielāka ticamība, ka Jūsu programma būs reālistiska un dzīvotspējīga, un ka darbinieki un piegādātāji vēlēties piedalīties tās īstenošanā.
- Svarīgas ir konsultācijas ar ieinteresētajām pusēm, piemēram, vietējām pašvaldībām ceļojumu galamērķos vai lielām viesnīcām, ar kurām jums noslēgti līgumi, lai nodrošinātu, ka viņi piekrīt jūsu mērķiem.
- Lai programma būtu efektīvāka, koordinējiet darbības ar citiem tūroperatoriem vai jūsu asociāciju.
- No visa, ko vēlaties sasniegt, paturiet tikai reāli izpildāmos uzdevumus un sevišķi rūpīgi apsveriet jūsu piegādātāju spējas veikt uzlabojumus.
- Darbībām un veicamajiem uzdevumiem jābūt konkrētiem, izmērāmiem, sasniedzamiem, reāliem un saistītiem ar laiku.
- Ieplānotos pasākumus sakārtojiet prioritārā secībā. Pierakstiet iemeslus, pēc kuriem noteicāt konkrētās prioritātes savā darbības programmā.
- Ilgtspējas Rīcības Plānam jābūt īsam un pa punktiem. Ja nepieciešami paskaidrojumi, tie jāpievieno kā pielikumi programmas beigās.

Darbības un uzdevumi jāapkopo tabulā, kas kļūs par ilgtspējas programmas pamatdokumentu. Izejot no tās, var izvērst veicamos pasākumus un regulāri pārbaudīt sasniegto, lai varētu pierādīt, kā šie pasākumi palīdz sasniegt ilgtspējas politikas mērķus.

Plānošanas posmā izšķiroši svarīgi ir pārbaudīt atbilstību likumdošanai gan uzņēmuma valstī, gan ceļojumu galamērķu valstīs. Iespējams, ka jūsu uzņēmums strādā ar informācijas sistēmu, kura informē par spēkā esošo un jauno likumdošanu šajās valstīs. Tūroperatoru direktorus var saukt pie atbildības par tūristiem piedāvātajām aktivitātēm, tādēļ ir ārkārtīgi svarīgi viņus informēt par visu saistošo likumdošanu.

C. Nosakiet laika grafiku, pienākumus, budžetu

Ilgtspējas Rīcības Programmā jāiekļauj plāna ieviešanas kopējais grafiks un termiņš katram atsevišķam pasākumam, konkrēti katras nodaļas pienākumi un resursi (piem., apmācība vai tehniska informācija), kā arī plāna ieviešanai nepieciešamais budžets. Lieliem tūroperatoriem varbūt būs vieglāk izstrādāt katrai nodaļai, ceļojumu galamērķim vai zīmolam atsevišķu programmu, taču tām visām jābūt savstarpēji saistītām.

Īpaša uzmanība jāpievērš sekojošajam:

- Jāizlemj, kādā secībā uzdevumi veicami un kāds laiks katram nepieciešams, jo dažus uzdevumus būs iespējams iesākt tikai tad, kad būs pabeigti iepriekšējie.
- Sāciet plānot uzdevumus, izejot no tā, kam jābūt sasniegtam gada beigās un virzieties atpakaļ uz gada sākumu, pa soļiem plānojot uzdevumus, kas veido priekšnosacījumus gada beigās sasniedzamajiem mērķiem;
- Nosakiet, kurš būs atbildīgs par katru darbību un uzdevumu, un panāciet, ka atbildīgie aktīvi iesaistās procesā, kā arī uzklusiet viņu ieteikumus attiecīgos uzdevumu veikšanai;
- Cik vien iespējams, uzticiet atbildību par darbu veikšanu uzņēmuma menedžeriem, ne tikai Ilgtspējas Komandas dalībniekiem;
- Iekļaujiet Ilgtspējas Rīcības Plāna īstenošanas pārskatu un darbinieku paveiktā novērtēšanu uzņēmuma regulārajās procedūrās;

- Katram darbam un uzdevumam iedaliet budžetu, ja nepieciešams, arī materiālus vai citus fiziskus resursus;
- Iepazīstiniet ar programmu visus, uz kuriem tā attieksies, tai skaitā klientus, darbiniekus, piegādātājus un vietējo sabiedrību. Vienlaicīgi informējiet par to, ko jūs kā tūroperators sagaidāt no viņiem.

D. Travelife Darbu Plānotājs

Travelife tiešsaistes darbu plānotājs palīdz plānot konkrētus ilgtspējas ieviešanas soļus. Plānotājs piedāvā vairāk kā 200 darbību, kas grupētas piecās pamattēmās: Ilgtspējas Pārvaldība, Iekšējā Pārvaldība, Piegādātāju Ķēdes Pārvaldība, Sadarbība ar Ceļojumu Galamērķiem un Komunikācija ar Klientiem.

Plānotājs piedāvā plašu darbību spektru. Tūroperatori, katra asociācija vai atsevišķs uzņēmums var izvēlēties savam biznesam un piegādātājiem atbilstošākos pasākumus. Piedāvātie pasākumi ir piemēroti jebkura lieluma tūroperatoram un balstīti uz citu tūroperatore jau esošo veiksmīgo pieredzi. Plānotājā ir iespējams vienkāršā veidā pievienot arī jaunus pasākumus un darbības. Darbu plānotājs sniedz tūroperatore asociācijām iespēju uzraudzīt viņu biedru saistības un progresu, salīdzināt tūroperatore citu ar citu noteiktos laika posmos, un salīdzināt rezultātus ar citām asociācijām. Sistēma automātiski ģenerē ilgtspējas rīcības plāna dokumentu pdf formātā.

Ja jūsu asociācija izmanto Travelife programmu, jums jāievēro prasības Travelife partneriem un specifiskas prasības, ko nosaka jūsu asociācija. Šajos gadījumos jāpārlicinās, ka jūsu rīcības plāns ir saskaņā ar jūsu profesionālās asociācijas prasībām.

1.5 Izpildes uzraudzība un izvērtēšana

Viens no izšķirošajiem posmiem ilgtspējas ieviešanā ir novērtēt, vai jūsu saistības īstenojas praksē. Ir salīdzinoši viegli aizpildīt dokumentāciju un parādīt, ka jums ir ilgtspējas politika un darbības plāns, ka esat iesaistījušies ilgtspējas pasākumos. Tomēr jums arī jāpierāda, ka šī politika un plāns īstenoībā padara jūsu uzņēmumu ilgtspējīgāku. Lai to pierādītu, jums jāspēj noteikt, cik labi esat spējuši īstenot savu ilgtspējas darbības programmu.

Ilgspējas sniegums regulāri jāuzrauga un jāfiksē, lai izvērtētu, vai uzdevumi ir izpildīti un mērķi sasniegti, un lai noteiktu mazāk veiksmīgās darbības. Plānotie un uzsāktie darbi jādokumentē un regulāros intervālos jāveic jauni ietekmes mērījumi, lai redzētu, vai sniegums uzlabojies.

A. Uzraudzības priekšrocības

Uzraudzība un procesa dokumentēšana jums ļauj:

- pārbaudīt, vai ir pievērsta uzmanība nozīmīgām ietekmēm un vai veiktās darbības atbilst plānotajiem mērķiem un uzdevumiem,
- saskatīt, kas darbojas, un kas nedarbojas, lai varētu veikt konkrētas izmaiņas ilgtspējas ieviešanas paņēmienos,
- veicināt atklātību un diskusijas par problēmām un panākumiem un efektīvāk noteikt turpmāk veicamās aktivitātes,
- izstrādāt skaidras un atbilstošas rekomendācijas nākamā gada pārvaldības ciklam,
- salīdzināt jūsu panākumus ar citiem tūroperatore jūsu asociācijā,
- publicēt rezultātus, lai informētu ieinteresētās puses ārpus uzņēmuma, ja to vēlaties.

Rezultāti, īpaši ieteikumi uzlabojumi, jāpārskata augstākajai vadībai un uzņēmuma direktoru padomei.

B. Uzdevumu, konkrēto mērķu un vispārējo mērķu uzraudzība

Jums jāuzrauga, vai esat izpildījuši ilgtspējas:

- Īstermiņa mērķus
- Vidēja termiņa mērķus
- Ilgtermiņa mērķus

Vai ir izpildīti visi ilgtspējas uzdevumi?

Lai noteiktu, vai esat izpildījuši visus uzdevumus, jums jāizvērtē savs rīcības. Jānosaka:

- Vai visi pasākumi un darbības ilgtspējas programmā tika pārbaudīti un dokumentēti?
- Kādi ir sasniegumi uz doto brīdi?
- Kādas problēmas radās pasākuma ieviešanā?
- Kādas izmaiņas vai papildus darbi nepieciešami, lai panāktu vēlamu rezultātu?

Vai esat sasnieguši savus konkrētos un vispārējos ilgtspējas mērķus?

Maz ticams, ka ilgtspējas programmas pirmajā darbības gadā jūs varēsiet paziņot, ka esat sasnieguši ilgtspējas mērķus, jo tas parasti ir izdarāms vidējā termiņā (3-5 gadi). Taču, jebkurā gadījumā, pēc pirmā gada pieredzes jūs varēsiet novērtēt, cik reāli un atbilstoši šie mērķi ir. Mērķu sasniegšana parasti atkarīga no vairāku nelielu uzdevumu izpildes. Visticamāk, vismaz dažus no tiem pirmajā gadā būsiet izpildījuši. Jautājumi, ar kuru palīdzību varat izvērtēt savu ilgtspējas mērķu sasniegšanu, ir sekojoši:

- Vai mērķi ir sasniegti tādā veidā, kā paredzējāt?
- Ar kādām problēmām mērķu sasniegšanā saskārties, ja tādas bija?
- Kādas izmaiņas vai papildus darbi vēl nepieciešami, lai sasniegtu vēlamu rezultātu?

Iekšēji uzņēmumā jums jāveic uzraudzība un izvērtēšana un jāplāno nākamie soļi jūsu rīcības programmā. Iespējams, būs nepieciešamas dažas izmaiņas īstermiņa mērķos, pienākumu sadalē atsevišķiem uzdevumiem, un metodēs, ar kādām īstenojat rīcības plānu. Daži uzdevumi varbūt būs vieglāki, nekā paredzēts, citi grūtāki, tādēļ darbības plāns jāpārskata pietiekami elastīgi attiecībā pret jūsu uzņēmuma un piegādātāju reālo situāciju.

C. Ieteikumi uzraudzībai

- Regulāras tikšanās ar attiecīgām personām, lai pārskatītu progresu un palīdzētu risināt problēmas, tiklīdz tās rodas. Bieži vien katrā jomā strādājošie vislabāk saprot, kur un kā veicami uzlabojumi, viņu iesaistīšana procesā palīdz veidot un nostiprināt viņu ieinteresētību ilgtspējas pasākumos.
- Nodrošināt pietiekami biežu uzraudzību, lai pamanītu problēmas pašā sākumā un varētu tās novērst.
- Noteikt un izslīpēt veiksmīgākās metodes ilgtspējas pasākumu uzlabošanai visā uzņēmuma piegādātāju ķēdē.
- Dokumentēt un uzglabāt uzraudzības informāciju centrālajā datu bāzē. Šim nolūkam var izmantot Travelife plānošanas un atskaišu rīku.
- Lai nodrošinātu, ka pārvaldības sistēma ir caurspīdīga, izskaidrojama un atbilstoša uzņēmuma vajadzībām, uzraudzības sistēmā jādokumentē darbības un to pamatojums, taču tas nedrīkst aizņemt pārāk daudz laika.

28

1.6 Atskaitīšanās par rezultātiem un to paziņošana

Pēc tam, kad esat uzraudzījuši un izvērtējuši savu ilgtspējas programmu, jums nepieciešams paziņot par panākto progresu. Tā ir iespēja informēt par jūsu darba rezultātiem ārpusauli un ieinteresētās puses. Sniedzot atskaiti darbiniekiem un piegādātājiem, jūs izrādāt atzinību viņu darbam ilgtspējas labā, atgādināt par programmas vidēja termiņa un ilgtermiņa mērķiem, un arī iepazīstināt viņus ar jau sasniegtajiem rezultātiem.

Ārējā atskaitē palielina caurspīdīgumu un uzticamību, tā uzlabo uzņēmuma tēlu un dod tam pievienoto vērtību. Atskaitīšanās arī veicina atklātību, diskusiju par problēmām un panākumiem, un palīdz uzņēmumam efektīvāk noteikt prioritātes turpmākai rīcībai.

Ilgspējas atskaites jā sagatavo regulāri. Pārāk bieža atskaitīšanās būs apgrūtināša, taču ja atskaitīšanās ir pārāk reta, ilgtspējas process var aiziet pašplūsmā. Parasti vispiemērotākais ir gada atskaišu cikls, kas sakrīt ar uzņēmuma finanšu atskaites periodu.

A. Labas atskaites principi

Apvienoto Nāciju atbalstītā Globālā Atskaišu Iniciatīva (*Global Reporting Initiative, GRI*) nosaka sekojošus labas ilgtspējas atskaites principus:

- **Līdzsvars** – atskaitē precīzi jāatspoguļo iegūtie dati, ne tikai pozitīvie piemēri.
- **Salīdzināmība** – tēmas un indikatori jūsu atskaitē jāizvēlas, jāapkopo un par tiem jāziņo konsekventi tādā veidā, lai ieinteresētās puses varētu analizēt izmaiņas jūsu organizācijas sniegtā laika gaitā.
- **Uzticamība** – informācija un procesi, kas izmantoti jūsu atskaites sagatavošanā, jāievāc, jāreģistrē, jāapkopo un jānodod atklātībā tādā veidā, lai informācija būtu kvalitatīva un lai to varētu pārbaudīt ārēji.
- **Precizitāte** – atskaites informācijai jābūt pietiekami precīzai un detalizētai, lai ieinteresētās puses nepieciešamības gadījumā var pārbaudīt jūsu uzņēmuma sniegumu.
- **Laiks** – atskaite tiek sagatavota regulāri un laikā, lai ieinteresētās puses varētu pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus. Jūsu organizācijai jāapņemas regulāri noteiktā laikā sniegt konsolidētu pārskatu par ilgtspējas izpildi.
- **Skaidrība** – informācija jāsniedz saprotamā un pieejamā veidā.

B. Travelife Atskaišu Rīks

Tiešsaistes Travelife Atskaišu rīks izstrādāts, lai palīdzētu ievērot labas atskaites principus. Tas ļauj jums atskaitīties jūsu profesionālajai asociācijai par atbilstību tās noteiktajiem minimālajiem standartiem. Atskaites rīks arī parādīs progresu, ko esat sasnieguši starp atskaites termiņiem.

Uz visiem jautājumiem jāatbild ar jā/nē. Jūs vai nu atbildat, vai neatbildat kritērijam. Ja atbildat, dažos jautājumos būs nepieciešams sniegt papildinformāciju (indikatorus), piemēram:

- **Paskaidrojums** - ko tieši un kā jūs darījāt, lai izpildītu uzdevumu, piem., kādu papildu apmācību sniedzāt darbiniekiem.
- **Skaitļi** - lai pierādītu savu sniegumu un izmērītu progresu, piem., cik procentiem no jūsu sadarbības naktsmītnēm ir ilgtspējas sertifikāts.
- **Dokumenti** - pierāda jūsu uzņēmuma atbilstošas darbības, piem., elektrības rēķins, kurā redzams, ka jūs patērējat “zaļo” enerģiju.

Tiešsaistes rīks ļauj jums sastādīt pamata atskaiti pdf formātā, kas uzrāda jūsu sniegumu dažādās kategorijās un panākto progresu.

C. Ārējā ziņojuma saturs

Ja vēlaties sastādīt ārējo ziņojumu, ieteicams to darīt pēc Globālās Atskaišu Iniciatīvas ilgtspējas atskaites satura parauga:

1. **Stratēģija un analīze:** tai jāiekļauj uzņēmuma vadītāja atzinums par ilgtspējas nozīmi uzņēmuma darbībā (misijas formulējums) un svarīgāko ietekmju, risku un izdevību apraksts un stratēģija (politika).
2. **Organizācijas profils:** informācija par uzņēmumu, personu skaitu, svarīgākajiem ceļojumu galamērķiem un produktiem.
3. **Atskaites parametri:** atskaites profils, apjoms, robežas un garantijas.
4. **Pārvaldība, saistības un apņemšanās:** pārvaldība, ārējās iniciatīvas un ieinteresēto pušu iesaistīšana.

5. **Izmantotie pārvaldības un izpildes indikatori un sasniegtie rezultāti:** Jūsu uzņēmuma sniegums pēc Travelife atskaites jautājumiem un indikatoriem, vai jebkādi papildu jautājumi un indikatori, ko vēlaties iekļaut atskaites ziņojumā.

Pirms uzņēmuma ilgtspējas ziņojuma publicēšanas, apsveriet iespēju to iedot pārskatīt neitrālai trešajai pusei.

D. Izvēlieties labāko komunikācijas veidu

Rakstiska atskaite ir viens komunikācijas veids, taču varat izmantot arī daudzus citus, atkarībā no jūsu resursiem un vajadzībām, piemēram, e-pasts, reklāmas lapas, paziņojumi presē un jūsu mājas lapa.

Visbiežāk ilgtspējas atskaites tiek publicētas internetā, lai ietaupītu iespēšanas izdevumus un nodrošinātu izplatīšanu. Turklāt, jūs varat uzrakstīt saistošu apkopojumu par jūsu uzņēmuma ilgtspējas pasākumiem un progresu, lai sniegtu informāciju gan klientiem, gan piegādātājiem.

1.7 Rīcības / Risinājumi

1. Ilgtspējas pārvaldība un atbilstība tiesību aktiem				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Uzņēmuma iesaistīšana				
1.1	Saistītie resursi	Vadība apņemas sniegt adekvātus resursus (cilvēkresursus un/vai finansiālos resursus) ilgtspējas politikas ieviešanai.	√	√
1.2	Uzņēmuma misija	Uzņēmuma ilgtspējas misija tiek publicēta uzņēmuma korporatīvajā mājaslapā.	√	√
1.3	Apmācīts ilgtspējas koordinators/komanda	Ilgtspējas koordinators/komanda ir veiksmīgi pabeidzis Travelife Ilgtspējas apmācības un noliceksāmenu (pēdējo triju gadu laikā)	√	√
1.4	Apmācīts galvenais personāls	Galvenie personāla darbinieki tādi, kā produktu vadītāji, komunikācijas vadītāji un pārdošanas vadītāji, ir izgājuši Travelife apmācības.		
Sabiedriskā sadarbība				
1.5	Sadarbība	Uzņēmums ir aktīvi iesaistīts ārējos forumos un darba grupās, kuras atbalsta tūrisma ilgtspēju.	√	
1.6	Pieredzes apmaiņa	Dalīšanās pieredzē ar citiem uzņēmumiem un ieinteresētajām personām, kā arī informēšana par labākajām praksēm ilgtspējīgā tūrismā (piem., ar Travelife mājaslapas starpniecību).	√	
1.7	Ziedojumi	Uzņēmums sniedz atbalstu dabas aizsardzības organizācijām un/vai kopienu attīstībai (piem., infrastruktūra, izglītība, veselība, sanitārā situācija) vai citām vietējām/valstiskām ilgtspējas iniciatīvām. To var darīt arī stimulējot personāla un/vai klientu ziedojumus.	√	
Pamatnovērtējums				
1.8	Partneru/piegādātāju pārskats	Uzņēmumam ir sistēma kādā tiek identificēti galvenie partneri un to (tiešo vai netiešo) piegādātāju skaits un tips, un viņu ilgtspējas sniegums (piem., sertificēts vai nē)	√	
1.9	Pamatnovērtējums	Uzņēmums ir veicis pamatnovērtējumu saistībā ar tā savietojamību ar ilgtspējas labākās prakses standartiem	√	√

		(piem., ar šī Travelife standarta atbalstu Tūrisma uzņēmumiem).		
Politika				
1.10	Korporatīvas ilgtspējas politika ir pieejama darbiniekiem, piegādātājiem un arī vispārējai sabiedrībai korporatīvajā mājaslapā un galvenajās patērētāju mājaslapās.	Korporatīvas ilgtspējas politika ir pieejama darbiniekiem, piegādātājiem un arī vispārējai sabiedrībai korporatīvajā mājaslapā un galvenajās patērētāju mājaslapās.	√	√
1.11	Korporatīvas ilgtspējas politika ir pieejama darbiniekiem, piegādātājiem un arī vispārējai sabiedrībai korporatīvajā mājaslapā un galvenajās patērētāju mājaslapās.	Korporatīvas ilgtspējas politika ir pieejama darbiniekiem, piegādātājiem un arī vispārējai sabiedrībai korporatīvajā mājaslapā un galvenajās patērētāju mājaslapās.	√	√
Rīcības plāns				
1.12	Rīcības plāns	Uzņēmumam ir ilgtspējas rīcības plāns (mērķi, darbības, mērījumi, pienākumi un laika plānošana).	√	√
1.13	Personāla iesaistīšanās	Vadība iesaista personālu rīcības plāna ieviešanā un tie atzīst tos kā virzošo spēku veiksmīgiem un ilgtermiņa ilgtspējas uzlabojumiem.	√	√
1.14	Produktu attīstītāji / līgumu vadītāji	Produktu attīstītāji un līgumu vadītāji ir informēti un apmācīti, un viņi ir nodrošināti ar resursiem, lai varētu ieviest politiku attiecībā uz piegādātājiem.		
Uzraudzība un novērtēšana				
1.15	Uzraudzība un novērtēšana	Uzņēmums ir attīstījis dokumentētas procedūras ilgtspējas politikas ieviešanas, uzdevumu un mērķu uzraudzībai un novērtēšanai.	√	√
1.16	Personāla komunikācija	Darbinieki tiek regulāri informēti par uzņēmuma ilgtspējas politikas uzstādījumu, aktivitātēm, rezultātiem un saistītajiem jautājumiem (piem., ar biļetenu, intraneta un citu uzņēmuma izmantoto iekšējās komunikācijas kanālu palīdzību).	√	
Ārējās atskaites un komunikācija				
1.17	Vadības atskaite	Vismaz reizi gadā ilgtspējības koordinators iesniedz atskaiti galvenajai vadībai par ieviestās politikas un darbību efektu, statusu uzdevumu izpildē un noformulē ieteikumus uzlabojumiem.		
1.18	Travelife atskaite	Uzņēmums ar Travelife starpniecību atskaitās par savu progresu vismaz katrus divus gadus.	√	√
1.19	Publiskā atskaite	Galvenie ilgtspējības rezultāti tiek nosūtīti sabiedrībai vismaz ik pēc diviem gadiem, un tie ir pieejami uzņēmuma mājaslapā.	√	√
1.20	Ilgspējība un sabiedriskās attiecības	Uzņēmums rūpējas un darbojas ar klientu un citu ieinteresēto personu jautājumiem par sabiedriskajām attiecībām.		

2. Iekšējā pārvaldība: sociālā politika un cilvēktiesības

Lai panāktu, ka Ilgtspējības Politiku īsteno piegādātāji, uzņēmumam vispirms jāsakārto pašam sava iekšējā pārvaldība. Samazinot biroja darbības ietekmes uz vidi un rīkojoties sociāli atbildīgi, uzņēmums rāda labu piemēru gan darbiniekiem, gan piegādātājiem.

Tūrisms pieder pie pakalpojumu sektora un tas ir augstā mērā vērst uz klientiem. Tātad, cilvēkresursu kapitāls tūroperatoram ir ļoti svarīgs.

Labi darba apstākļi nodrošina augstu darbinieku apmierinātības un motivācijas līmeni. Tas samazina kadru mainību, kā rezultātā klientiem tiek nodrošināts augstāks apkalpošanas līmenis. Ilgtermiņā tam ir labvēlīga ietekme uz uzņēmuma kontinuitāti un konkurētspēju.

Ja valsts nodarbinātības likumdošanas akti neatbilst starptautiski atzītiem pamata standartiem, tūroperatoram ir jāveic vairāk, nekā prasa nacionālā likumdošana. Pamata starptautiskos standartus ir noteikusi Starptautiskā Darba Organizācija, SDO (*International Labour Organisation, ILO*). Šī organizācija apvieno 183 valstis, tajā iesaistītās valdības un sociālie partneri veido forumu, kurā brīvi debatē par minimālajiem darba standartiem. SDO galvenais standarts ir, piemēram, apvienošanās brīvība, kas nozīmē, ka strādnieki un darbinieki var veidot savas organizācijas, lai risinātu darba attiecības. Standarts nosaka arī bērnu darba un piespiedu darba aizliegumu.

Citi vispārēji darba standarti ir, piemēram, atbilstoša darba samaksa darbiniekiem (iztikas minimums) un noteikta ilguma apmaksāts ikgadējais atvaļinājums. Regulāra aptauja par darbinieku apmierinātību var palīdzēt noteikt un izprast darbinieku motivāciju un apmierinātību, un sniegt vērtīgas idejas uzlabojumiem. Jāņem vērā arī elementāras cilvēktiesības, piemēram, uzņēmumā nedrīkst pastāvēt diskriminācija.

Ja Jūsu uzņēmumā pastāv skaidri definēta veselības un drošības politika, Jūsu darbinieki un citi zinās, ka rūpēties par darbinieku veselību un drošību. Par veselības un drošības jautājumiem varat konsultēties ar darbiniekiem. Darbinieki, iespējams, vislabāk zina, kādi riski pastāv viņu darba vietā. Iesaistot viņus lēmumu pieņemšanā, jūs izrādāt savu nopietno attieksmi pret viņu veselību un drošību.

Lai nodrošinātu personāla labu sniegumu, apmācība ir svarīga visos līmeņos. Jāveicina mūžizglītība un prasmju nodošana. Šī iemesla dēļ darbiniekiem jāsaņem informācija par sociālo un vides politiku. Piedāvājot uzņēmumā vietas praktikantiem, tiek izpildīts gan pienākums pret sabiedrību, gan arī uzņēmums nodrošina sevi ar nākotnē nepieciešamiem darbiniekiem.

2.1 Rīcības / Risinājumi

2. Iekšējā vadība: sociālā politika un cilvēktiesības				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaitē	Obligāta prasība
Sociālā politika un cilvēktiesības				
2.1	Apvienošanās brīvība	Piederība arodbiedrībai, kolektīvās darbaspēka pārrunas un arodbiedrības biedru pārstāvniecība netiek kavēta.	✓	✓
2.2	Kolektīvais darba līgums	Uzņēmums piedalās un atbilst (sektora mērogā) kolektīvo darba apstākļu atrunāšanas struktūrā (gadījumā, ja tāda lokāli pastāv).	✓	
2.3	Piespiedu darbs	Darbinieki var uzsākt darbu pēc savas izvēles un var pamest darbu, kad vēlas bez soda, atbilstoši savam līgumam.	✓	✓
2.4	Oficiāli rakstiski sastādīti līgumi	Visiem uzņēmuma darbiniekiem ir rakstisks darba līgums, kurā ir iekļauti darba apstākļi un darba apraksts.	✓	✓
2.5	Iztikas minimums	Uzņēmums maksā darbiniekiem vismaz tādu iztikas minimumu, kas ir vienāds vai augstāks ar likumā noteikto iztikas minimumu.	✓	✓
2.6	Virsstundas	Par virsstundām tiek maksāts, vai arī laiks tiek kompensēts, ja vien nav bijusi rakstiska vienošanās ar darbinieku par specifiskiem nosacījumiem un tā nav rakstiskā veidā pievienota viņu parakstītajam darba līgumam.	✓	✓

2.7	Veselības aprūpes apdrošināšana	Organizācija palīdz ar apmaksu veselības aprūpes apdrošināšanas iegādei visiem darbiniekiem.	√	√
2.8	Grūtniecības un dzemdību atvaļinājums	Uzņēmums piedāvā grūtniecības un dzemdību atvaļinājuma shēmas visiem darbiniekiem.		
2.9	Invaliditātes riski	Uzņēmums veic ieguldījumu invaliditātes riska apdrošināšanas iegādei visiem darbiniekiem.		
2.10	Pensija	Uzņēmumam ir pensiju shēma visiem personāla darbiniekiem.		
2.11	Atvaļinājums	Darbiniekam ir tiesības uz fiksētu ikgadēju apmaksātu atvaļinājumu.	√	√
2.12	Papildus bonusi	Darbiniekiem tiek piešķirti papildus bonusi ārpus viņu juridiskajām tiesībām (piem., peļņas sadales shēmas).		
2.13	Veselība un drošība	Uzņēmumam ir veselības un drošības politika darbiniekiem, kura atbilst tiesiskiem standartiem / labai praksei. Negadījumi tiek izmeklēti un tiem piemēroti koriģējoši mēri. Pirmās palīdzības komplekti un apmācīts personāls ir pieejami visās atbilstošajās vietās.	√	√
2.14	Vienlīdzīgas iespējas	Uzņēmums nodrošina, lai cilvēki netiktu diskriminēti darbā iekārtošanas, darba apstākļu, apmācību pieejamības, senioru amatu vai darba paaugstinājumu jomā, saistībā ar dzimumu, rasi, vecumu, invaliditāti, etnisko piederību, reliģiju/ticību vai seksuālo orientāciju.	√	√
2.15	Bērnu nodarbināšana	Uzņēmums nenodarbina bērnus (14 gadus vecus vai jaunākus), lai veiktu darbu, kuru parasti veic pieaugušie, un, bērniem, kuri strādā šajā biznesā, eksistē īpaši darba laiki un apstākļi atbilstoši valsts noteikumiem un ANO konvencijai par Bērnu tiesībām, atbilstoši tam, kura sniedz vislielāko aizsardzību, ņemot vērā izņēmumus, kas ir minēti SDO konvencijas 138.	√	√
2.16	Sūdzību procedūra	Uzņēmums var pierādīt, ka tam ir efektīva procedūra, ar kuras palīdzību darbinieki var celt sūdzības un, ka tām pastāvu atbilstošu un laicīgi pieņemamu mēru procedūras.	√	
2.17	Reprezentācija	Uzņēmumam ir veidi ar kuriem viss personās veic prezentācijas galvenajai vadībai par galvenajiem ar darbu saistītajiem jautājumiem, un eksistē skaidrs process, kas demonstrē kā uz šādām prezentācijām tiek atbildēts.	√	
2.18	Disciplināro procedūru dokumentācija	Pastāv dokumentētās disciplinārās procedūras un personāls ir par tām informēts.	√	
2.19	Elastīgi darba laiki	Uzņēmums atbalsta elastīgus darba laikus vai darbu uz puslodzi (piem., lai palīdzētu pildīt ģimenes saistības)		
2.20	Piekļuve personām ar īpašām vajadzībām	Biroja ēka un citas uzņēmuma ēkas nodrošina, ja tas ir tehniski un finansiāli iespējams, piekļuvi personām ar īpašām vajadzībām.		
2.21	Darbinieku apmierinātības novērtējums	Darbinieka apmierinātība tiek regulāri novērtēta un ieteikumi tiek ņemti vērā.	√	
Apmācības un izglītība				
2.22	Veselība un drošība	Visi personāla darbinieki saņem periodiskus padomus un apmācību, saistībā ar viņu lomām, tiesībām un pienākumiem saistībā ar veselības un drošības jautājumiem.	√	
2.23	Apmācības un izglītība	Uzņēmums nodrošina, lai visos atbildības līmeņos personāla kompetences un darbinieku personīgā attīstība būtu vienlīdzīga, piedāvājot resursus un iespējas personīgai attīstībai regulāru apmācību, izglītības vai uzņēmuma	√	

		darbības veida veidā (piem., mācīšanās vienam no otra).		
2.24	Praktikantu vietas	Studentiem tiek piedāvāta stažēšanās iespēja.	√	

3. Iekšējās vides pārvaldība

Arī tūroperatora biroja vides ietekmes var ievērojami samazināt. Šie pasākumi ne tikai aizsargā dabas vidi, bet arī dod finansiālu labumu, paaugstina darbinieku izpratni par vides jautājumiem un motivāciju, redzot tiešus rezultātus. Šīs nodaļas tēmas ir papīrs, enerģija, ūdens un atkritumi. Tajā apskatīti arī pasākumi CO² izmešu samazināšanai un iekšējai komunikācijai.

Papīrs

Pasaules mērogā papīra ražošana rada 3-4% no kopējām CO² emisijām, kas ir gandrīz tikpat, cik rada avio industrija. Lai gan līdz ar tiešsaistes mārketinga iespēju parādīšanos tūrooperatori ir ievērojami samazinājuši papīra patēriņu, papīrs tomēr tiek izmantots daudzās darbībās, sākot no biroja iekšējām vajadzībām līdz produktu katalogiem. Papīra patēriņa vides ietekmi var samazināt, izmantojot videi draudzīgu papīru, samazinot papīra patēriņu biroja vajadzībām un mārketinga materiāliem.

Ilgspējīga papīra lietošanai ir vairāki aspekti. Šis papīrs gatavots no kokiem, kas cirsti ilgtspējīgi apsaimniekotos mežos, un tajā ir liels pārstrādātā papīra īpatsvars. No otras puses, arī papīra ražošanas procesam jābūt ilgtspējīgam, neizmantojot toksiskas ķīmiskas vielas, balināšanu ar hloru, samazinot ražošanas procesā nepieciešamo ūdens un enerģijas patēriņu.

Iepirkuma procesā var palīdzēt vairāki ilgtspējas sertifikāti. Labs piemērs ir Meža Uzraudzības Padomes (*Forest Stewardship Council, FSC*) sertifikāts no ilgtspējīgi apsaimniekotos mežos auguši kokiem ražotam papīram. Savus mārketinga materiālus varat iespiest, izmantojot ilgtspējīgi pārvaldītu poligrāfijas uzņēmumu pakalpojumus (piem., ISO 14001 vai EMAS sertifikāts). Papīra patēriņu var samazināt, izmantojot e-pastu un apdrukājot lapas no abām pusēm.



Tūrismā visvairāk papīra tiek patērēts, iespiežot ceļojumu katalogus. Patēriņu var samazināt, reklamai un pārdošanai izmantojot internetu. Regulāri jāatjauno klientu datu bāzes, lai brošūras nesūtītu velti. Var arī, piemēram, izmantot svītru kodu, lai pārbaudītu pārdošanas aģentu noliktavas atlikumus. Cik iespējams, papīrs jāizmanto otrreiz. Nosūtot draudzīgu atgādinājumu e-pastā vai ieviešot atlīdzības sistēmu, klientus var aicināt atgriezt brošūras pārdošanas aģentiem.

Iepirkums

Ilgspējas kritēriji jāņem vērā, iepērkot biroja preces, ēdināšanas pakalpojumus, kafijas/uzkodu automātus, apzaļumošanas un uzkopšanas pakalpojumus, darba apģērbu.

Piemēram, jūsu uzņēmums var pirkt pārstrādājamas printera kasetes, tīrīšanas līdzekļus, kuri vismazāk ietekmē vidi, izvēlēties tikai tādas telpu uzkopšanas uzņēmumus, kuri strādā pēc ilgtspējas principiem, ēdināšanai izvēlēties organisku pārtiku un/vai godīgas tirdzniecības produktus. Ilgtspējas kritērijus var iekļaut piegādātāju izvēles kritērijos. Arvien vairāk valdības izstrādā un pielieto savus kritērijus publiskajam iepirkumam.

Piemēram, no 2010. gada, Nīderlandes valdības iestādes drīkst iepirkt tikai ilgtspējīgas preces un pakalpojumus, kas attiecas arī uz tūrisma produktiem. Valdības kritēriji tūrisma un citiem produktiem angļu valodā atrodami <http://www.pianoo.nl/english>. Arī jūs varat tos izmantot.

Atkritumi

Ilgspējīga atkritumu apsaimniekošana balstīta uz trīs mērķiem: samazināšana, otrreizējā izmantošana un pārstrāde. Atkritumu apsaimniekošanas uzdevums ir iespējami novērst atkritumu rašanos un samazināt to daudzumu, mazinot kaitējumu videi.

Centieties radīt iespējami mazāku atkritumu daudzumu, piemēram, iepērkot visu nepieciešamo vairumā. Tas samazina iepakojuma materiālu daudzumu un iepirkšanas izmaksas. Jūs varat šķirot atkritumus, lai tos varētu pārstrādāt: stikls, papīrs/kartons, plastmasa, toneri/tintes kasetes, baterijas, organiskie atkritumi.

Enerģija

Tūroperatori var dot savu ieguldījumu klimata pārmaiņu novēršanā, samazinot enerģijas patēriņu. To var panākt, izmantojot ilgtspējīgus enerģijas avotus un samazinot enerģijas patēriņu birojos.

Enerģijas samazināšanas pārvaldības piemēri ir labi funkcionējoša klimata kontroles sistēma uzņēmuma ēkās. Apkure un gaisa kondicionēšana sastāda apmēram 60% no uzņēmuma elektrības patēriņa rēķiniem. Šos izdevumus var samazināt, uzstādot noteiktu temperatūru telpās, izmantojot taimerus apkures/dzesēšanas sistēmām un nodrošinot ēku siltumizolāciju.

Nākošais ir biroja apgaismojums, kas sastāda aptuveni 25% no elektrības patēriņa rēķiniem. Nomainot spuldzes pret enerģiju taupošām spuldzēm, piemēram, LED spuldzēm, finansiālu efektu var gūt ļoti īsā laikā.

Arī datoru iekārtas patērē daudz elektroenerģijas. Kad pienācis laiks tos nomainīt, izvēlieties modeļus ar zemu enerģijas patēriņu un dodiet darbiniekiem rīkojumu datorus izslēgt, kad tie netiek lietoti.

Ūdens

Par ūdens taupīšanu darbā daudzi no mums neaizdomājas. Biroju ēkās visvairāk ūdeni patērē tualetes. Ūdens patēriņu var samazināt, uzstādot ūdeni taupošas ierīces, piemēram:

- Ūdens skaitītājus
- Plūsmas ierobežotājus
- Sensoru krānus
- Ūdens jaucējkrānu aeratorus un nospiežamos krānus.

Bieži lielu ūdens pārtēriņu rada noplūdes. Lūdzot darbiniekiem vienmēr ziņot par noplūdi tehniskajam dienestam un regulāri fiksējot ūdens patēriņu, jūs varat izvairīties no ūdens pārtēriņa.

Pārvietošanās

Darbinieku pārvietošanās pārsvarā ir nokļūšana no mājām uz darbu un arī dažādi darba braucieni. Darbā nokļūšanas ietekmi uz vidi var samazināt, izmantojot ilgtspējīgu transportu, piemēram, sabiedrisko transportu un velosipēdu (*soft mobility*). Darbinieku pārbraucienus var samazināt arī darbs no mājām, izmantojot informāciju tehnoloģijas un tele- vai video konferences.

Klimata Kompensācija

Papildus enerģijas patēriņa samazināšanai un ilgtspējīgu resursu izmantošanai, ir iespējams arī kompensēt CO² emisijas, kas rodas, izmantojot konvencionālos enerģijas avotus. To var darīt, investējot koku stādīšanas programmās, ilgtspējīgās enerģijas projektos, vai iepērkot CO² emisiju kvotas. Tādā veidā uzņēmums neitralizēs savu ietekmi uz klimatu. Patreizējā cena par vienu oglekļa izmešu tonnu ir aptuveni 15 eiro.

Apmācība un izpratnes paaugstināšana

Jūsu uzņēmuma vides ilgtspēja lielā mērā atkarīga no katra atsevišķa darbinieka iesaistīšanās, tādēļ regulāri nepieciešams viņus informēt par iespējamiem pasākumiem un ilgtspējas politiku. Informācija jābūt viegli pieejamai, piemēram, iekšējie ziņu izdevumi intranetā, plakāti un kampaņas (piemēram, “velo nedēļa”). Ja Jūsu uzņēmumā šīs lietas būs sakārtotas, darbinieki labprāt iesaistīsies uzņēmuma ilgtspējas politikas īstenošanā.

3.1 Rīcības/Risinājumi

3. Iekšējā vadība: vides un kopienas attiecības				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība

Iegāde				
3.1	Vienreiz lietojamo un patēriņa preču samazināšana	Uzņēmumam ir politika kādā veidā tiek mērīta un aktīvi samazināta vienreizējo un patēriņa preču izmantošana (jo īpaši papīra izmantošana biroja vajadzībām).	√	
3.2	Ilgspējīgi iepirkumi	Bizness ir ieviesis iepirkumu politiku, kura sniedz priekšroku ilgtspējīgu produktu un pakalpojumu iegādei, ieskaitot celtniecības materiālus, ražošanas līdzekļus, pārtiku, uzkodas un patēriņa preces (piem., vietēja ražojuma preces, godīga ražojuma, bioloģiski produkti, zema oglekļa ietekme, eko-marķēti un FCS produkti), ja tādas iespējas pastāv.	√	
3.3	Biroja papīrs: tips	Vairāk nekā 90% no birojā izmantotā papīra (iekšējai un administratīvai lietošanai) sastāv no ilgtspējīga (FSC, Otrreizēji pārstrādāta vai ilgtspējīgi ražota) papīra (ņemot vērā, ka šādas iespējas vietējā mērogā ir pieejamas).	√	√
3.4	Biroja papīrs: drukāšana	Kopēšanas un drukāšanas iekārtas pēc noklusējuma ir iestatītas drukāšanai uz abām pusēm (duplex) vai citos papīra taupīšanas režīmos.	√	√
3.5	Sertificēta kafija un tēja	Vismaz 50% (kilogramos vai pēc vērtības) no kafijas un tējas, kas tiek izmantota birojā sastāv no godīga vai bioloģiska ražojuma produktiem, vai tiem ir cits atzīts ilgtspējas sertifikāts.	√	
3.6	Biroja krājumi	Citi biroja krājumi (kartes, pildspalvas, mēbeles u.c.) tiek iegādāti ilgtspējīgi.		
3.7	Iepirkšana vairumā	Produkti tiek iepirkti vairumā, lai samazinātu iepakojuma materiālu daudzumu.		
3.8	Ēdināšana	Ēdināšana ir darbojas pēc ilgtspējības principiem (iepirkumi, transports, pārpalikumi) un piedāvā pēc iespējas plašāku vietēji ražotu, bioloģisku, MSC, godīgi ražotu produktu klāstu un ēdienu.		
3.9	Dāvanas	Izvēloties piemiņas suvenīrus un Jaunā Gada dāvanas vienmēr tiek ņemts vērā ilgtspējības kritērijs.		
Papīrs (reklāmas materiāli)				
3.10	Drukāšanas uzņēmums	Drukāšanas uzņēmums strādā ar sertificētu vides vadības sistēmu (piem., ISO 14001, EMAS).	√	
3.11	Reklāmas materiāli	Brošūras tiek drukātas uz videi draudzīga (otreizēji pārstrādāts, FSC vai bezhlorā) papīra vairāk nekā 50% no kopējās korporatīvās lietošana (kilogramos, lapas vai izmaksas). Gadījumā, ja pieejams vietējs ražojums par samērīgām cenām.	√	√
3.12	Efektīva brošūras izmantošana	Tiek veicināt efektīva brošūras izmantošana Piemēram, izmantojot pieprasījuma vai noliktavas vadības sistēmu. Lai atbilstu šim kritērijam, tiek pieņemta arī politika" tikai internetā" .	√	
Enerģijas patēriņš				
3.13	Enerģijas samazināšanas politika	Uzņēmumam ir enerģijas taupīšanas politika, kas ir ieviesta un tiek uzraudzīta.	√	√
3.14	Enerģijas patēriņš un avoti	Enerģijas patēriņš apkurei un elektrībai tiek mērīts, avoti ir norādīti un kopējās siltumnīcas efektu gāzes un/vai oglekļa izmeši ir aprēķināti. Ir salīdzināti dažādi periodu ar mērķi samazināt izmešus.	√	
3.15	Enerģijas audits	Ēkas enerģijas auditu ir veicis pilnvarots uzņēmums un tā ieteikumi ir ieviesti.	√	√
3.16	Ilgspējīga enerģija	Gadījumā, ja ir pieejama par saprātīgu (papildus) cenu, tiek iepirkta vai ražota ilgtspējīga (zaļā) enerģija.	√	

3.17	Energoefektīvs apgaismojums	Vismaz 75% no apgaismojuma ir energoefektīvi ((klase A: KLL, LED, T-8, vai T-5), ieskaitot āra un autostāvvietas).	√	
3.18	Automātiskā ieslēgšanas/izslēgšanas sistēma	Automātiskā ieslēgšanas/izslēgšanas sistēma ar, piemēram, taimeriem vai kustību sensoriem darbojas vietās, kur tas ir praktiski iespējams.		
3.19	Aprīkojuma "izslēgšanas" politika	Aprīkojams, kad vien tas ir iespējams, pēc darba laika tiek izslēgts (tas neatrodas "gaidstāves" režīmā)	√	√
3.20	Apgaismes "izslēgšanas" politika	Biroja apgaisme tiek izslēgta pēc darba laika.	√	√
3.21	Aprīkojums ar zemu enerģijas patēriņu	Iepērkot jaunu aprīkojumu, uzņēmums sniedz priekšroku zemas enerģijas aprīkojumam, balstoties uz visaugstākajiem ES direktorijas 2003/66/CE standartiem, Energy Star vai līdzīgiem noteikumiem.	√	√
3.22	Efektivitātes režīms	Aprīkojums pēc noklusējuma ir iestatīts enerģijas taupīšanas režīmā.	√	√
3.23	Citi mēri	Citi mēri, kas nav minēti iepriekš.		
Ūdens patēriņš				
3.24	Ūdens patēriņa samazināšanas politika	Uzņēmumam ir aktīva politika ūdens patēriņa samazināšanai, kas ir ieviesta un tiek uzraudzīta.	√	
3.25	Ūdens ieguve	Ūdens ieguve ir ilgtspējīga un tā negatīvi neietekmē vides plūsmas.		
3.26	Ūdens izmantošana	Ūdens izmantošana etalona nolūkos katru mēnesi vai katru gadu tiek mērīta kubikmetros un tiek noteiktas ūdens ieguves.	√	
3.27	Plūsmas ierobežotāji	Plūsmas ierobežotāji ir uzstādīti vismaz 75 % krāniem.		
3.28	Aeratori	Ir uzstādīti aeratori.		
3.28	Nospiežamie krāni	Nospiežamie krāni, vai citas ūdeni taupošas tehnoloģijas ir uzstādītas vismaz 75 % no visiem krāniem.		
3.30	Ūdeni taupošas tualetes	Tualetēs ir ierīkotas piespiešanas pogas vai cits ūdeni taupošs aprīkojums (gadījumā, ka birojs ir uzņēmuma īpašums)	√	
3.31	Lietus ūdens	Notekūdens un/vai savāktais lietus ūdens tiek lietots otrreizēji.		
Atkritumu apsaimniekošana				
3.32	Likumdošana par atkritumiem	Uzņēmums atbilst valsts likumdošanai saistībā ar atkritumu apsaimniekošanu. Jebkuru pārpalikušo atkritumu apsaimniekošanai nav negatīvas ietekmes uz vietējiem iedzīvotājiem un vidi.	√	√
3.33	Atkritumu samazināšana	Uzņēmums ir izveidojis un ieviesis cieto atkritumu apsaimniekošanas un pārstrādes politiku ar kvalitatīvajiem mērķiem samazināt atkritumus kas nav atkārtoti lietojami vai pārstrādājami (piemēram kafijas tasīšu otrreizēja lietošana, divpusēja drukāšana, iepirkšana vairumā).	√	√
3.34	Ilgtspējīga iepakojšana	Uzņēmums ir pieņēmis mērus, lai samazinātu iepakojšanas materiālu daudzumu un neizmanto otrreizēji nepārstrādājamus materiālus un tādus iepakojšanas materiālus, kas bioloģiski nesadalās.	√	
3.35	Plastmasas ūdens pudeles	Lai izvairītos no plastmasas pudeļu lietošanas, dzeršanai tiek lietots krāna vai filtrēts ūdens.	√	
3.36	Atkritumu otrreizēja lietošana / pārstrāde	Komercedarbība demonstrē to, ka tā atdala visus materiālus, kurus var pārstrādāt (vai lietot atkārtoti) (ieskaitot stiklu, papīru, bioloģiskos atkritumus un plastmasu). Tā, cik vien tas ir vietēji iespējams, organizē savākšanu un kārtīgu	√	√

		savāktā apsaimniekošanu, ja savākšanu nenodrošina vietējās iestādes.		
3.37	Toneris/tinte	Drukāšanai un kopēšanai izmantojot tinti un toneru kasetnes, tiek īstenotas atkritumu samazināšanas metodes (pārstrāde, atkārtota uzpildīšana)	√	
3.38	Bateriju pārstrāde	Baterijas tiek pārstrādātas (ja vietēji tas ir iespējams) vai ar tām tiek veikta atbilstoša apsaimniekošanas rīcība.	√	
Piesārņojuma samazināšana				
3.39	Notekūdeņi: apstrāde	Notekūdeņi, tai skaitā pelēkais ūdens tiek efektīvi apstrādāti, tas atbilst valsts likumdošanai un tiek otrreizēji izmantots vai izlaists neradot nekādu negatīvu ietekmi vietējiem iedzīvotājiem un videi.	√	√
3.40	Piesārņojuma samazināšanas politika	Kaitīgu vielu izmantošana, ieskaitot pesticīdus, krāsas, un tīrīšanas materiālus, tiek minimizēta un aizstāta, kad vien iespējams ar nekaitīgiem produktiem un procesiem. Visa ķīmikāliju uzglabāšana, rīkošanās ar tām un to atkritumu apsaimniekošana tiek veikta rūpīgi.	√	
3.41	Krāsa	Iekšējās un ārējās tiek izmantotas bezsvina krāsas un krāsas uz ūdens bāzes, kad vien tādas ir vietēji pieejamas.		
3.42	Tīrīšanas materiāli	Tīrīšanas materiāli nav bīstami, nav eitrofiski un tie bioloģiski sadalās. Ja vietēji ir pieejami, tie ir sertificēti ar ES Eco marķējumu vai tiem ir kāds cits līdzīgs sertifikāts.	√	
3.43	Troksnis, gaisma, erozija un ozons	Uzņēmums ievieš praksi, kas samazina piesārņojumu no trokšņa, gaismas noplūdes, erozijas, savienojumiem, kas noārda ozona slāni; un gaisa, ūdens un augsnes piesārņotājiem no savām ēkām (cik vien to uzņēmums spēj kontrolēt).		
Mobilitāte				
3.44	Mobilitātes politika	Uzņēmumam ir ilgtspējīga mobilitātes politika personāla ceļojumiem, kurā ietilpst ceļošanas samazināšana un lielāka ilgtspējīga transporta izvēle.	√	
3.45	Darījumu ceļojumu izmeši	Personāla darījumu ceļojumi tiek mērīti (tips, attālums). Oglekļa SEG emisijas tiek aprēķinātas, ar mērķi tās samazināt.	√	
3.46	Darījumu ceļojumu kompensācijas	Personāla ceļojumu oglekļa vai SEG emisijas tiek kompensētas ar uzticamām programmām.	√	
3.47	Darbinieku stimulēšana	Darbinieki tiek (finansiāli) stimulēti izmantot sabiedrisko transportu vai ilgtspējīgu transportu (piem., velosipēdus).	√	
3.48	Transporta izmantošanas samazināšana	Transporta izmantošana tiek samazināta tele-darba, tele-video tikšanās un citos veidos.	√	
3.49	Tīrās enerģijas automašīnu izmantošanas veicināšana	Kompensācija par īrētajām automašīnām tiek ierobežota līdz automašīnām ar zemāku enerģijas klasi (piem., ES kategorija A vai B).		
Ilgtspējīgas apmācības un izpratnes veicināšana				
3.50	Personāla vides apmācības un informācija	Visi darbinieki saņem periodiskas norādes, apmācību un/vai informāciju par viņu lomu un atbildību saistībā ar iekšējām vides praksēm, ieskaitot ūdens, enerģijas taupīšanu, ar papīru un atkritumiem saistītos jautājumus.	√	
Zemes izmantošana un attiecības kopienā				
3.51	Zemes izmantošana un celtniecība	Zemes izmantošana, plānošana, dizains, celtniecība, atjaunošana, uzņēmuma ēku un infrastruktūru darbība un nojaukšana atbilst zonēšanai un ar aizsargātu vai kultūrvēsturiskā mantojuma zonu saistītajiem likumiem un noteikumiem.	√	
3.52	Vietas izvēle un	Jaunbūvētu uzņēmuma ēku vietas izvēle, plānošana un		

	dizains	dizains cienu apkārtnes dabas un kultūras mantojumu. Ir jābūt izmantotām vislabākajām praksēm pie vissamērīgākajām izmaksām.		
3.53	Ilgospējīgs dizains un konstrukcija	Jauno ēku vai rekonstrukciju plānošana, dizains, celtniecība (no pirmā sertificēšanas brīža) ir balstīta uz vietēji atbilstošām un iespējamām ilgtspējīgām praksēm un materiāliem.		
3.54	Vietējās kultūras vietas	Komercdarbība sniedz savu ieguldījumu vietējo vēsturisko, arheoloģisko, kultūrvēsturiski un garīgi svarīgo īpašumu un vietu aizsardzībā un netraucē vietējiem iedzīvotājiem piekļuvi pie tiem.		

4. Ilgtspējīga piegādātāju ķēdes pārvaldība

Tūroperatoriem ir unikāla iespēja virzīt savus piegādātājus un tūrisma industriju sasniegt augstāku ilgtspējas līmeni. Viņi labi apzinās pieaugošo klientu interesi. Tūroperatoriem ir pieejamas zināšanas, informācija un labas prakses iespējas, kas nav sasniedzams daudziem piegādātājiem un ceļojumu galamērķiem. Tūroperatoriem ir iespēja (ekonomiskā vara) ļaut viņiem izvirzīt nosacījumus saviem piegādātājiem.

Tūroperatori galvenie piegādātāji ir:

- Transporta uzņēmumi
- Naktsmītnes
- Ekskursiju pakalpojumu sniedzēji
- Vietējie gidi un tūru vadītāji

39

Tos var kontraktēt tieši, caur vietējām partneraģentūrām vai tā sauktajiem uzņēmējdarbības operatoriem. Ja ir iesaistīti vietējie uzņēmēji partneri, tad jāpanāk, lai arī viņi strādā pēc ilgtspējības principiem, kā aprakstīts punktā 4.2.

4.1 Piegādātāju ķēdes stratēģijas

Jūsu produkta ilgtspējas līmenis tieši atkarīgs no jūsu piegādātāju ilgtspējas. Lai uzlabotu viņu ilgtspēju, varat izmantot vairākas stratēģijas, kas aprakstītas šajā nodaļā.

A. Jaunu piegādātāju izvēle

Produkta ilgtspēju ātri var paaugstināt, tā veidošanas procesā dodot priekšroku ilgtspējīgiem piegādātājiem un ceļojumu galamērķiem. Esošos piegādātājus var nomainīt pret ilgtspējīgākām alternatīvām. Ar Travelife Viesnīcu Sistēmas un Zaļā Tūrisma Tirgus palīdzību jūs varat atrast daudzus piegādātājus, kas jau tagad strādā ilgtspējīgi.

Tomēr praksē ne vienmēr ir iespējams izvēlēties ilgtspējīgākos piegādātājus. Daudzos ceļojumu galamērķos tādu vēl nav, vai arī tie ir ilgtspējīgi tikai zināmā mērā. Var gadīties, ka pieejamie ilgtspējīgie piegādātāji ne vienmēr atbilst jūsu prasībām cenas, atrašanās vietas un kvalitātes ziņā. Tādēļ laba alternatīva ir stimulēt jūsu esošos piegādātājus paaugstināt viņu ilgtspējas līmeni.

B. Esošo biznesa partneru iesaistīšana

Tā kā ne vienmēr komerciāli ir vēlams nomainīt piegādātājus pret ilgtspējīgākiem (piem., naktsmītnes), jūsu uzņēmumam jāizveido ilgtermiņa stratēģija (ar mērķiem un termiņiem) jūsu esošo piegādātāju, ar kuriem noslēgti līgumi, ilgtspējas veicināšanai un atbalstam. Šo stratēģiju jūsu uzņēmuma produktu vadītāji un jūsu vietējās partneru aģentūras var piemērot visiem jūsu esošajiem un potenciālajiem piegādātājiem.

Galvenie piegādātāji

Produkti un pakalpojumi	Piegādātāji
Transports uz/no ceļojumu galamērķiem	Sabiedriskais transports (piem., vilciens), tūristu autobusi, taksometri, aviolīnijas, kuģu līnijas, utt.
Pakalpojumi uz vietas	Aģents, kas izejošā tūrisma uzņēmumam veic organizatorisko darbu un risina jautājumus ceļojuma galamērķī.
Transports ceļojumu galamērķī	Auto noma, laivu noma, degvielas piegādātāji, autobusu noma, utt.
Naktsmītnes	Viesnīcas, naktsmītne ar brokastīm, brīvdienu dzīvokļi, kempingi, kruīzu kuģi, kotedžas, utt.
Pārtika & Ēdināšana	Restorāni un bāri, pārtikas veikali, lauksaimnieki, vietējie tirgi, zvejnieki, miesnieki, lielveikali, utt.
Aktivitātes	Ekskursiju pakalpojumu sniedzēji, sporta un atpūtas pakalpojumi, veikali un ražotnes.

Tūroperatora rīcībā ir dažādi instrumenti, ar kuru palīdzību virzīt piegādātājus uz ilgtspēju:

- Zināšanu un izpratnes paaugstināšana
- Tehniskais atbalsts
- Mārketinga priekšrocības
- Līguma nosacījumi
- Sadarbība ar citiem tūrisma uzņēmumiem

Zināšanu un izpratnes paaugstināšana

Daudzi piegādātāji (naktsmītnes) neapzinās savu produktu negatīvo ietekmi uz (vietējiem) ekoloģiskajiem un sociālajiem apstākļiem. Tūroperatoru un viņu uzņēmumu partneri var veicināt piegādātāju iesaistīšanos, paaugstinot viņu zināšanas un izpratni, sniedzot praktiskus ieteikumus. Komunikācija ar piegādātājiem notiek vairākos veidos:

- Ienākošie aģenti, produktu un līgumu vadītāji var pievērst uzmanību ilgtspējas jautājumiem regulāro kontaktu laikā ar piegādātājiem.
- Jūs varat sadarboties ar citiem tūrisma uzņēmumiem, kopā informējot piegādātājus par ilgtspējas standartiem. Travelife Labas Prakses standarti dod skaidras norādes, kādi uzlabojumi ir viegli sasniedzami. Ja vairāki tūrisma uzņēmumi pieprasa kopīgus standartus, šis signāls jūtami ietekmēs piegādātājus. Tādējādi tūroperatoru prasības savstarpēji nekonfliktēs.
- Jūs varat sadarboties ar vietējām organizācijām (pašvaldībām, NVO) un kopā rīkot dažādus pasākumus ilgtspējas izpratnes veicināšanai.

Tehniskais atbalsts

No brīža, kad piegādātāji iesaistās ilgtspējas darbā, ir svarīgi sniegt viņiem atbalstu. To var darīt ar tehnisku rokasgrāmatu palīdzību, semināros, vai individuālās konsultācijās. Varat to darīt paši vai sadarbībā ar citiem tūroperatoriem, NVO un pašvaldībām, vai arī nolīgt specializētas organizācijas.

Lai atbalstītu ilgtspējas politiku, Travelife piedāvā atsevišķu rokasgrāmatu katra veida piegādātājiem.

Šīs rokasgrāmatas ir pieejamas tiešsaistē vairākās valodās (www.travelife.org).



Piegādātāju interesi par ilgtspējas pārvaldību var arī veicināt, piedāvājot finansiālu atbalstu ieguldījumiem ilgtspējā. Piemēram, slēdzot līgumu ar naktsmītni par noteiktu cenu visai sezonai, no piegādātāja var prasīt noteiktu ilgtspējas pasākumu ieviešanu. Cits piemērs ir tūru vadītāji Nepālā, kuriem tika izsniegtas petrolejas plītiņas, lai novērstu koku izciršanu. Taizemē *Kasikorn* banka piedāvā aizdevumus uz zemiem procentiem lielām viesnīcām, kuras iegulda līdzekļus enerģijas patēriņa samazināšanas un atkritumu apsaimniekošanas sistēmās.

Mārketinga priekšrocības

Sniedzot piegādātājiem dažādas biznesa priekšrocības, jūs varat veicināt viņu darbību ilgtspējas virzienā. Ja piegādātājs (naktsmītnē) atbilst Travelife kritērijiem, jūs varat mārketinga materiālos publicēt viņu Travelife sertifikāta līmeni – zelta, sudraba vai bronzas. Pētījumi rāda, ka vairums patērētāju dod priekšroku ilgtspējīgiem produktiem, ja cena/kvalitāte neatšķiras. Arvien vairāk komercuzņēmumu un valdību pārgājušas uz ilgtspējīgu iepirkumu praksi.

Piegādātāji var saņemt arī citas priekšrocības, piemēram: labākus līguma nosacījumus, salīdzinājumā ar “ne-ilgtspējīgajiem” konkurentiem, papildus mārketingu un augstāku reitingu interneta meklētājos.

Līguma nosacījumi

Izpratnes paaugstināšana un atbalsts ilgtspējīgām rīcībām var būt pirmie soļi ilgtspējas virzienā. Kad standarti ir kļuvuši vispāratzīti, tos var iestrādāt piegādātāju līgumu nosacījumos. Protams, ir svarīgi par to paziņot jau iepriekš, lai piegādātājiem dotu iespēju veikt prasītos uzlabojumus. Sekas var būt arī tādas, ka ar dažiem piegādātājiem sadarbība jāpārtrauc. Tomēr šādu stratēģiju var piekopt tikai tad, ja ir pieejamas līdzvērtīgas, ilgtspējīgākas alternatīvas.

Ietverot līgumos specifiskus ilgtspējas nosacījumus, jūs skaidri formulējat savas prasības. Sadarbība šajā jautājumā ar citiem tūroperatoriem, kuri strādā attiecīgajā ceļojuma galamērķī, var būt efektīvs veids, kā nodrošināt ilgtspēju.

Ļoti veiksmīga iniciatīva, ko atbalsta daudzi izejošie tūrisma uzņēmumi, ir ECPAT kodekss bērnu seksuālās izmantošanas novēršanai. Šis punkts iekļauts lielākajā daļā tūroperatori līgumos ar naktsmītnēm.

Sadarbība

Lai gūtu panākumus, jāizmanto pareizs instrumentu komplekts, kas pielāgots konkrētam piegādātāja veidam un ceļojumu galamērķa specifikai.

Visefektīvākais paņēmieni, kā ietekmēt piegādātājus, ir sadarboties ar citiem uzņēmējumiem un izejošajiem tūrisma uzņēmējumiem un vietējām ieinteresētajām pusēm, kā piemēram, NVO un pašvaldības. Ja vietējais biznesa sektors saskaras ar vienotu, kopīgu signālu no tirgus un vietējām ieinteresētajām pusēm, tad šī informācija izskan pārliecinoši un spēj virzīt visu sektoru uz ilgtspēju. To var darīt, piemēram, izmantojot kopīgus ilgtspējas standartus un kopā vērsties pie piegādātājiem ceļojumu galamērķos. Informāciju par jaunākajiem pasākumiem un ceļojumu galamērķiem var atrast Travelife mājas lapā.

4.2 Partneru aģentūras

Lai veicinātu komunikāciju ar vietējiem partneriem, izmantotu vietējās zināšanas un pieredzi, daudzi izejošie tūroperatori sadarbojas ar vietējām uzņēmējumiem tūrisma aģentūrām, kas nodrošina pakalpojumus

uz vietas un kontaktus ceļojumu galamērķos. Šīs uzņemošās partneraģentūras sniedz tādas pakalpojumus kā klientu sagaidīšana un transfērs uz naktsmītni, atbalsts vietējiem pārstāvjiem, utt.

Vietējiem ienākošajiem aģentiem ir svarīga loma, jo tie veido un uztur sadarbības tīklu starp jums un vietējiem piegādātājiem, un viņi var sniegt detalizētas zināšanas par ceļojumu galamērķi. Viņi var cieši iesaistīties jūsu produkta veidošanā, tādēļ tiem jābūt labi informētiem par jūsu ilgtspējas politiku un jārikojas atbilstoši tai. Parasti viņi ir iesaistīti izvēlē un līgumu slēgšanā ar viesnīcām, vietējo transportu un ekskursiju pakalpojumiem.

Ir svarīgi, lai jūsu vietējie partneri iesaistās ilgtspējā. Te noderēs šīs nodaļas pirmajā punktā aprakstītās stratēģijas:

- Izvēloties jaunu vietējo partneri, ir svarīgi ņemt vērā tā attieksmi pret ilgtspējību. Vislabāk, ja šim uzņēmumam ir ilgtspējas sertifikāts. Šādus izvēles kritērijus ir svarīgi iekļaut jūsu politikā un komunikācijā ar potenciālajiem partneriem.
- Daudzos reģionos izpratne par ilgtspēju ir ierobežota. Jūs varat apgādāt savus starptautiskos (uzņemošos) partnerus ar mācību materiāliem, aicināt viņus uz vietējiem mācību semināriem (piem., Travelife rīkoti semināriem) vai pieprasīt, lai viņi iziet šo Travelife apmācību, kas pieejama daudzās valodās. Tas veidos vienotu izpratni par galvenajiem jautājumiem un iespējamiem risinājumiem.
- Otrkārt, ir svarīgi pārskatīt jūsu biznesa partneru ilgtspējas sniegumu. Jūs varat aicināt viņus sniegt ziņas par noteiktiem aspektiem, piemēram, izmantojot Travelife atskaišu sistēmu. Travelife ļauj sistēmas dalībniekiem apmainīties ar informāciju.
- Svarīgākie ilgtspējas punkti ir iekļauti līgumos ar partneru aģentūrām (piem., bērnu darbs, antikoruģija un kukuļdošana, atkritumu apsaimniekošana un bioloģiskās daudzveidības aizsargāšana).
- Lai nodrošinātu pienācīgu ilgtspējas līmeni piegādātājiem, ar kuriem līgumus noslēdzī jūsu uzņemošie partneri, jūs varat pieprasīt, lai viņi šajos līgumos iekļauj atbilstošus ilgtspējas punktus.

Svarīgi ir par ilgtspēju atklāti diskutēt ar jūsu starptautiskajiem biznesa partneriem. Tas viņus iedrošinās informēt jūs par ilgtspējas jautājumiem ceļojumu galamērķi un iespējām veidot ilgtspējīgākus produktus.

4.3 Rīcības/Risinājumi

4. Ilgtspējīga piegādātāju ķēdes pārvaldība				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Partneraģentūras				
4.1	Galveno partneru inventarizācija	Balstoties uz galveno partneru inventarizāciju, uzņēmums ir izveidojis un ieviesis politiku, ar kuras palīdzību uzlabot savu partneru ilgtspējību (vietējie aģenti/ tūrisma operatori). Tajā būtu jāietilpst esošo partneru un izvēlētu jauno partneru motivācijai.	√	
4.2	Komunikācija ar partneriem	Galvenie partneri ir informēti par uzņēmuma ilgtspējas politiku un tiek sagaidīts, ka viņi tai atbildīs, kur tas būs nepieciešami.	√	
4.3	Līguma nosacījumi	Galvenais ilgtspējas punkts(-i) ir ietverti līgumos ar partneraģentūrām (piem., bērnu nodarbināšana, pretkoruģija un pretkukuļdošana, atkritumu apsaimniekošana un bioloģiskās daudzveidības aizsardzība).	√	
4.4	Ilgtspējas apmācība - motivācija	Galvenie ienākošie partneri ir motivēti, lai izietu pamata ilgtspējas apmācības ceļojumu uzņēmumiem.	√	

4.5	Ilgtspējības apmācība - veikta	Galvenie ienākošie partneri ir veikuši pamata ilgtspējas apmācības ceļojumu uzņēmumiem.		
4.6	Ilgtspējības atskaite	Galvenie ienākošie partneri ir ziņojuši par saviem ilgtspējības sasniegumiem un ir dalījušies ar saviem rezultātiem.		
4.7	Ilgtspējības sertifikāts	Galvenie ienākošie partneri ir ieguvuši ilgtspējas sertifikātu un ir dalījušies ar saviem sasniegumiem.		
Specifiski nosacījumi				
4.8	Līgumi	Rakstiski līgumi ar partneraģentūrām eksistē un ir mērķēti uz ilgtermiņa attiecībām.	√	
4.9	Līgumvadītāju informēšana	Partneraģentūrām ir regulāri jāinformē ceļojumu kompāniju produkta un līgumu vadītāji par atbilstošiem ilgtspējības jautājumiem galamērķī.		
4.10	Pretkorupcija	Uzņēmums sagaida, ka partneraģentūrām būs pretkorupcijas politika (piem., tāda punkta iekļaušana līguma nosacījumos).		
4.11	Bērnu seksuālā izmantošana: līgumu slēgšana	Partneraģentu līgumos ir ietverti punkti, kas ļauj tūrisma operatoram izbeigt līgumu pirms laika, ja partneraģents nepieņem adekvātus mērus, lai novērstu bērnu seksuālu izmantošanu tiešajā piegādes ķēdē (piem., naksmītnes un ekskursijas).	√	
4.12	Licence	Partneraģentūras atbilst vietējām, valstiskām un starptautiskām likumdošanām un noteikumiem.		
4.13	Nodarbinātības apstākļi	Vietējie partneri atbilst visiem valstiskajiem likumiem, kas aizsargā darbinieku tiesības.	√	

5. Transports

Kopumā, transports ir tā ceļojumu paketes sastāvdaļa, kura rada vislielāko ietekmi uz vidi. Šī nodaļa aplūko dažādas transporta ietekmes uz vidi un iespējas tās samazināt.

Transporta ietekme uz vidi

Motorizētais tūristu transports galvenokārt izmanto fosilo degvielu. Lidmašīnas patērē aviācijas degvielu, vieglie auto un autobusi benzīnu, dīzeļdegvielu vai gāzi. Pieaug elektrotransporta attīstība un izmantošana, taču līdz šim tas ir tikai neliels procents no kopējā transporta līdzekļu skaita. Daudzās valstīs vilcieni tiek darbināti ar elektrību, ko pārsvarā ražo ar fosilo degvielu darbināmās spēkstacijās, taču to var saražot arī mazas hidroelektrostacijas, vēja ģeneratori un saules baterijas.

Fosilās degvielas dedzināšana rada CO² dioksīda un citu, tā saukto, “siltumnīcas gāzu”, piemēram, metāna, emisiju. Klimata pārmaiņas izraisa vidējās temperatūras celšanos, ledāju un polāro ledu kušanu, jūras līmeņa celšanos. Tas tiešā veidā ietekmē tūrisma industriju. Piemēram, paaugstinoties temperatūrai, iet bojā koraļļu rīfi un Vidusjūras piekraste kļūst pārāk karsta vasaras tūrismam. Citi apvidi, kā piemēram, Ziemeļeiropa, varētu kļūt pievilcīgāki tūristiem, lai gan sagaidāms, ka pieaugs lietus daudzums vasarās.

Fosilā degviela ne tikai rada siltumnīcas efektu, bet arī gaisa piesārņojumu: slāpekļa oksīdu (NO_x), sēra dioksīdu (SO_x) un īpaši sīku daļiņu emisijas. No šāda piesārņojuma īpaši cieš bērni, vecāki cilvēki un cilvēki ar astmatiskiem traucējumiem.

Bez tam, fosilās degvielas daudzums ir ierobežots. Starptautiskā Enerģijas Aģentūra paredz, ka ap 2020. gadu pasaulē samazināsies naftas ražošana. Šis deficīts izraisīs lielu degvielas cenu pieaugumu.

No tūrisma radītā CO² izmešu apjoma pasaules mērogā, 75% rada pasažieru transports, un tā ir visnozīmīgākā ietekme uz vidi. Naksmītnu sektors atbildīgs par 21% no CO² izmešu apjoma, ko rada tūrisms. Tā kā pasaules tūrisma nozare pieaug par 5% gadā, paredzams, ka līdz 2035. gadam CO² izmešu daudzums pieaugs par 220%. Tas ir galvenokārt pateicoties arvien pieaugošajam aviotransporta īpatsvaram (320%), ko izraisa liels starpkontinentālā tūrisma pieaugums.

Globālais CO² Izmešu Apjoms Tūrisma Sektorā

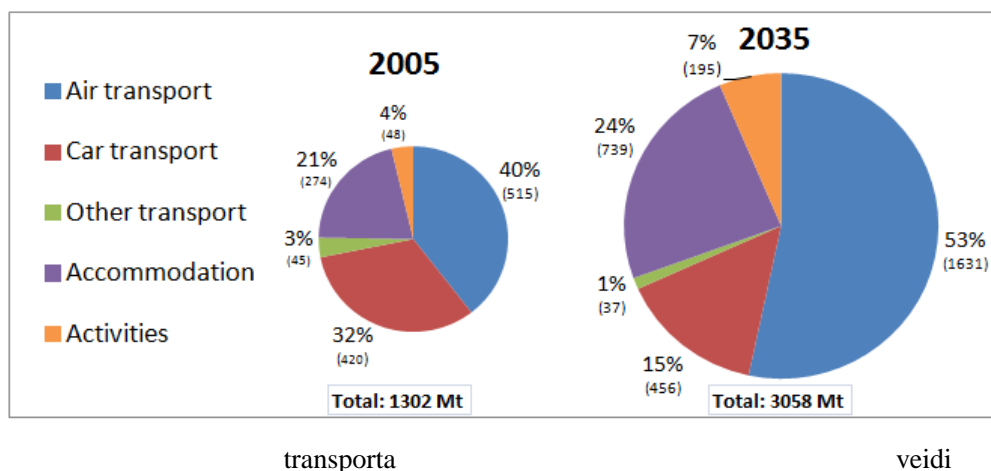
Gaisa transports

Autotransports

Citi

Naktsmītnes

Aktivitātes



Avots: UNWTO 2006

5.1 Aviotransports

Aviotransports ir visieciņītākais transporta veids vidējiem un garajiem lidojumiem. Lidmašīnas patērē relatīvi daudz enerģijas. CO² izmeši nav vienīgā lidmašīnu ietekme uz klimata pārmaiņām. Daļēji lidojuma augstuma dēļ veidojas “kondensāta aste” un rodas dažādas ķīmiskas reakcijas, kas ietekmē klimata pārmaiņas.

Daži svarīgi faktori, kas ietekmē lidmašīnu izmešus, ir:

Lidmašīnas veids

Mūsdienīgas lidmašīnas patērē mazāk enerģijas un arī izdala mazāk kaitīgu vielu, nekā vecāki modeļi. Protams, arī tehniskais stāvoklis spēlē ievērojamu lomu. Visumā propelleru lidmašīnas patērē mazāk enerģijas un mazākā mērā ietekmē klimata pārmaiņas, jo tās lido mazākā augstumā. Salīdzinoši mazākas reaktīvās lidmašīnas patērē mazāk enerģijas uz vienu pasažierjūdzi.

Sēdvietu skaits un noslogojums

Čarterreisi un zemo cenu aviokompānijas rada mazāku gaisa piesārņojumu un mazāku CO² izmešu apjomu uz pasažierjūdzi, nekā regulārie pasažieru pārvadājumu reisi, jo tajos ir vairāk pasažieru sēdvietu un visas pasažieru vietas parasti ir aizņemtas.

Attālums

Loģiski, ka īsie pārlidojumi rada mazāk CO² izmešu, nekā garie pārlidojumi. Taču, rēķinot uz pasažierjūdzi, efekts ir pretējs! Tas ir tādēļ, ka vislielākais izmešu apjoms ir, paceļoties un nolaižoties, un arī tādēļ, ka īsos reisos ne vienmēr ir iespējams veikt pa īsāko maršrutu.

Pārsēšanās

Īsie lidojumi bieži notiek ar pārsēšanos, taču to dēļ palielinās izmešu apjoms. Turpretī starpkontinentālajos lidojumos (> 6.000 km) apstāšanās, lai uzpildītu degvielu rada salīdzinoši zemāku izmešu apjomu uz pasažierjūdzi, jo lidmašīna patērē mazāk degvielas, mazāk sver un līdz ar to patērē mazāk enerģijas.



Nodokļu atvieglojumi

Tā kā avioliņijas konkurē starptautiskā tirgū, vairums valdību atbalsta gaisa transporta konkurētspēju, nepiemērojot PVN un nodokli aviācijas degvielai.

5.2 Automašīna

Auto joprojām ir populārākais transporta līdzeklis, ar ko nokļūt ceļojumu galamērķi. Dažu pēdējo gadu laikā izplūdes gāzu piesārņojuma apjoms ir samazināts, sākot izmantot degvielu bez svina piedevām, katalizatorus un izplūdes gāzu smalko daļiņu filtrus (DPF). Ja automašīnai ar dīzeļdzinēju ir uzstādīts šāds filtrs, smalko daļiņu izplūdes apjoms samazinās par 99%. Tomēr CO² izmeši joprojām sagādā problēmas, kas tieši saistītas ar fosilās degvielas sadegšanu.

Galvenie faktori, kas ietekmē auto izmešu apjomu, ir šādi:

Attālums

Jo lielāks attālums, jo lielāks piesārņojuma un CO² apjoms.

Ceļa veids

Uz ātrgaitas šosejām degvielas patēriņš un gaisa piesārņojums ir relatīvi mazāks, nekā uz sekundāras nozīmes ceļiem. Tādējādi mazāks ir arī CO² izmešu apjoms un troksnis.

Ražošanas gads

Vecākām automašīnām izplūdes gāzes rada lielāku piesārņojumu, nekā jaunākām, jo tās ražotas atbilstoši stingrākiem izmešu kontroles noteikumiem un patērē mazāk degvielas.

Auto vadīšanas stils

Mierīga auto vadīšana, kas zināma arī kā “eko autovadīšana”, samazina enerģijas patēriņu par aptuveni 10%, tādējādi samazinot CO² izmešu un piesārņojuma apjomu.

Piederumi

Tādu autopiederumu kā jumta bagāžnieks un velosipēdu stātvīns izmantošana vai dzīvojamā piekabe palielina degvielas patēriņu par 20 – 50 %, jo jāpārvar lielāka gaisa pretestība.

Noslogojums

Jo vairāk cilvēku pārvietojas ar vienu auto, jo zemāks izmešu apjoms uz personu. Tā kā pasažiera svaram ir minimāla ietekme uz degvielas patēriņu, vedot divreiz vairāk pasažieru, gandrīz uz pusi var samazināt izmešu apjomu uz personu.

5.3 Vilciens

Vilciens ir ērts transporta veids gan uz tuviem, gan tāliem galamērķiem. Vilcieni patērē elektroenerģiju. Elektroenerģijas ražošanai ir negatīva ietekme uz dabas vidi, taču vilcieni ir energoefektīvi, tie nerada piesārņojumu vai CO² izmešus, izņemot sīkas putekļu daļiņas no berzes. Dažās valstīs (Šveicē, Zviedrijā)

dzelzceļa transportam izmanto tikai ilgtspējīgi ražotu elektrību, citur tā ir daļēji ražota ilgtspējīgā veidā (Nīderlande, Austrija, Vācija).

Lielās distancēs parastos tālsatiksmes vilcienus nomaina ātrvilcieni. Enerģijas patēriņš atkarīgs no nobraucamā attāluma, vilciena veida un vidējā ātruma. Ātruma dēļ ātrvilcieni patērē divtik daudz enerģijas uz pasažierjūdzi kā parastie tālsatiksmes vilcieni. To kompensē noslogojums, jo ātrvilcienus parasti izmanto divreiz vairāk pasažieru, nekā parastos tālsatiksmes vilcienus.

Attālumos līdz 1000 – 1500 km ātrvilciens ir laba alternatīva aviotransportam, īpaši, ja jānokļūst no vienas pilsētas centra citā. Ja salīdzina kopējo laiku, kas nepieciešams, lai nonāktu galapunktā, vilciens bieži vien ir lētāks un ātrāks variants, nekā avio. Mazāk laika aizņem reģistrēšanās, un pat lielākos attālumos ceļojuma laiks ar vilcienu var būt vienāds ar lidojumam nepieciešamo laiku.

5.4 Tūristu autobuss

Degvielas patēriņš un tūristu autobusu izplūdes gāzu piesārņojums atkarīgs galvenokārt no ātruma un dzinēja veida. Autobusiem degvielas patēriņš uz pasažierjūdzi vienmēr ir mazāks, nekā automašīnām un lidmašīnām, dažkārt pat mazāks, nekā vilcieniem. Dīzeļdzinēji rada salīdzinoši lielu piesārņojumu. Starptautiskajos pārvadājumos pārsvarā izmanto jaunus autobusus, kas atbilst spēkā esošajiem izmešu standartiem. Izmešu apjoms uz pasažierjūdzi atkarīgs arī no noslogojuma. Regulāro satiksmes autobusu noslogojums ir mainīgs, kamēr ekspresautobusiem ir salīdzinoši augsti noslogojuma rādītāji.

Tūristu autobusiem, ko izmanto ekskursijām, parasti ir liels degvielas patēriņš, jo autobusā tiek izmantota gaisa kondicionēšanas sistēma. Bieži, kamēr tūristi apmeklē kādu objektu, autobusa vadītājs atstāj dzinēju ieslēgtu, lai saglabātu salonā patīkamu temperatūru. Enerģiju iespējams ietaupīt, ieslēdzot kondicionieri tikai 10 minūtes pirms pasažieru atgriešanās autobusā (vadoties pēc ekskursijas grafika vai saņemot mobilajā tālrunī ziņu no grupas vadītāja). Pasažieriem var izskaidrot, ka, rūpējoties par vidi, gaisa kondicionēšanas iekārta tiek ieslēgta tikai, viņiem iekāpjot autobusā.

46



Nīderlandē ar drošības, kvalitātes un vides standartiem nodarbojas brīvprātīgais “Tūristu Autopārvadājumu Standartu Fonds” (*Coach Companies Standards Foundation, SKTB*). Tajā iestājušās lielākā daļa Nīderlandes autobusu kompāniju. Fonda darbības jomas ir:

- Autobusu tehniskā apkope,
- Satiksmes noteikumu ievērošana,
- Degvielas patēriņa un gaisa piesārņojuma samazināšana.

Visi ANVR (Nīderlandes Tūroperatoru un Tūrisma Aģentu Asociācija) biedri Nīderlandē saviem tūrisma produktiem, kam nepieciešami autobusu transporta pakalpojumi, izmanto tikai autobusus ar SKTB marķējumu.

5.5 Transporta veidu salīdzinājums

Dažādu transporta veidu salīdzināšana ir sarežģīta, tomēr uz visiem transporta veidiem attiecas viena likumsakarība: jo lielāks attālums, jo lielāks enerģijas patēriņš un CO² izmešu apjoms.

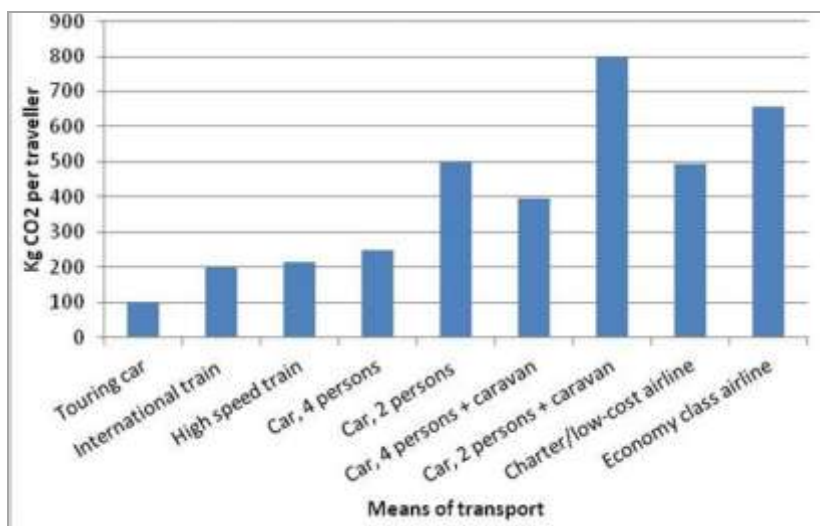
Transporta veidi, vērtējot pēc vides ietekmes (gaisa piesārņojums un CO² izmeši) kārtojami šādā (augošā) secībā:

1. Tūristu autobusi
2. Tālsatiksmes vilcieni
3. Ātrvilcieni
4. Auto ar 4 pasažieriem
5. Auto ar 2 pasažieriem
6. Auto ar 4 pasažieriem un dzīvojamo piekabi
7. Auto ar 2 pasažieriem un dzīvojamo piekabi
8. Čarters/zemo cenu aviokompānija
9. Regulārie avioreisi



Izmešu apjoms uz vienu personu, Stokholma – Roma - Stokholma

Kg CO²
uz tūristu



Tūristu automašīna, tālsatiksmes vilciens, ātrvilciens, auto ar 4 pasažieriem, auto ar 2 pasažieriem, auto ar 4 pasažieriem un dzīvojamo piekabi, auto ar 2 pasažieriem un dzīvojamo piekabi, čarters/zemo izmaksu aviokompānija, regulārie avioreisi

1. reizes nolaka, auto ar 4 pasažieriem - 2,5 reizes nolaka. Braucjums atstāj 5,5 - 6 reizes nolaka ietekmi uz vidi, nekā brauciens ar tūristu autobusu. Lielāka atšķirība ir īsākās distancēs.

- Ātrvilciena un parasta tālsatiksmes vilciena radīto izmešu apjoms ir līdzīgs, jo ātrvilcieniem lielākais noslogojums kompensē lielāko enerģijas patēriņu.
- Automašīnas lielā mērā piesārņo gaisu un rada CO² izmešus, jo īpaši tas attiecas uz vecākiem auto un automašīnām ar dīzeļa dzinēju. Auto ar 2 pasažieriem un auto ar 4 pasažieriem+ dzīvojamo piekabi var salīdzināt ar lidmašīnu radītā piesārņojuma ziņā, bet auto ar 2 pasažieriem un dzīvojamo piekabi rada lielāku piesārņojumu uz vienu pasažieri, nekā lidmašīna, kas dodas uz to pašu galamērķi.
- Regulārās satiksmes reisi rada par 25% lielāku piesārņojumu, nekā zemo cenu aviokompānijas un čarteri. Tas ir tādēļ, ka reisu noslogojums ir lielāks un pasažieru sēdekļi izvietoti blīvāk.



Auto + dzīvojamā piekabe

5.6 Mazāk piesārņojošie transporta veidi

Acīmredzami, saudzējot vidi, uz savu izvēlēto galamērķi vislabāk ir ceļot kājām vai ar velosipēdu. Tomēr parasti ērtāk ir izvēlēties motorizētu transporta līdzekli. Ir vairāki veidi, kā samazināt tā ietekmi uz vidi.

Laika – attāluma proporcija

Viens garāks tālais lidojums videi kaitē mazāk, nekā vairāki īsi pārlidojumi uz tāliem galamērķiem. Piemēram, brauciens uz vienu mēnesi uz Ēģipti ir videi nekaitīgāks, nekā 4 nedēļas nogales braucieni uz Stambulu, Romu, Barselonu un Lisabonu.

Alternatīvas ceļojumu galamērķa sasniegšanai

Īsajās distancēs, līdz apm. 700km, tūristu autobusi vai vilcieni ir lieliska alternatīva lidojumam. Līdz apm. 1500km attālumam gan vilcieni, gan tūristu autobusi joprojām ir samērā labs transporta veids. Arvien pieaugošais ātrvilcienu tīkls daudzos kontinentos, kā arī bagāžas nodalījumi velosipēdiem vilcienos un tūristu autobusus ir papildu iemesli par labu šai izvēlei. Velosipēdus var izmantot ne tikai atpūtas izbraucieniem, bet arī kā pārvietošanās līdzekli ceļojumu galamērķos.

48

Transporta alternatīvas

Kur iespējams, priekšroka jānodod charteriem vai zemo cenu avioliņijām: lidmašīnās ir vairāk sēdvietu un tās ir vairāk aizpildītas. Ja iespējams, izmantojiet aviokompāniju, par kuru ir zināms, ka tai ir izstrādāta ilgtspējas politika un mūsdienīgas lidmašīnas, kas rada mazu izmešu daudzumu.

Izvēloties autobusu transportu, dodiet priekšroku ekspresautobusiem nevis parastajiem satiksmes autobusiem, izvēlieties autotransporta kompāniju, kura ir pazīstama ar videi draudzīgu politiku.

Oglekļa kompensēšana

CO² izmešu ietekmi uz klimata pārmaiņām var kompensēt ar oglekļa neitralizēšanas shēmu palīdzību. To var darīt, piemēram, stādot kokus. Koki augot absorbē oglekli, ko rada lidmašīnas. Kompensācija arī iespējama, investējot energoefektivitātes paaugstināšanas pasākumos vai atjaunojamās enerģijas ražošanā. Tādējādi ceļošana ir “klimatam neitrāla” vai “oglekļa neitrāla”.

Ir organizācijas, kas specializējušās klimata pārmaiņu kompensēšanas shēmās, piemēram, *Trees for Travel*, *Green Seat*, *Climate Care* un *Future Forests*. Pasaules Dabas Fonds (WWF) ir izstrādājis standartus, lai pareizi aprēķinātu noteiktu kompensēšanas pasākumu efektu. Salīdzinoši jauns un izdevīgs pasākums ir oglekļa kvotu pirkšana oglekļa biržās, kas notiek vairākos pasaules reģionos un valstīs.

Klimata pārmaiņu kompensēšana izmaksā lētāk, nekā ierasts domāt. Lidojumam no Parīzes uz Stambulu (1500km) tiek aprēķināts CO² daudzums 1000 kg, un 2011. gadā kvota šim daudzumam izmaksāja apm. 15 eiro. Tas sadārdzina aviobiļetes cenu mazāk kā par 10%. Tas ir saprātīgi, ja valdība nepaaugstina nodokļus aviācijas degvielai, kamēr daudzās valstīs vairāk kā 50% no degvielas cenas veido valdības nodoklis.

Tūroperatori var atbalstīt klimata pārmaiņu kompensēšanu dažādos veidos:

1. Informējot klientus par iespēju kompensēt siltumnīcas gāzu emisiju (“oglekļa neitralizēšana”), piemēram, ceļojuma dokumentiem pievienojot informatīvu lapu.

- Iekļaujot oglekļa neitralizēšanas pasākumus kā izvēles iespēju, ko klients atzīmē pie rezervācijas (tāpat, kā to dara ar ceļojumu apdrošināšanu). Kompensācijas maksu iekasē tūroperators.
- Oglekļa neitralizēšanas izmaksas iekļaujot standarta pārdošanas cenā, kā tas notiek ar degvielas papildizmaksām. Šajā gadījumā klientam netiek atstāta izvēle.

5.7 Transports ceļojuma galamērķī

Vietējā transporta ietekme uz vidi var būt nozīmīga, jo bieži šie ceļojumu galamērķi ir saudzējamās dabas teritorijas. Tūrisma izraisītā infrastruktūras paplašināšanās, satiksmes, piesārņojuma un trokšņa pieaugums var nopietni ietekmēt dabas vidi un tradicionālo ainavu.

Vairums no iepriekš teiktā attiecībā uz transportu līdz ceļojumu galamērķim attiecas arī uz vietējo transportu. Aviotransportam kā vietējam transportam būs mazāka nozīme, lai gan tas var būt svarīgs vietējā transporta veids lielās valstīs, piemēram, Ķīnā, Austrālijā, Jaunzēlandē vai Savienotajās Valstīs. Tāpat auto ceļojumiem ir mazāka nozīme tālajos galamērķos, jo tūristu rīcībā tur nav personīgā auto. Nomas auto priekšrocība ir tā, ka parasti šie auto ir jauni un atbilst jaunākajām vides prasībām.

Ilgspējīgi ceļošanas veidi ir sabiedriskais transports un velo. Pārvietošanās ar nomātiem mopēdiem vai motocikliem nav īpaši videi draudzīga smalko daļiņu emisiju un trokšņa dēļ. Ļoti pozitīva ir jaunākā tendence izmantot elektromotociklus, jo to enerģijas avots ir tīrs, kluss un efektīvs. Pat ja elektroenerģijas ražošanā izmantota fosilā enerģija, tā samazina oglekļa izmešus par 60%.

Tūroperatori var spēcīgi ietekmēt transfēra un ekskursiju autobusu drošību un ilgtspēju ceļojumu galamērķos. Protams, jāievēro vietējā likumdošana, bet papildus tūroperators vai vietējais aģents var pieprasīt vietējā transporta pakalpojumu sniedzējiem izpildīt noteiktus ilgtspējas nosacījumus, ko iekļauj līgumos.

Arvien vairāk ceļojumu galamērķos, piemēram, Alpos, tiek aktīvi ierobežota vietējā auto satiksme, izveidojot no auto brīvas zonas un piedāvājot labas alternatīvas. Piemēram, Verfenvengas ciematā Austrijā tie tūristi, kuri uz savas uzturēšanās laiku nodod sava personīgā auto atslēgas, saņem bezmaksas sabiedriskā transporta braukšanas karti. Šādus ceļojumu galamērķus sauc par videi draudzīga transporta vietām. Daudzos ziemas sporta centros ar slēpošanas biļeti var bez maksas izmantot vietējos transfērus vai satiksmes autobusus. Daudzās vietās pieaug nemotorizētā transporta nodrošinājums, piemēram, velo noma. Daudzās Eiropas pilsētās izveidotas stāvvietas ārpus pilsētas, kurās var atstāt tūristu autobusus, vai arī tūristi var novietot savus personīgos auto un tālāk doties ar sabiedrisko transportu vai velosipēdu.

Visbeidzot, arī vietējam transportam nobraucamais attālums ir nozīmīgs faktors vides ietekmes noteikšanā. Tas jāpatur prātā, plānojot ekskursijas, kā arī izvēloties naktsmītnes vietu attiecībā pret pludmali vai vietējām izklaides vietām. Ideālā variantā gan tūristiem, gan videi, viss ir pieejams kājām ejamā attālumā!

5.8 Rīcības / Risinājumi

5. Transports				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Transports uz galamērķiem				
5.1	Transports uz galamērķiem	Izvēloties transporta iespējas uz galamērķiem, tiek ievērota ilgtspējīgu iespēju politika, ņemot vērā cenas, ērtību un citus atbilstošus aspektus.	√	
5.2	Transports uz izlidošanas lidostu	Ir vēlams iekļaut ilgtspējīga (sabiedriskā) transporta izvēles iespēju vai piedāvājumu uz izlidošanas vietu starptautiskiem / gariem	√	

		ceļojumiem. Tajā tiek iekļauta izvairīšanās no savienojošajiem lidojumiem īsā attālumā (līdzsvarā ar cenas un ērtības argumentiem).		
5.3	SEG/ kompensācija	Oglekļa	SEG vai Oglekļa kompensācija starptautiskajam transportam tiek ietverta komplekta cenā.	
5.4	Sertificēts autobusa transports		Izvēloties autobusu transporta uzņēmumus, ir jāņem vērā minimālās kvalitātes un drošības prasības.	

Transports galamērķi				
5.5	Ilgospējīgs transports	Izvēloties vietējā transporta iespējas transfēriem un ekskursijām, vienmēr tiek ņemtas vērā ilgtspējīgas alternatīvas un tām tiek sniegta priekšroka (ņemot vērā cenu, ērtību un praktiskos apsvērumus).	√	
5.6	Vadītāju ētikas kodekss	Transporta nodrošinātājiem tiek izsniegts ētikas kodekss un norādījumi par ilgtspējīgām autovadīšanas tehnikām.		
Ilgospējīgas ceļojumu paketes				
5.7	Ilgospējīgas ceļojumu paketes	Uzņēmums ir integrējis un/vai veicina vienu vai vairākus ilgtspējīgas atpūtas produktus / komplektus, kas ir balstīti uz atzītu metodoloģiju (ieskaitot ilgtspējīgu transportu, ilgtspējīgām naktsmītnēm un ilgtspējīgām aktivitātēm).	√	

6. Naktsmītnes

Cits būtisks elements tūrisma pakalpojumu ķēdē ir naktsmītnes. Parasti naktsmītnes veids ir pamata elements, ko tūristi izvēlas brīvdienu piedāvājumā: viesnīcas, brīvdienu dzīvokļi, kotedžas, kempingi. Tā kā visvairāk tūristu izmanto viesnīcas, šajā nodaļā runāsim par tām. Aplūkosim arī kruīzu kuģus, jo tie ir kā nelieli ciemati, kuros “iedzīvotāji” apmetas uz dažām dienām.

6.1 Viesnīcas

51

Sociālkulturālā un ekonomiskā ietekme

Viesnīcas nodrošina visdažādākās darba vietas, sākot no nekvalificēta darba strādniekiem līdz vidēja un augsta līmeņa vadības amatieriem. Vietējiem iedzīvotājiem tas dod saistošas mācību un karjeras veidošanas iespējas, samazina emigrāciju. Tūrisms dažādo ekonomiku, pārorientējot to no lauksaimniecības un ražošanas uz pakalpojumu sniegšanu, kas nodrošina augstāku statusu un izpeļņu. Lai pilnībā izmantotu šo potenciālu, ir nepieciešama apmācība un izglītība, kas paaugstina vietējo iedzīvotāju profesionālās prasmes un iemaņas viesu uzņemšanā. Viesnīcas var arī atbalstīt vietējo kultūras dzīvi, piemēram, mākslu, mūziku, deju un virtuvi.

Principā ir vēlams, ka naktsmītne pieder vietējam iedzīvotājam, jo tas veicina vietējo uzņēmējdarbību un ienākumus vietējā ekonomikā. Taču dažos gadījumos šādām viesnīcām ir zema kvalitāte, kas piesaista šauras mērķa grupas. Vietējiem tūrisma uzņēmumiem ir mazāk iespēju saņemt finanšu kredītus, un bieži to darbinieki saņem mazāku atalgojumu, ir vājāk apmācīti, nekā lielajās viesnīcās, kas pieder starptautiskām viesnīcu ķēdēm.

Lai novērstu bērnu prostitūciju augsta riska zonās, viesnīcas vadībai jāievēro ECPAT ētikas kodekss, kas nepieļauj, ka viesnīca tiek izmantota bērnu prostitūcijai. ECPAT ir starptautiska nevalstiska organizācija, kas iestājas pret bērnu prostitūciju un seksuālu izmantošanu.

Lielie piekrastes kūrorti nereti ierobežo vietējo iedzīvotāju pieeju pludmalei. Tam var būt arī negatīva ietekme uz ekonomiku, jo vietējie vairs nevar doties zvejā un ģimenes zaudē savu galveno ienākumu avotu.

Vides ietekme

Apdomīga naktsmītņu plānošana palīdz aizsargāt vietējo faunu un floru. Naktsmītnes var ierīkot vēsturiskās ēkās, paglābjot tās no iznīcības. No vietējiem materiāliem un saskaņā ar vietējo arhitektūru celtas viesnīcas labāk iederēsies vietējā vidē, nekā vairums standarta konstrukciju. Vietējie ar tādām ēkām leposies un tūristi varēs iepazīt vietējo kultūru.

Dažos reģionos darba vietu radīšana novērš to, ka vietējie iedzīvotāji pelna iztiku ar videi kaitīgu nodarbošanos, piemēram, neilgtspējīgu lauksaimniecību, nelegālu mežu izciršanu un medībām.

Naktsmītnes var radīt arī negatīvu ietekmi uz vidi, kas lielā mērā atkarīga no ainavu arhitektūras, vietējiem nosacījumiem un labiekārtojuma, piemēram, peldbaseini un fitnesa zāles. Viesnīcas atrašanās vietai arī ir svarīga nozīme vides ietekmē: pilsētvide ir mazāk jūtīga, nekā piekrastes vai dabas teritorijas.

Energoresursu patēriņš

Enerģija ir nepieciešama apkurei, apgaismošanai, ventilācijai, dzesēšanai un ēdiena gatavošanai viesnīcas viesiem. Lielākais enerģijas patēriņš nepieciešams istabu apkurei vai dzesēšanai (apm. 50%). Viesnīcas patērē lielāku ir enerģijas apjomu uz cilvēku, nekā kotedžas vai kempingi.

Ūdens patēriņš

Tūrists pludmales kūrortos vidēji patērē daudz vairāk ūdens, nekā mājās, vai nekā patērē vietējais iedzīvotājs. Viesnīcu peldbaseinos un lielu viesnīcas dārzu apūdeņošanai ūdens patēriņš var sasniegt 800l uz cilvēku dienā. Kempingos, turpretī, tūristi patērē mazāk ūdens, nekā mājās.

Daudzos ceļojumu galamērķos ūdens patēriņš ir liela problēma, jo tūrisms attīstās saulainās un sausās vietās. Karstajā (un sausajā) sezonā tūristiem nepieciešamais ūdens daudzums var pārsniegt apgādes iespējas (bieža mazgāšanās dušā, peldbaseini, utt.). Lielais noslogojums var samazināt ūdens apgādi vietējiem iedzīvotājiem, lauksaimniecībai un aizsargājamām teritorijām apkārtne.

Atkritumi

Atkritumu daudzums, ko viena persona naktsmītnē atstāj vienā nakšņošanā, dažāda veida naktsmītnes daudz neatšķiras un ir līdzīgs atkritumu apjomam, ko cilvēks rada, dzīvojot mājās. Problēmas rodas, ja nav pareizi organizēta un netiek pienācīgi kontrolēta atkritumu apsaimniekošana, piemēram, tiek izmantotas nelegālas izgāztuves, atkritumi tiek izgāzti okeānā, izgāztuves tiek pārslogotas, netiek attīrīti notekūdeņi, utt. Šāda prakse kaitē jūras ekosistēmai, īpaši, ja atkritumos ir toksiskas ķīmiskas vielas. Tiek piesārņoti gruntsūdeņi, kas savukārt iespaido floru un faunu, un dzeramā ūdens kvalitāti.

52

Vietās, kur ir daudz tūristu, piemēram, pludmalēs un dažās aizsargājamās teritorijās, liela problēma ir atkritumi. Tas galvenokārt attiecas uz plastmasas pudelēm un maisiņiem, kas ir sevišķi bīstami dzīvniekiem, kuri tos var apēst vai iekļūt tajos kā lamatās. Atkritumu izmētāšana kalnos ir vēl kaitīgāka videi, jo lielā augstumā gaisā ir mazāk skābekļa, tādēļ (toksisko) atkritumu sadalīšanās notiek vēl lēnāk, nekā parastos apstākļos un var aizņemt simtiem gadu.

Daba un ainava

Naktsmītnes aizņem vietu. Parasti viesnīcas tiek celtas tuvu jūras krastam vai kalniem. Tās mēdz būt visjūtīgākās teritorijas. Dabiskās veģetācijas vietā uzceltās ēkas un noasfaltētie ceļi samazina augsnes spēju absorbēt ūdeni. Virszemes ūdeņi koncentrējas vienuviet un straumes kļūst ātrākas, līdz ar to palielinās erozija.

Viesnīcu augstceltņu apbūve parasti koncentrējas ielejās un piekrastēs. Tas var radīt ārkārtīgi lielu vides slodzi satiksmes dēļ un vizuālo piesārņojumu, kas viesu acīs var mazināt atpūtas vietas kvalitāti. Tūrisma infrastruktūras attīstība var radīt arī pozitīvu ietekmi uz vidi. Vizuālais piesārņojums ir samērā nelielā teritorijā, kamēr ar salīdzinoši nelielām investīcijām iespējams izbūvēt videi nepieciešamo infrastruktūru (atkritumu savākšana).

Naktsmītnes var arī apdraudēt dabu, floru un faunu. Trokšņa, gaismu un fizisku šķēršļu dēļ dzīvnieki, piemēram, nevar no dabas teritorijām nokļūt līdz piekrastei. Šāda veida šķēršļus rada galvenokārt viesnīcas. Bungalo parkos vai brīvdienu ciematos parasti starp mājiņām ir pietiekami daudz zaļās zonas, pa kuru dzīvnieki var šķērsot teritoriju. Kempingi vairāk pakļauti sezonālībai, un pēc sezonas beigām teritorija samērā viegli atkal pārveidojama par dabas teritoriju.

Ainavas veidošana ap grezniem kūrortiem arī ietekmē bioloģisko daudzveidību, piemēram, pesticīdu lietošana vai pārmērīgs ūdens patēriņš. Kūrortu dārzos nereti tiek stādīti eksotiski augi, kas var kaitēt

vietējai ekosistēmai. Sevišķi naktsmītnes dabas un lauku teritorijās jāplāno un jāvada ļoti uzmanīgi. No otras puses, ja viss izdarīts pareizi, ainavas veidošana un dārzu iekopšana var arī veicināt bioloģisko daudzveidību un pat palīdzēt atjaunot degradētu ainavu (piem., videi kaitīga lauksaimnieciskā darbība vai mežu izciršana).

Lai tūrisma kūrorts būtu ilgtspējīgs, ir svarīgi strādāt saskaņā ar spēkā esošo vietējo plānošanu un skaidriem būvniecības noteikumiem, kas ir piemēroti attiecīgajai vietai. Bieži likumi praksē netiek ievēroti korupcijas vai vietējās neieinteresētības dēļ. Vājas plānošanas dēļ tūrisma piedāvājums arī ir vājāks un dod mazāku ekonomisko labumu (piem., intensīvāka satiksme vai sastrēgumi). Tūroperatoriem jāvērs vietējo pašvaldību un biznesa partneru uzmanība uz šiem jautājumiem.

Ilgspējas sertificēšana

Viesnīcas un citas naktsmītnes var veikt pasākumus enerģijas un ūdens patēriņa samazināšanai un atkritumu daudzuma samazināšanai. Tūristi var to atbalstīt, retāk ejot dušā, vairākkārt izmantojot dvieļus, mazāk izmantojot elektrību, apkuri un gaisa kondicionēšanu.

Nav daudz naktsmītņu, kurām ir eko ilgtspējas sertifikāts. Šādu sertifikātu var iegūt jebkurš tūrisma uzņēmums, kas aktīvi cenšas samazināt savu negatīvo ietekmi uz sociālo vidi un/vai dabu.

Ilgspējas sertifikāts arī palīdz gan tūroperatoriem, gan klientiem noteikt, vai naktsmītnes un citi produkti patiešām ir ilgtspējīgi. Lielākā daļa ilgtspējas sertifikātu attiecas uz vidi (ekosertifikāti). Eiropā plaši pazīstami ekosertifikāti ir Zaļā Atslēga naktsmītnēm un Zilais Karogs pludmalēm un jahtu ostām. Eiropā vien ir aptuveni 60 sertifikātu. Ne visi ir kvalitatīvi, jo kritēriju prasības ir samērā zemas, vai arī vērtēšanu uz vietas neveic neatkarīgi auditori.

2004. gadā tika nodibināta jumta organizācija, kas apvieno 10 spēcīgākos ekosertifikātus Eiropā – Brīvprātīgās Iniciatīvas Ilgtspējībai Tūrismā - VISIT (*Voluntary Initiatives for Sustainability in Tourism*).



Eiropas Savienībai ir savs ekosertifikāts “Eiropas Puķe”, ko piešķir viesnīcām un kempingiem. To piešķir arī daudzās citās produktu grupās, piemēram, biroja papīram un tīrīšanas līdzekļiem.

Travelife sertifikāta līmeņi viesnīcām

Līdz ar to, ka vairums sertifikātu neietver sociālos kritērijus un daudzos ceļojumu galamērķos nav sava ilgtspējas sertifikāta, Travelife izveidoja sertifikācijas sistēmu, ko tūroperatori var izmantot naktsmītņu un citu piegādātāju vērtēšanai – Travelife Ilgtspējas Sistēmu Viesnīcām un Naktsmītnēm. Pēc pamatnovērtējuma, ko veic paši, viesnīcnieki var uzaicināt auditu. To veic neatkarīgi sertificēti auditori (trešā puse). Audita informācija par viesnīcu ir pieejama visiem tūroperatoriem un ceļojumu aģentūrām, kas iesaistījušies Travelife sistēmā.

Viesnīcas var iegūt bronzas, sudraba vai zelta Travelife sertifikātu, ko tūroperatori var publicēt savos mārketinga materiālos.



Vispasaules Ilgtspējīgā Tūrisma Padome

Vispasaules mērogā vairākas vadošās organizācijas (tai skaitā Travelife) sadarbībā ar Apvienotajām Nācijām (Apvienoto Nāciju Vides Programma un AN Pasaules Tūrisma Organizācija) ir nodibinājušas Vispasaules Ilgtspējīgā Tūrisma Padomi. Šī organizācija izvērtē un apstiprina esošos sertifikātus, pamatojoties uz kopīgi atzītiem vispasaules standartiem.

Šis, tā sauktais, akreditācijas process aplūko standartu un indikatoru kvalitāti un veidu, kā arī auditēšanas un sertifikāta piešķiršanas procesu. 2012. gadā Vispasaules Ilgtspējīgā Tūrisma Padome formāli apstiprināja Travelife Standartus Viesnīcām un Naktsmītnēm un Tūroperatoriem un Tūrisma Aģentiem. Līdzīgas starptautiskas organizācijas jau pastāv mežrūpniecībā (FSC – Meža Uzraudzības Padome) un zivsaimniecībā (MSC – Jahtu Ostu Uzraudzības Padome).

6.2 Pārtika

Vislabāk, ja tūristiem tiek pasniegts ēdiens, kas gatavots no vietējiem produktiem. Tas stiprina vietējo ekonomiku pārtikas apgādes ķēdē, kas ietver ražošanu, izplatīšanu un pārdošanu. Tādā veidā tiek veicināta vietējā nodarbinātība un radītas jaunas darba vietas. Tas arī samazina “pārtikas nobraukumu” – attālumu no pārtikas produktu ražošanas vietas līdz patēriņa vietai, tādējādi ietaupot transporta izdevumus un energoresursus.

Tomēr vietējā pārtika ne vienmēr apmierina tūristu prasības. Tās kvalitāte var būt zemāka, nekā pārtikai, ko tūristi pieraduši ēst savā valstī. Dažkārt, tūrismam strauji attīstoties, vietējā pārtikas apgāde un izplatītāji nespēj apmierināt pieprasījumu. Tas var novest pie pārtikas trūkuma vietējiem iedzīvotājiem un sekojoša cenu pieauguma. Pie tam ir svarīgi, ka viesnīcu restorāni savās ēdienkartēs nepiedāvā ēdienus no apdraudētu sugu dzīvniekiem, piemēram noteiktu sugu zivīm.

Viesnīcas bieži vien nosaka zemākas cenas nakšņošanai un peļņu gūst no papildus pakalpojumiem, ēdienu un dzērienu pārdošanas. Viesnīcnieki neveicina to, ka viesi ietur maltītes ārpus viesnīcām, līdz ar to samazinās vietējo iedzīvotāju iespējas gūt ekonomisku labumu no tūrisma. Nepārprotami, ka tieši šādi vietējo biznesu ietekmē “viss iekļauts” viesnīcu koncepcija.

54

6.3 Suvenīri

Dažkārt suvenīri tie ražoti kā masu produkcija un ievesti ceļojumu galamērķī no citām valstīm. Suvenīrus izgatavo arī ar rokām un ceļojumu galamērķos uz vietas. Pērkot vietējos suvenīrus, mēs palīdzam saglabāt tradicionālās amatniecības prasmes un atbalstām vietējo nodarbinātību. Suvenīrus var gatavot, kad beigusies tūrisma sezona un pārdot tūrisma sezonas laikā, tādējādi darbs ir visu gadu.

Dažos gadījumos vietējai ekonomikai nāk par labu suvenīrus pielāgot tūristu gaumei. Piemēram, samazināt tradicionālos izmērus, lai nopirktās lietas būtu ērtāk aizgādāt uz mājām. Vietējie mākslinieki var izstrādāt jaunus, atraktīvus suvenīru veidus, kas balstīti uz vietējām tradīcijām un gatavoti no vietējiem materiāliem, kas ir jauns stimuls vietējai ekonomikai.

Vietējo suvenīru eksports var veicināt starptautisko pieprasījumu pēc tiem, un tas vietējai ražošanai būs spēcīgs pamudinājums. Piemēram, Bali salā tūkstošiem mākslinieku un tirgotāju nodarbojas ar “suvenīru” eksportu uz veikaliem valstīs, no kurām brauc tūristi. Šajā gadījumā tūrisms ir stimulējis vietējo ekonomiku un eksportu (izmantojot Bali mākslinieciskās tradīcijas).

Dažkārt suvenīri tiek izgatavoti nelegāli, izmantojot materiālus no aizsargājamiem dzīvniekiem vai augiem (piem., bruņurupučiem, zilonkaula, korāļiem, orhidejām, utt.). Pīrkst un ievest suvenīrus, kas izgatavoti no apdraudētām sugām, ir krimināli sodāms pārkāpums, pamatojoties uz starptautiskiem likumiem. Tūristu pieprasījums pēc šādiem priekšmetiem var vilināt vietējos iedzīvotājus tādus pārdot. Līdzīgi, pastāvot pieprasījumam, vietējie iedzīvotāji var vēlēties pārdot vēsturiskus priekšmetus. Dažkārt vietējie iedzīvotāji pat iesaistās arheoloģisku dārgumu zādībās, lai tās pārdotu tūristiem. Tūroperatoriem un tūrisma aģentūrām ir svarīga loma tūristu informēšanā par vietējo situāciju katrā ceļojumu galamērķī.

Pēdējos gados tūristiem tiek piedāvāti arvien vairāk netradicionāli produkti un pakalpojumi. Piemēram, pēc pasūtījuma šūts apģērbs, gleznu kopēšana, zobārstniecība, acu plakstiņu korekcija, utt. Tas jāuztver kā pozitīva tendence, jo vairāk naudas paliek vietējā ekonomikā.

6.4 Kruīzi

Kruīzi ir brīvdienas, kas galvenokārt tiek pavadītas uz kuģa. Kruīza kuģis ir gan naktsmītne, gan transports, kas piedāvā daudzas izklaides iespējas. Tas ir kā peldošs ciemats ar aptuveni 3000 iemītniekiem. Kruīzi notiek visos okeānos un jūrās, bet visieciētākās ir Karību jūra un Vidusjūra.

Sociālekonomiskā ietekme

Kruīzi stiprina vietējo ekonomiku, maksājot ostas maksu, nodokļus par vietējiem pirkumiem un pakalpojumiem, piem., loča, velkoņa pakalpojumiem, atkritumu nodošanu, degvielas un ūdens uzpildi pietātnēs ostās. Kruīza kuģi dod ienākumus vietējiem tūrisma objektiem, restorāniem, veikaliem, vietējiem amatniekiem, suvenīru pārdevējiem un ekskursiju pakalpojumu sniedzējiem.

Tomēr pārsvarā braucienam nepieciešamie krājumi tiek iepirkti valstī, no kuras kuģis izbrauc, lai nodrošinātu noteiktu kvalitātes līmeni. Vietējās ostās tiek iepirkti tikai svaigi augļi un dārzeņi. Krastā kruīza pasažieri parasti pavadā daudz mazāk laika, nekā parastie tūristi, jo viņi neizmanto naktsmītnes un ēd pārsvarā uz kuģa. Daži pat ne reizi nenokāpj no kuģa, jo kuģis ir galvenā viņu izklaides vieta. Ir arī tādi tūristi, kuri neilgo krastā pavadīto laiku izmanto, lai iepazītos ar konkrēto vietu un atgrieztos tur pavadīt garākas brīvdienas.

Jauni ceļojumu galamērķi var relatīvi ātri gūt labumu no kruīziem, jo nav nepieciešamas lielas investīcijas naktsmītnēs un cilvēkresursos. No otras puses, kruīzu maršruti viegli var mainīties, kā dēļ vietējā ekonomikā var rasties liela neziņa un nenoteiktība, īpaši, ja publiskais vai privātais sektors veicis investīcijas, rēķinoties ar kruīza kuģu un viņu pasažieru ierašanos.

Vides ietekme

Lielākā negatīvā kruīza kuģu ietekme ir netīro ūdeņu izgāšana jūrā. Vidējs kruīza kuģis ar aptuveni 3000 pasažieriem rada gandrīz divas reizes vairāk "pelēkā ūdens" (no izlietnēm, dušām, veļas mazgāšanas), nekā tā pasažieri rada ikdienas dzīvē mājās. "Pelēkā ūdens" nopludināšanai jūras ūdeņos nav nekādu ierobežojumu, lai gan arī šis ūdens satur ķīmiskas vielas no tīrīšanas un mazgāšanās līdzekļiem.

"Melno ūdeni" (kanalizāciju no tualetēm) drīkst izvadīt starptautiskos ūdeņos, jo tas nerada ievērojamu kaitējumu videi. Tuvāk krastam melnais ūdens pirms izvadīšanas jāattīra. Balasta ūdens (ūdens, kas sasūcies kuģa tilpnēs) satur degvielu/naftu un citas ķīmiskas vielas. Taupot naudu, šo ūdeni bieži vien noplūdina starptautiskajos ūdeņos neattīrītu, kas ir starptautisko noteikumu pārkāpums.

Vidējs kruīza kuģis saražo apmēram divas reizes vairāk cieto atkritumu uz vienu personu, nekā cilvēks rada, uzturoties mājās. Šie (toksiskie) atkritumi jānodod krasta atkritumu pārstrādes uzņēmumos.

Jūrā izgāztie atkritumi var apdraudēt dzīvās būtnes. Jūras putni var saindēties ar ķīmiskajām vielām, kas ir zivīs, ar kurām tie barojas, jūras bruņurupucis var noturēt plastmasas maisiņu par medūzu un norīt, sekas tam var būt fatālas. Polāros apvidos atkritumi var būt vēl bīstamāki, jo polārās ekosistēmas ir jūtīgākas zemās temperatūras dēļ (līdzīgi kā kalnu teritorijās).

Kruīzu kuģi patērē ļoti daudz energoresursu kustībai, apgaimei, apkurei un gaisa kondicionēšanai. Vidējs kruīza kuģis ar aptuveni 3000 pasažieriem rada aptuveni tikpat lielu gaisa piesārņojumu kā 12000 automašīnas. Galvenais iemesls ir tas, ka kruīza kuģi izmanto smago naftu, kas nav atļauta automašīnām. Pat atrodoties ostā, kuģis joprojām rada tikpat lielu izmešu apjomu kā 4000 automašīnas, kas nemitīgi braukātu ostas rajonā. Ostā lielie dzinēji ir izslēgti, taču darbojas mazāki dīzeļdzinēji un tvaika dzinēji, kas ražo enerģiju gaisa kondicionēšanai, saldētavām, gaismām, sūkņiem, utt.

Šo piesārņojumu var novērst, ņemot enerģiju no energosistēmas, kas atrodas krastā. Lielākajā daļā Savienoto Valstu ostu tas ir iespējams. Tomēr, neraugoties uz Eiropas Komisijas rekomendācijām, Eiropā tas iespējams tikai dažās ostās.

6.5 Rīcība/Risinājumi

6. Naktsmītnes				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Naktsmītnes				
6.1	Ilgtermiņu naktsmītnu politika	Uzņēmums ir izveidojis un ieviesis ilgtermiņa stratēģiju (ar mērķiem un laika grafikiem) lai uzlabotu tās līgumnaktsmītnu ilgtspēju.	√	
6.2	Komunikācija ar naktsmītnēm	Uzņēmums skaidri un aktīvi informē par saviem ilgtspējības mērķiem un prasībām, saistībā ar naktsmītnēm savām līgumnaktsmītnēm un citām atbilstošām naktsmītnēm.	√	
6.3	Sertificētas naktsmītnes	Priekšroka tiek dota naktsmītnēm, kas darbojas ar starptautiski atzītu (piem., GSTC atzītu) un/vai Travelife sertifikāciju (ņemot vērā cenas un komforta kritērijus).	√	
6.4	Līguma nosacījumi	Pamata/standarta ilgtspējības punkts(-i) ir (tieši vai netieši) iekļauts visos līgumos ar naktsmītnu nodrošinātājiem. (piem., bērnu darbs, pretkorupcija un pretkukuļdošana, atkritumu apsaimniekošana un bioloģiskās daudzveidības aizsardzība).	√	√
6.5	'Labās prakses' standartu izplatīšana un padomu sniegšana	Labās Prakses (piem., Travelife) standarti un padomi ilgtspējīgākai pārvaldībai (piem., apmācību rokasgrāmatas) tiek izplatīti naktsmītnēm, kurām ir vislabākais pārdošanas koeficients.		
6.6	Pamata / sevis novērtēšana	Līgumnaktsmītnēm ir pašām regulāri jāveic sava uzņēmuma novērtēšana un jāsniedz šī informācija tūrisma operatoram (piem., ar Travelife Ilgtspējības sistēmu viesnīcām vai citu atzītu programmu palīdzību).		
6.7	Piedalīšanās apmācībās/izglītībā	Līgumnaktsmītnes tiek stimulētas piedalīties vietējās vai starptautiskās/valstiskās ilgtspējības apmācībās un izglītībā (gadījumā, ja šīs apmācības tiek piedāvātas galamērķī)	√	
6.8	Kolektīvās darbības	Uzņēmums atbalsta (pēc pieprasījuma) sadarbības iniciatīvas ar citiem tūrisma operatoriem, lai veicinātu naktsmītnu ilgtspējību noteiktos galamērķos.	√	
6.9	Prēmijas	Prēmijas tiek piedāvātas naktsmītnēm, kuras aktīvi iesaistās ilgtspējas darbībās (piem., finansiāli, līguma nosacījumi vai mārketinga bonusi, tādi kā zaļi logotipi/indikācijas).	√	

Specifiskas politikas				
6.10	Bērnu un obligātais darbs	Biznesam nav ne tiešu, ne netiešu līgumu ar naktsmītnēm, kuras ir iesaistītas obligātajā darbā vai kuras nodarbina bērnus, lai veiktu darbu, ko parasti veic pieaugušie. Bērniem ir īpaši darba laiki un nosacījumi (< 14 gadi) strādājot ar biznesiem, saskaņā ar ANO konvenciju par Bērna tiesībām un/vai SDO konvenciju 138. Šis nosacījums ir minēts līgumā ar naktsmītni.	√	√
6.11	Vietēji ražoti suvenīri	Naktsmītnes tiek stimulētas piedāvāt vietējā mērogā un/vai ilgtspējīgi ražotus suvenīrus		
6.12	Naktsmītnes ciena un izceļ vietējo arhitektūru, apkārtni un kultūrvēsturisko mantojumu.	Uzņēmums dod priekšroku naktsmītnēm un restorāniem, kuri ir integrējuši vietējās mākslas, arhitektūras vai kultūrvēsturiskā mantojuma elementus, vienlaikus respektējot vietējo kopienu intelektuālā īpašuma tiesības (ņemot vērā cenu, komfortu un citus izvēles kritērijus).	√	
6.13	Bērnu seksuālā izmantošana: līgumu slēgšana	Naktsmītnu līgumos ir ietverti punkti, kas ļauj tūrisma operatoram izbeigt līgumu pirms laika, ja naktsmītnu piegādātājs nepieņem adekvātus mērus, lai novērstu bērnu seksuālu izmantošanu.	√	√
6.14	Vietējo kopienu resursi	Gadījumā, ja ir skaidri pierādījumi, ka līgumnaktsmītne stabili nenodrošina pamatpakalpojumus (vai dara to negodīgi), tādus kā ēdiens, ūdens, enerģija, veselības aprūpi vai piesārņo kaimiņu kopienas, tas var būt par iemeslu pārtraukt sadarbību ar naktsmītni.	√	
6.16	Vietēji un godīgi ražota pārtika	Naktsmītnes tiek stimulētas iegādāties un izmantot vietējus pārtikas produktus, kas ir ražoti, balstoties uz godīgas ražošanas un ilgtspējīgas principiem.		
6.16	Bioloģiskā daudzveidība	Tiek sagaidīts, ka līgumnaktsmītnes samazinās savu ietekmi uz vietējo un globālo bioloģisko daudzveidību kur vien tas ir iespējams (piem., nepiedāvājot sarkanajā sarakstā ierakstītās sugas savā ēdienkartē).		

7. Ilgtspējīgas ekskursijas

No visām tūrisma paketes sastāvdaļām, lielu ietekmi uz ceļojuma galamērķi atstāj ekskursijas un vietējās izklaides. Pirms varam noteikt jūsu uzņēmuma lomu šai jautājumā un ieteikt iespējamus uzlabojumus, apskatīsim sīkāk dažus ekskursiju veidus.

7.1 Saule, jūra, zemūdens peldēšana, niršana

Pludmales aktivitātes un aktivitātes okeānā ir samērā ilgtspējīgas. Tomēr arī dažas “Saules un Jūras” brīvdienu aktivitātes var radīt problēmas.

Atkritumi, kas paliek pludmalēs, īpaši plastmasa, ir ārkārtīgi bīstami dzīvniekiem, kam var rasties vēlēšanās tos apēst. Ar atkritumiem piemētātas pludmales tūristiem kļūst ļoti nepievilcīgas, piesaista žurkas, kas atkritumus vēl vairāk izmētā un kaitē ekosistēmai. Braukšana ar motocikliem pa pludmali un smilšu kāpām bojā šīs jutīgās ekosistēmas. Motorizēto transporta līdzekļu izraisītā erozija bojā dabiskās barjeras, kas aizsargā krastu ūdens līmeņa celšanās gadījumā. Tūrisma infrastruktūra piekrastes teritorijās var traucēt putniem, kas ligzdo uz zemes, dažās vietās tā traucē ligzdot arī jūras bruņurupučiem.

Daudzas problēmas var rasties arī jūrā. Zemūdens peldēšana, niršana un pārvietošanās ar laivu var bojāt koraļļus. Tas notiek, ja cilvēki koraļļus aizskar, laiva beržas gar koraļļu rifu vai tiek noenkurota tajā. Koraļļi ir ļoti viegli ievainojami, tie aug lēnām. Arī koraļļu un gliemežvāku vācēji var apdraudēt noteiktas sugas. Visbeidzot, zivju barošana izjauc dabisko dzīvi un var izraisīt agresīvu izturēšanos.

7.2 Pastaigas, pārgājieni, riteņbraukšana

Dažos, visbiežāk, trūcīgos, kalnu apvidos trekings kļuvis par nozīmīgu aktivitāti un dod nozīmīgu ieguldījumu vietējā ekonomikā.

Sociālā ietekme

Augstkalnu pārgājieniem un kāpšanai nepieciešama atbalsta grupa, piemēram, pavāri, mantu nesēji. Dīvēl šie cilvēki nereti saņem ļoti zemu atalgojumu un viņus neaizsargā likumdošana. Viņu darba apstākļi nereti ir bīstami. Nesējiem netiek nodrošināts atbilstošs apģērbs un aprīkojums, viņiem jānes pārāk smagas somas, kas izraisa nopietnas un dažkārt fatālas veselības un drošības problēmas.

Vides ietekme

Principā pastaigas, pārgājieni un braucieni ar kalnu velosipēdiem ir videi draudzīgas aktivitātes. Aizsargātajās dabas teritorijās tās parasti tiek veiktas īpaši sagatavotos maršrutos. Faktiski, lielākais kaitējums videi tiek nodarīts, ierīkojot un uzturot šos maršrutos (piem., zemes nogrūvumi un erozija). Nopietns kaitējums var rasties, ja tūristi novirzās no takām un tiek pārsniegta pieļaujamā vides slodze. Tas izjauc augsnes sastāvu, izmaina floru un faunu. Izturīgākās sugas gūst pārsvaru pār vājākajām un retajām sugām, var rasties spēcīga erozija.

Kalnu velobraukšana ir sports, kas parasti notiek kalnu apvidos, kur zemsedze ir ļoti jutīga, tādēļ ka augsnes virsējais slānis ir plānāks un augstākos apvidos veģetācija ir jutīgāka.

Tūristu prasība pēc siltas dušas un silta ēdiena var novest pie pārmērīgas koku izciršanas un kā sekas var rasties kalnu erozija. To var novērst tikai tad, ja tūristiem līdzī ir alternatīvs kurināmais, piemēram, gāze vai petroleja. Klinšu kāpēji parasti izvēlas klintis bez veģetācijas, jo tās ir mazāk bīstamas kāpšanai. Šī iemesla dēļ no kāpšanas maršrutiem veģetācija tiek aizvākta.

Īpaši lielā augstumā atstātie atkritumi rada smagu piesārņojumu florai, faunai un ūdenim. Augstos apvidos virszemes ūdeņu ir maz, tādēļ dušām un tualetēm pieejamais ūdens daudzums ir ierobežots. Sekojoši, var rasties higiēnas problēmas. Tas var izraisīt konfliktus starp tūristiem un vietējiem iedzīvotājiem.

7.3 Dzīvnieku vērošanas ekskursijas

Dabas tūrisms ir tūrisma veids, kas piedāvā vērot dzīvniekus to dabiskajā vidē. Piemēram, safari Āfrikā, vaļu vai krokodilu vērošana no kuģiem, vai pārgājieni džungļos, kuru laikā tūristi var ieraudzīt dzīvniekus. Daudzās attīstības valstīs šīs aktivitātes ir nopietns ienākumu avots, un tas ir svarīgs iemesls aizsargāt apdraudētās sugas.

Nozīmīgs negatīvs aspekts šīm ekskursijām ir tas, ka dzīvnieki tiek traucēti. Tie var aiziet no attiecīgā apvidus, dažas sugas varbūt atgriezīsies, citas pazudīs uz visiem laikiem. Vislielāko ietekmi atstāj pirmā sastapšanās ar tūristiem. Ar laiku dzīvnieki var pierast pie apmeklētājiem un pielāgoties, piemēram, izvairoties no sastapšanās. Dzīvnieki var arī sākt aktīvi tuvoties tūristiem, meklējot pārtiku, kļūt pret tiem agresīvi, ir izmainījušies viņu dabiskā izturēšanās.

Visbiežāk izmantotie pārvietošanās līdzekļi safari ekskursijām ir apvidus auto un citi motorizētie braucamie. Praktisku un drošības apsvērumu dēļ tam ir maz alternatīvu. Transporta līdzekļi rada traucējumus ne tikai ar troksni, tie arī kaitē florai un faunai. Asfaltēti un neasfaltēti ceļi rada šķēršļus dzīvotnēs, motorkuģi, ko izmanto vaļu vērošanai, rada troksni un traucējumus zem ūdens. Jūtīgie jūras zīdītāji var gūt nopietnu stresu un zaudēt orientācijas spēju.

Dzīvnieku vērošanas ekskursijās tūristi bieži nakšņo dabā. Malkas vākšana ēdiena gatavošanai un ugunsuram var ietekmēt ekoloģisko līdzsvaru. Pats par sevi saprotams, ka atkritumus aiz sevis atstāt nedrīkst. Ja nav labierīcību, cilvēku ekskrementi var piesārņot gruntsūdeņus un virszemes ūdeņus.

7.4 Golfs

Golfs ir ilgtermiņa ekonomiska aktivitāte, jo tam nepieciešami salīdzinoši lieli ieguldījumi. Ja golfa laukums atrodas pareizā vietā, tas ir pareizi uzbūvēts un tiek pareizi kopts, ceļojumu galamērķim tas var būt nozīmīga papildvērtība. Tas var veidot pievilcīgu ainavu ar lielu floras un faunas daudzveidību, un to var izmantot oglekļa izmešu kompensēšanas pasākumos, stādot un kopjot kokus.

Tomēr golfa laukumu izveide nozīmīgi ietekmē telpu, tā iespaido dabas un/vai lauksaimniecisko vidi. Uzbūvējot golfa laukumu, vietas endēmisko veģētāciju var nomainīt eksotiskas sugas, var tikt izjaukts dabiskais ūdens cikls. Ne vienmēr tiek ņemtas vērā vietējās ainavas īpatnības, līdz ar to golfa laukums netiek veiksmīgi integrēts vietējā vidē.

Problēmas var sagādāt golfa laukumu laistīšana. Lai zālāji nenodzeltētu, tiem nepieciešams daudz mitruma, taču daudzi golfa laukumi atrodas karstās un sausās vietās, kur vasarās trūkst ūdens. Bieži tas izraisa konfliktus starp golfa laukuma īpašniekiem un vietējiem iedzīvotājiem.

Daudzos golfa laukumos izmanto ķīmisko mēslojumu un ķīmiskos pesticīdus, lai pasargātu zālāju no slimībām un kaitēkļiem. Kad tie nonāk gruntsūdeņos un virszemes ūdeņos, rodas aļģes, kas izraisa citu organismu bojāeju, ir kaitīgas ekosistēmai un negatīvi ietekmē apkārtni.

7.5 Motorizētie sporta veidi

Motorizētie transporta līdzekļi tiek izmantoti daudzos tūrisma piedāvājumos. Gan ziemas sporta veidos, gan pludmales brīvdienās izmanto sniega motociklus, ūdensmotociklus, kvadraciklus, bezceļa motociklus utt. Šiem vieglajiem un nelielajiem braucamajiem bieži ir tādi divcilindru dzinēji, kas ir vieglāki un jaudīgāki par četrcilindru dzinējiem. Taču divcilindru dzinēji degvielu nesadedzina pilnībā, tie rada vairāk CO² un NO_x izmešus, nekā četrcilindru dzinēji.

Zināmos sporta veidos, piemēram, ūdensmotocikliem, degvielas patēriņš un CO² izmešu apjoms ir īpaši augsts.



Ūdenī un gaisā nonāk liels toksiskā piesārņojuma daudzums (piem., benzols). Tas ir bīstami gan jūras dzīvībai, gan tūristiem, kuri peldas ūdenī. Toksiskais piesārņojums bieži nokļūst barības ķēdē un pārtikas produktos, ko patērē cilvēki.

Ūdensmotocikli var uztriekties zivīm un jūras zīdītājiem. Ūdens motociklam ir maza iegrime, tam nav dzenskrūves, tādēļ tas var pārvietoties ļoti seklā ūdenī, kur tas rada viļņus. Viļņi bojā krastu un ekosistēmas. Ūdensmotocikli arī rada lielu troksni, kas ir kaitīgs gan pašam braucējam, gan traucē citus tūristus un jūras dzīvību. Sevišķi ūdensmotociklu radītais troksnis un viļņi traucē ūdensputnus.

Kvadracikli ir bezceļu motocikli ar četriem riteņiem. Tie ir stabilāki un vieglāk vadāmi, nekā motocikli. Tie ir samērā nelieli, taču ar lieliem riteņiem, kas ļauj viegli manevrēt uz jebkādas virsmas. Degvielas patēriņš un CO² izmešu apjoms ir lielāks, nekā bezceļa motocikliem, lai gan abu veidu dzinēji rada lielu piesārņojumu (CO², NO_x, smalki putekļi).

Lielās riepas ar dziļo protektoru atstāj zemē dziļas pēdas, iznīcina augus un izraisa eroziju. Dažām sugām šie riepu nospiedumi rada nepārvaramu šķērslī. Tiek traucēti putni, sīkas dzīvas būtnes tiek saspīestas. Troksnis negatīvi ietekmē gan dzīvo dabu, gan citu tūristu labsajūtu.

7.6 Tūristu piesaistes

Sociālkulturālā ietekme

Tūristu ekskursijas un vietējo objektu apmeklējumi dod pozitīvu iespēju tūristiem un vietējiem iedzīvotājiem iepazīties. Kopumā tūristiem patīk iepazīties ar vietējiem iedzīvotājiem, ja vien viņi netiek izmantoti. Savstarpējā attiecība atkarīga no tūristu veida un daudzuma un no kontaktēšanās veida.

‘Autentiski iestudējumi’, kas domāti tūristiem, var būt noderīgi, jo tie novērš tūristus no ‘īstajām’ autentiskās kultūras izpausmēm. Pēc izrādes, kas domāta tūristiem, vietējiem iedzīvotājiem ir iespēja atgriezties savā ierastajā dzīvē. Taču tūristu interese par vietējo kultūru var arī atdzīvināt vietējās tradīcijas un tās no jauna nonāk cieņā. Piemēram, ekskursijas uz autentiskajiem ciematiem veicina jauniešu nodarbinātību, viņiem nav nepieciešams doties projām darba meklējumos.

Tūrisms var nostiprināt apmeklējamās etniskās minoritātes grupas pozīcijas attiecībā pret vairākumu. Piemēram, Bali kultūras atpazīstamība, pateicoties tūrismam, nostiprināja Bali tautas pozīcijas visā Indonēzijas sabiedrībā. Pārsvārā tūristu un vietējo iedzīvotāju tikšanās ir samērā īsas un notiek tikai noteiktos reģionos. Parasti svarīgākas ir citas kultūras ietekmes uz minoritāšu etniskajām grupām, piemēram, televīzija, attīstības programmas, izglītība, migrējušo darba meklētāju atgriešanās un dominējošo etnisko grupu ietekme.

Uzņemošajos reģionos saskarsme ar tūristiem var radīt arī negatīvu ietekmi. Vietējie var sākt pārmērīgi atdarināt patēriņa sabiedrības izturēšanos, var pieaugt ubagošana, sevišķi bērnu ubagošana. Kultūras izpausmes, piemēram, māksla, dejas un mūzika, tiek komercializētas un pārspīlēti asimilētas “autentiskos” suvenīros un izrādēs.

Dažkārt vienas dienas ekskursijas ir bēdīgi slavenas ar to, ka nes ļoti nelielu ekonomisko labumu apmeklētajām vietām. Piemēram, ja transporta līdzekļu un gida pakalpojumi tiek nomāti vietējā pilsētā, pasažieri ēd līdzpaņemtas pusdienas, ceļojumu galamērķi tērējot mazāk naudas.

Lai novērstu nepiedienīgu uzvedību, apmeklējot ar kultūru saistītas vietas, piemēram, reliģiskus vēstures pieminekļus, tūristus nepieciešams iepriekš sagatavot. Tādā veidā pret tūristiem neradīsies negatīva attieksme, un tiks veicināta laba saprašanās starp apmeklētājiem un vietējiem iedzīvotājiem.

7.7 Dzīvnieki kā tūristu piesaiste

Tūrisma piedāvājumā bieži tiek izmantoti dzīvnieki. Piemēri ir dejojošie lāči, vēršu cīņas vai izjādes uz dažādiem dzīvniekiem. Šādas aktivitātes var dzīvniekam fiziski nodarīt pāri vai pat novest pie bojāejas (vērši no arēnas neizklūst dzīvi).

Dzīvnieku cīņas parasti nozīmē, ka cīnās divi vienas sugas dzīvnieki (suņu cīņas, gaiļu cīņas), dažkārt cīnās atšķirīgu sugu pārstāvji (piem., suns pret lāci). Šādās cīņās bojā iet daudzi dzīvnieki.

Arī dzīvnieku sacīkstēm var būt tādas pat sekas. Piemēram, "Galgo" sacīkstes Spānijā – ja suņi neskrien pietiekami ātri, saimnieki tos pakar. Tūristiem vajadzētu stingri atteikties no šāda veida izklaidēm.



Dzīvnieku ļaunprātīga izmantošana var notikt arī neparedzētos apstākļos. Nevainīgas tūristu izklaides, piemēram, izjādes uz ēzeļa, zirgu izjādes vai vizināšanās pajūgā vai jāšana uz kamieļiem var slēpt nežēlīgu izturēšanos pret dzīvniekiem, piemēram, tos pārslogojot ar svaru, liekot strādāt ļoti garas stundas karstumā, bez dzeršanas. Tūristiem, kuri nevēlas to atbalstīt, tas jāzina, jāņem vērā dzīvnieku izskats un apstākļi, kādos tiem jāstrādā.

Jebkurā situācijā, kurā publikai tiešā vai netiešā veidā ir saskarsme ar dzīvniekiem nebrīvē, augstiem dzīvnieku labturības standartiem ir jābūt pirmajā vietā. Dzīvniekiem, neatkarīgi no situācijas, ir specifiskas vajadzības. Ir daudz labu piemēru, taču dažkārt nebrīvē esošie dzīvnieki cieš no sliktas apiešanās, un tas notiek publikas dēļ. Situācijās, kad pakalpojuma sniedzējs pieļauj tuvu saskarsmi starp tūristiem un savvaļas dzīvniekiem, pastāv risks, ka dzīvnieki var uzbrukt.

Kad tūristiem tiek rādīti savvaļas sugu dzīvnieki, tūrisma uzņēmumam jāievēro starptautiskā vai nacionālā likumdošana un pieņemtie standarti. Veicinot labu dzīvnieku aprūpes praksi, ievērojami var uzlabot dzīvnieku labturību visā ceļojumu galamērķī.

7.8 Ētikas kodeksi

Lai definētu un vienotos par pienācīgu izturēšanos saistībā ar noteiktām tūrisma aktivitātēm, ir izstrādāti dažādi ētikas kodeksi. Vislabāk, ja tos apstiprinājušas uzticamas organizācijas, piemēram, Apvienoto Nāciju iestādes vai specializētas NVO.

Ētikas kodeksi var attiekties uz attiecīgās aktivitātes pakalpojumu sniedzēju vai tās dalībniekiem. Tūrisma uzņēmumiem ir nozīmīga loma šo kodeksu popularizēšanā, lai radītu izpratni un veicinātu pareizu izturēšanos. Protams, vislabāk būtu, ja šo kodeksu ievērošanai tiktu veikta neatkarīga uzraudzība. Valdībām un aizsargājamo teritoriju administrācijām šai darbā būtu jāuzņemas vadošā loma. Ja vietējās struktūras ir vājas un pastāv korupcija, tas jā dara tūroperatoriem, vietējām tūrisma kompānijām un tūristiem.

7.9 Kā padarīt ekskursijas ilgtspējīgākas

Izejošās tūrisma kompānijas parasti piedāvā ekskursijas klientiem, kuri jau atrodas ceļojumu galamērķī, tās reti ir iekļautas jau iepriekš apmaksātajā ceļojuma paketē. Tam ir daudzas priekšrocības, piemēram, zemāka kopējās paketes cena, lielāka rīcības brīvība klientam. Trūkums var būt tas, ka izejošā tūrisma kompānijai ir maz iespēju kontrolēt ekskursijas, kas tiek piedāvātas uz vietas. Tas ir jāzūtic vietējām partneru aģentūrām. Jūsu uzņēmums var noteikt virzību, izstrādājot skaidru ilgtspējas politiku ekskursijām. To vietējiem ekskursiju pakalpojumu sniedzējiem var nokomunicēt jūsu vietējās partneru aģentūras, vietējie pārstāvji un/vai viesnīcas.

Kur iespējams, jūs varat dot priekšroku tiem ekskursiju pakalpojumiem, kas darbojas saskaņā ar atzītiem ilgtspējas standartiem. Arī tajos apvidos, kur ekskursiju pakalpojumu ilgtspēja ir apšaubāma, ekskursiju pakalpojumu sniedzējiem jāizplata attiecīgas vadlīnijas un ētikas kodeksi. Līgumos ar vietējiem ekskursiju pakalpojumu sniedzējiem jums un jūsu vietējai partneru aģentūrai jāiekļauj daži ilgtspējas pamatnosacījumi, lai nepieļautu ekskursiju negatīvu ietekmi.

Pārskats par rīcībām un risinājumiem šī moduļa beigās skaidri apraksta iespējamās rīcības ilgtspējas popularizēšanai ekskursiju jomā, taču pamatnoteikumam jābūt, ka uzņēmums nepiedāvā tādus produktus un/vai pakalpojumus, kas var kaitēt cilvēkiem un dabas videi ceļojumu galamērķos.

7.10 Rīcības / Risinājumi

7. Ekskursijas & aktivitātes				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Ekskursijas & aktivitātes				
7.1	Galamērķos tiek piedāvātas pārskatītas jutīgas ekskursijas.	Uzņēmums uztur pārskatu pār vides un kultūras jutīgām ekskursijām, kas tiek piedāvātas katrā galamērķī. Šeit ietilpst arī ekskursijas, kuras tieši piedāvā uzņēmums vai vietējie pakalpojumu sniedzēji (partneraģentūra vai naktsmītnes).	√	
7.2	Ilgtspējīgu ekskursiju politika	Uzņēmums ir izveidojis un ieviesis politiku, lai uzlabotu savas ekskursiju bāzes ilgtspēju.	√	
7.3	Komunikācija ar piegādātājiem	Uzņēmums komunicē (tieši vai netieši) savus ilgtspējības mērķus un prasības saviem līguma un citiem atbilstošiem ekskursiju nodrošinātājiem.	√	
7.4	Ētikas kodeksu /norādījumu izplatīšana jutīgām ekskursijām vai aktivitātēm.	Ekskursiju piedāvātāji jutīgām ekskursijām vai aktivitātēm, kas ir integrētas kompleksos vai kuras piedāvā vietējie partneri, saņem un ievieš dokumentētas vadlīnijas un/vai kodeksus, lai samazinātu negatīvo apmeklētāju ietekmi un maksimizētu baudījumu. Vadlīnijas tiek izstrādātas sadarbībā ar atbilstošām NVO un atbilstošo kopienu un saņem to piekrišanu. - ar nebrīvē esošiem dzīvniekiem saistītas aktivitātes; - jūras aktivitātes (snorkelēšana, niršana, vaļu, delfīnu	√	

		<p>un bruņurupuču vērošana)</p> <ul style="list-style-type: none"> - sporta zvejošana - kultūrvēsturiskā mantojuma apmeklēšana - savvaļas dzīves vērošana un aizsargāto teritoriju apmeklēšana - nebrīvē esošas savvaļas dzīvnieku apskate - vietējo un tradicionālo kultūru izbaudīšana - kultūras vai vēsturiski jutīgu teritoriju apmeklēšana <p>Šajās vadlīnijās ir iekļauti norādījumi kā komunicēt ar klientiem, ieskaitot prasības kā informēt klientu par ētikas kodeksiem.</p>		
7.5	Sertificētas ekskursijas	Kur vien iespējams priekšroka jādod ekskursijām, kuras tiek veiktas, balstoties uz atzītiem un kontrolētiem ilgtspējības standartiem.	√	
7.6	Apmācību materiāli un padomi	Apmācību rokasgrāmatas un citas vadlīnijas labākai ilgtspējīgai pārvaldībai tiek izplatītas ekskursiju sniedzējiem.		
7.7	Līguma nosacījumi	Galvenais ilgtspējības punkts(-i) ir ietverts līgumos (piem., bērnu nodarbināšana, pretkorupcija un pretkukuļdošana, atkritumu apsaimniekošana un bioloģiskās daudzveidības aizsardzība).		
Specifiski kritēriji				
7.8	Nekādu aktivitāšu, kas varētu sniegt negatīvu ietekmi	Uzņēmums nepiedāvā nekādus produktus vai ekskursiju sniedzēju pakalpojumus, kas varētu kaitēt cilvēkiem, dzīvniekiem, augiem, dabas resursiem (piem., ūdens/enerģijas) vai kuri ir sociāli/kulturāli nepieņemami.	√	
7.9	Savvaļas dzīves apskatīšana	Netiek piedāvātas ekskursijas un aktivitātes, kurās savvaļas dzīvnieki tiek turēti nebrīvē, izņemot aktivitātes, kuras ir pilnībā atbilst vietējiem, valstiskiem un starptautiskiem likumiem. Gadījumā, ja tiek turēti aizsargātu un savvaļas sugu dzīvnieki īpatņi, tos drīkst turēt tikai tie, kuriem ir pilnvaras un atbilstošs aprīkojums, lai tos izmitinātu un aprūpētu cilvēcīgi.	√	√
7.10	Savvaļas sugu ievākšana	Savvaļas sugas netiek ievāktas, patērētas, izstādītas, pārdotas vai ražotas, izņemot kā daļa no regulētas aktivitātes, kas nodrošina, ka to izmantošana ir ilgtspējīga un atbilst vietējiem, valstiskiem un starptautiskiem likumiem.	√	√
7.11	Mijiedarbība ar savvaļas dabu	Ekskursijas, kurās ietilpst mijiedarbība ar savvaļas dabu ar atbilstošiem (piem., Travelife) ētikas kodeksiem. Ņemot vērā kumulatīvo ietekmi, tie nenoved pie jebkādam negatīvam ietekmēm uz populāciju dzīvotspējīgumu un uzvedību savvaļā. Jebkādi dabīgās ekosistēmas traucējumi tiek minimizēti, rehabilitēti un pastāv kompensējoši ieguldījumi saglabāšanas pārvaldībā.	√	√
7.12	Apmācīti gidi	Jutīgās kultūrvēsturiskās vietās (piem., vietējos ciemos), vēsturiskā mantojuma vietās vai ekoloģiski jutīgos galamērķos, viesus vadās apmācīti gidi.	√	
7.13	Vietējo kopienu atbalstīšana	Uzņēmums plāno iekļaut savos komplektos vai reklamēt klientiem ekskursijas un aktivitātes, kuras tieši iesaista un atbalsta vietējās kopienas (iepirkot pakalpojumus vai preces, tradicionālus rokdarbus un vietējās (ēdienu) pagatavošanas metodes, apmeklējot	√	

		sociālos projektus).		
7.14	Vides un bioloģiskās daudzveidības atbalstīšana	Uzņēmums cenšas iekļaut komplektos vai reklamēt klientiem ekskursijas un aktivitātes, kuras atbalsta vidi un bioloģisko daudzveidību (piem., aizsargājamo teritoriju apmeklēšana, vides aizsardzības projektu apmeklēšana).	√	

8. Vietējie pārstāvji, grupu vadītāji un gidi

Grupu vadītājus, vietējos pārstāvjus un tūristu gidus var uzskatīt par specifiskiem piegādātājiem vai darbiniekiem. Šajā materiālā tos uzlūkojam kā indivīdus, kurus ekskursiju pakalpojuma sniegšanai nolīgst tūrisma uzņēmums. Līgumi bieži tiek slēgti uz laiku vai gabaldarbam.

Darba pienākumu apraksts

- **Vietējais pārstāvis** - persona, kas tūroperatora uzdevumā pārvalda un pārrauga ceļojuma paketes norisi, nodrošina programmas izpildi un sniedz praktisku vietējo informāciju. Pārstāvis parasti sagaida klientus ierodamies, iepazīstina ar naktsmītni un vietu, risina klientu problēmas, kas radušās uz vietas, sniedz ieteikumus attiecībā par restorāniem, auto nomu un vietējām ekskursijām.
- **Grupu vadītājs** – persona, kas pavada grupu visā ceļojuma laikā uz vienu vai vairākiem ceļojumu galamērķiem. Grupas vadītāja pienākumi ir līdzīgi, kā vietējam pārstāvim, tikai viņš vienlaicīgi strādā ar vienu grupu.
- **Tūristu gids** – persona, kas pavada tūristus ekskursijās un apmeklējumos uz, piemēram, vietējiem kultūrvēstures un dabas objektiem. Dažās valstīs gidam vispirms jāiegūst kvalifikācija, lai vadītu ekskursijas noteiktās vietās, un arī licence šī darba veikšanai. Tūristu gida kvalifikācijas katrā valstī ir atšķirīgas, dažos gadījumos kvalifikāciju nosaka nacionālā līmenī, citur noteikumu prasības atšķiras pa rajoniem.

64

Darba nosacījumi

Vietējo pārstāvju, grupu vadītāju un gidu darba nosacījumiem jābūt godīgiem, jābalstās uz vietējo likumdošanu un starptautiskajiem labas prakses standartiem attiecībā uz, piemēram, iztikas minimumu un skaidriem līguma nosacījumiem. Arī tad, ja šie darbinieki tiek nolīgti pastarpināti, piemēram, caur jūsu uzņemošo partneri vai vietējo tūrisma aģentūru, jums jānodrošina, ka standarti tiek ievēroti. Ja konkurē vairāki pretendenti ar līdzīgām kvalifikācijām, priekšroka jādod vietējiem iedzīvotājiem. Tā rīkojoties, jūs atbalstāt vietējo ekonomiku un palīdzat attīstīt vietējo iedzīvotāju prasmes.

Kvalifikācija un ilgtspējas interpretācija

Tā kā vietējie pārstāvji, grupu vadītāji un gidi strādā tiešā saskarsmē gan ar klientiem, gan piegādātājiem ceļojumu galamērķī, viņi lielā mērā iespaido jūsu klientu pieredzi, kā arī viņi izvēli saistībā ar ilgtspēju. Viņi ir tie, kas visvairāk var informēt un ieteikt jūsu klientiem izvēlēties noteiktus (ilgtspējīgus) restorānus, ekskursijas vai apskates objektus. Viņi var arī ieteikt, kā rīkoties ar atkritumiem, kādus suvenīrus pirkt vai nepirkt, kā pieņemt izturēties (piem., attiecībā uz ģērbšanos), kā pamanīt bērnu seksuālu izmantošanu un informēt par to varas iestādes.

Vietējiem pārstāvjiem, grupu vadītājiem un gidiem jābūt labi informētiem par vietējām ierāžām, sabiedriskajām normām un ilgtspējas jautājumiem; viņiem jāprot tas viss klientiem pasniegt pozitīvā un saistošā veidā. Lai nodrošinātu, ka jūsu ilgtspējas politika tiek ievērota praksē un šie (vietējie) darbinieki ir informēti par jaunākajām klientu tendencēm un ilgtspējas mērķiem, ir svarīgi izraudzīties kvalificētus un prasmīgus cilvēkus, regulāri viņus apmācīt, izskaidrot uzņēmuma ilgtspējas politiku un attiecīgus ilgtspējas jautājumus.

Vietējā uzraudzība un atsauksmes

Vietējiem pārstāvjiem un grupu vadītājiem ir svarīga loma arī jūsu vietējo partneru, piemēram, naktsmītņu un ekskursiju pakalpojumu sniedzēju, ilgtspējas uzraudzībā, kā arī informācijas sniegšanā par atbilstošiem ilgtspējas jautājumiem un iespējām ceļojumu galamērķī. Tas palīdzēs pilnveidot jūsu informāciju par piedāvājumu klientiem un, ja nepieciešams, risināt problēmas ar vietējām varas iestādēm.

8.1 Rīcības/Risinājumi

Grupi vadītāji, vietējie pārstāvji un gidi				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
8.1	Priekšroka vietējiem ceļojumu vadītājiem / pārstāvjiem	Pie vienlīdzīgas kvalifikācijas uzņēmums dod priekšroku vietējo ceļojumu vadītāju, pārstāvju, ceļojumu gidu, šveicaru, autovadītāju, pavāru un cita vietējā personāla nodarbināšanu (ieskaitot vadītāju pozīcijas), un, ja nepieciešams nodrošina apmācību.		
8.2	Darba noteikumi	Bizness nodrošina, ka ceļojumu vadītāji, pārstāvji, gidi un cits vietēji aktīvs personāls, kam ir līgums ar uzņēmumu saprot sava darba noteikumus un nosacījumus, ieskaitot atlīdzību.	√	√
8.3	Iztikas minimums	Ceļojumu vadītājiem, vietējiem pārstāvjiem, gidiem un citam vietējam personālam, kuru ir nolīdzis uzņēmums tiek maksāts vismaz tāda iztikas alga, kas ir vienlīdzīga vai virs ar likumu noteiktā iztikas minimuma.	√	√
8.4	Apmācības un izglītība	Ceļojumu vadītāji, vietējie pārstāvji un gidi, kurus ir nolīdzis uzņēmums, ir kvalificēti un tiek regulāri apmācīti.	√	
8.5	Ilgspējības politika	Ceļojumu vadītāji, vietējie pārstāvji un gidi tiek informēti par atbilstošiem aspektiem uzņēmuma ilgtspējas politikā un tiek sagaidīts, ka viņi tai atbildīs.	√	
8.6	Zināšanas par ilgtspēju	Ceļojumu vadītāji un vietējie pārstāvji ir apmācīti par galvenajiem tūrisma ilgtspējas principiem.	√	
8.7	Zināšanas par galamērķi	Tūrisma vadītājiem un vietējiem pārstāvjiem ir zināšanas par galamērķi, ieskaitot atbilstošus ilgtspējas aspektus.	√	
8.8	Komunikācija ar klientiem	Ceļojumu vadītāji, vietējie pārstāvji un gidi informē klientus par atbilstošiem ilgtspējas jautājumiem galamērķī (piem., floras, faunas, kultūrvēsturiskā mantojuma pasargāšanu, resursu izmantošanu), sociālajām normām un vērtībām (piem., sniedz padomus par ģērbšanās normām un fotografēšanu) un cilvēktiesībām (piem., seksuālo izmantošanu).	√	√
8.9	Bērnu seksuālā izmantošana: personāla apmācība	Ceļojumu vadītāji un vietējie pārstāvji, kurus ir nolīdzis uzņēmums, saņem atbilstošu informāciju un/vai apmācības, lai novērstu bērnu seksuālo izmantošanu.	√	

9. Ceļojumu galamērķi

Tā kā ceļojumu galamērķi tiek izraudzīti vides īpašību un sabiedriskās kārtības dēļ, tūrisma uzņēmumiem, kuri ir investējuši ceļojumu galamērķu zīmolu attīstībā un mārketingā, ir vistiešākā interese saglabāt šos apstākļus nebojātus.

Ja kultūrvēsturiskie vai dabas objekti netiek aizsargāti, tūristi vairs nevēlēsies ceļot uz šīm vietām, vai varbūt būs ar mieru izmantot šādu piedāvājumu tikai tad, ja cena būs ļoti zema.

Ceļojumu galamērķa ilgtspējīga attīstība atkarīga galvenokārt no vietējās un valsts varas lēmumiem. Tūroperatori šos procesus var ietekmēt, dodot priekšroku ilgtspējīgiem galamērķiem vai atbalstot ilgtspējīgas politikas ieviešanu tajos. Iemesli, kāpēc priekšroka tiek dota ilgtspējīgiem galamērķiem, tūroperatoriem ir skaidri jāpasaka, lai ceļojumu galamērķos tas ir zināms.

9.1 Ceļojumu galamērķu izvēle

Tūrisma galamērķi tiek izraudzīti, ņemot vērā tūrisma potenciālu, ko tradicionāli veido tādi elementi, kā dabas un kultūrvēstures objekti, tūrisma pakalpojumu cenas (arī valūtu maiņas kursi), veselības un drošības apsvērumi.

Papildus šiem tradicionālajiem izvēles kritērijiem, atbildīga tūrisma attīstības stratēģija ņems vērā arī ilgtspējas jautājumus, tai skaitā, ceļojuma galamērķa vides, sociālās un ekonomiskās attīstības gaitu, potenciālo pozitīvo un negatīvo ietekmi, ko tūrisms varētu dot šai teritorijai.

Ja tūrismam tiks izvēlēti galamērķi, kuros tiek noteikta pieļaujamā slodze videi un tūrisms attīstīts, to nepārsniedzot, piemēram, ierobežojot jaunu viesnīcu celtniecību, tad ir vairāk ticams, ka teritorija saglabās savu pievilcību un ilgtspēju tūrismā arī ilgtermiņā.

Tūrisma uzņēmumiem vajadzētu dot priekšroku galamērķiem, kuros ir labas kvalitātes vietējais darbaspēks vai kur tiek īstenotas apmācību programmas, lai veicinātu vietējo nodarbinātību tūrismā. Būtu nepieciešams izvairīties no tādiem galamērķiem, kuros valda nepieņemami darba apstākļi vai tāda nodarbinātības prakse, kā piemēram, piespiedu darbs vai bērnu darbs, vai kuros nepieņemami tiek pārkāptas cilvēktiesības.

Dodot priekšroku ceļojumu galamērķiem, kas atbalsta ilgtspējīgu finanšu praksi un kam ir atklāta un pārskatāma nodokļu sistēma, tūroperatori palīdz paaugstināt vietējās ekonomikas ieguvumu no tūrisma. Tajā pašā laikā, pārtraucot (vai piedraudot to darīt) ievest tūristus ceļojumu galamērķos, kuros ir augsts korupcijas līmenis un slikta finanšu pārvaldība, tiks veicināta korupcijas apkarošana.

Ceļojumu galamērķu ilgtspējas novērtēšana

Šeit ietvertais pārskats iekļauj svarīgākos galamērķa pārvaldības jautājumus. Atsevišķiem tūroperatoriem ir grūti izvērtēt šīs lietas attiecībā uz katru galamērķi un reģistrēt visu vajadzīgo informāciju saistībā ar ilgtspēju. Taču nākotnē Travelife izveidos koplietošanas datu bāzi, kas ļaus tūrisma kompānijām iegūt informāciju par noteiktiem galamērķiem.

Vides jautājumi

- Dzeramā ūdens pieejamība, infrastruktūra un patēriņš
- Enerģijas pieejamība, infrastruktūra un patēriņš
- Transporta infrastruktūra
- Notekūdeņu attīrīšanas sistēmas
- Bīstamo un cieta atkritumu apsaimniekošanas sistēmas
- Gaisa un ūdens kvalitāte
- Zemes platību izmantošana un bioloģiskās daudzveidības saglabāšanas stratēģijas
- Atbilstība (vai neatbilstība) starptautiskām deklarācijām, konvencijām un līgumiem
- Nacionāli, reģionāli un vietējas nozīmes vides noteikumi
- Pasākumi apdraudēto sugu dzīvotņu saglabāšanai un/vai atjaunošanai

- Pasākumi tirdzniecības apkarošana ar apdraudētām augu un dzīvnieku sugām un arheoloģisko/kultūras mantojumu

Plānošanas jautājumi

- Pareiza un ilgtermiņa zonēšanas politika, kas nosaka un nodala dzīvojamās, atpūtas, atvērtās, sabiedriskās, privātās zonas, vajadzībām atbilstošu un pietiekamu pieeju pludmalei vietējiem iedzīvotājiem, utt.
- Būvniecības noteikumi pieprasa ievērot vietējās arhitektūras un kultūras tradīcijas, būvju lielumu (piemēram, ierobežots stāvu skaits ēkām)
- Skaidra ilgtermiņa tūrisma attīstības vīzija un paredzamās tūristu mērķa grupas
- Vēsturisku vai autentisku ēku vai ciemu un pilsētu daļu aizsardzība pret nekontrolētu attīstību.

Sociālie un cilvēktiesību jautājumi

- Atbilstība Starptautiskās Darba Organizācijas (*International Labour Organisation, ILO*) konvencijām par bērnu un piespiedu darbu
- Tiesības apvienoties organizācijās
- Diskriminācijas neesamība
- Programmas cīņai ar bērnu seksuālu izmantošanu
- Programmas cīņai ar HIV/AIDS un sociālo ietekmju mazināšanai
- Pilsoniskās sabiedrības līdzdalība plānošanas procesos
- Tūrisma ieņēmumu sadale vietējai sabiedrībai, vienlīdzības principu ievērošana ienākumu sadalē
- Atbilstība starptautiskām cilvēktiesību deklarācijām, konvencijām un līgumiem
- Politika un vispārējie noteikumi attiecībā uz iedzimto (zemes īpašuma) tiesībām
- Struktūras/procedūras vietējo iedzīvotāju līdzdalībai un iesaistīšanai dialogā par notiekošajiem vai plānotajiem projektiem

Nepieciešamo informāciju var iegūt tūroperatora darbinieki un vietējās ieinteresētās puses, to papildina klientu atsauksmes, piemēram, aptaujas pēc pavadītajām brīvdienām.

67

Vairumā gadījumu informāciju par sociālkulturālajiem un ekoloģijas jautājumiem var atrast ziņojumos par vides un sociālo ietekmi, ko gatavo valdības iestādes, bankas, NVO, universitātes vai uzņēmumi.

9.2 Ceļojumu galamērķu ietekmēšana

Ja jūsu uzņēmums jau aktīvi darbojas ceļojumu galamērķī, jūs varat ietekmēt tā attīstību, piemēram, lobējot un palīdzot izstrādāt un ieviest šīs vietas ilgtermiņa attīstības vīziju. Protams, visefektīvāk ir šajā jautājumā sadarboties ar citiem tūroperatoriem, kuri arī strādā šajā galamērķī.

Sadarbība ar vietējām ieinteresētajām pusēm

Tūroperatori var paaugstināt tūrisma pozitīvo ietekmi uz vietējo ekonomiku un sociālo attīstību, sadarbojoties ar vietējām ieinteresētajām pusēm. Šī koordinācija un sadarbība ne tikai var uzlabot tūrisma produktu un tūristu piedzīvoto iespaidu kvalitāti, bet arī dot labumu galamērķim un vietējiem iedzīvotājiem.

Diskusijas ar vietējiem partneriem un citām ieinteresētajām pusēm parādīs, ka jūsu uzņēmumam ir ietekme visos ceļojumu galamērķos, kuros strādājat, un ka šo ietekmi pie nepieciešamības varat izmantot. Vietējās ieinteresētajās pusēs labprāt saņem atsauksmes no saviem sadarbības partneriem, jo tās ne vienmēr zina, ko sagaida tūristi. Tas palīdz veidot uzticēšanos starp tūroperatoriem un vietējo sabiedrību tūrisma galamērķos, paverot ceļu ilgtermiņa sadarbībai.

Piemēram, jūs no vietējiem ierēdņiem varat uzzināt, vai ir nepieciešama palīdzība īstenot kādu no viņu projektiem. Jūs varat sniegt padomus vietējām varas iestādēm, kā infrastruktūru, plānošanu, būvniecību, atkritumu apsaimniekošanu padarīt ilgtspējīgāku, un varat konsultēt ilgtspējības jautājumos arī vietējos iedzīvotājus. Bieži vietējie cilvēki neapzinās noteiktu lēmumu ilgtermiņa sekas un riskus.

Jūs varat ne tikai sniegt konsultācijas, bet arī nodot savas zināšanas, piegādājot rokasgrāmatas, mācību literatūru, vadlīnijas un pieeju datiem par tirgus tendencēm.

Vides pārvaldības un plānošanas ietekmēšana

Jūs varat ietekmēt nacionālo un vietējo varas iestāžu lēmumu pieņemšanas procesu attiecībā uz vides plānošanu un politiku. Vides kvalitāti var saglabāt, to pareizi apsaimniekojot, piemēram, izveidojot zaļo zonu, aizsargājamās zonas un gājēju zonas, stādot kokus, atjaunojot piekrasti un ieviešot atkritumu apsaimniekošanas sistēmas.

Tūroperatori grupa, kuri strādā noteiktā galamērķī, var veicināt ilgtspēju, kolektīvi vērsties pie saviem kopīgajiem piegādātājiem (piemēram, iesakot Travelife ilgtspējas sistēmu naktsmītnēm). Vēl efektīvāk būs, ja sadarbosieties ar vietējām tūrisma organizācijām un vietējām pašvaldībām. Piemēram, daudzas pašvaldības veic vides aizsardzības informatīvās kampaņās naktsmītnēm. Starptautisku tūroperatori palīdzība lielā mērā atbalstītu viņu centienus.

Dabas un kultūras mantojuma saglabāšana

Tūroperatori var būt nozīmīga loma arī ilgtspējīga tūrisma attīstībā aizsargājamās dabas teritorijās un ap tām. Šajā gadījumā ir svarīgi iesaistīt visas ieinteresētās puses, veikt pareizu zonējumu un nodrošināt ekonomisko ieguvumu no tūrisma parka pārvaldīšanai un vietējās sabiedrības sociālekonomiskajai attīstībai. Tas nozīmē, ka tiek piemērota ieejas maksa un tūroperatori savu klientu vārdā pārliecinās, ka iegūtie līdzekļi tiek izlietoti, kā paredzēts.

Jūs varat atbalstīt aizsargājamās teritorijas arī popularizējot un reklamējot ekskursijas tajās un aicinot klientus ziedot dabas aizsardzībai. Vienmēr ir svarīgi parādīt piemēru un izvēlēties tos vietējo ekskursiju pakalpojumu sniedzējus, kuri savā darbībā ievēro skaidri definētu ētikas kodeksu.

Vietējo produktu popularizēšana

Tūroperatori var atbalstīt vietējo ekonomiku, popularizējot vietējos ražotājus. Piemēram, tūroperators var ieteikt vietējiem ražotājiem, kādi ēdieni un suvenīri būs atbilstoši rietumu tūristu prasībām. To var panākt, piedāvājot apmācību ēdiena sagatavošanā un suvenīru veidošanā atbilstoši tūristu vēlmēm.

Tūroperatori var arī atbalstīt vietējos lauksaimniekus, aicinot viesnīcas izmantot vietējos ražojumus, nevis produktus no citiem reģioniem vai valstīm.

Dāvanas un labdarība

Cits veids, kā veicināt ilgtspēju, ir ziedojumi ilgtspējīgas attīstības projektiem vai programmām. Ziedojumi var būt naudas veidā vai cita veida ieguldījums, piemēram, nosūtot savus darbiniekus kāda darba veikšanai. Šādā veidā parasti tiek sniegta sociālā un ekonomiskā palīdzība vietējās sabiedrības vajākajiem locekļiem vai arī atbalsts dabas aizsardzības projektiem.

Ja klienti tiek informēti par šiem labdarības pasākumiem, arī viņiem rodas motivācija dot savu ieguldījumu. Piemēram, viņi var apmeklēt kāda projekta norises vietu, kas viņiem palīdzēs labāk izprast vietējo kultūru, tādējādi viņi būs vēl vairāk apmierināti ar pieredzēto savā ceļojumā. Jūs varat arī uzsākt apmežošanas vai dabas aizsardzības projektu un aicināt klientus ziedot tam (piemēram, oglekļa izmešu neitralizēšanas pasākumu veidā).

9.3 Ziemas sporta ceļojumu galamērķi

Pēdējo dažu desmitu gadu laikā ārkārtīgi attīstījies ziemas sports kalnos. Ziemas sports pārsvarā ietekmē dabas vidi, taču tam ir arī sociāla un ekonomiska ietekme.

Sociālekonomiskā ietekme

Ziemas sports dod ienākumus daudziem kalnu rajoniem. Vietējiem iedzīvotājiem, viesnīcām, restorāniem, transporta un atpūtas pakalpojumiem (slēpošanas instruktoriem, gidēm) tas nodrošina sezonas darbu. Daudzi jaunieši tādā veidā var atrast darbu uz vietas un nedoties projām no sava reģiona.

Ziemā lielais tūristu pieplūdums ietekmē sociālo struktūru. Daudzi slēpošanas kūrorti no mazām, vietējas nozīmes apdzīvotām vietām izauguši par lieliem tūrisma centriem. To veicina arī pieaugošā tendence iegādāties dzīvojamās mājas tūrisma galamērķos.

Vides ietekme

Ziemas sporta tūrisms vidi ietekmē daudzās veidos. Tam nepieciešamā infrastruktūra (viesnīcas, ceļi, pacēlāji, slēpošanas trases) var kaitēt vietējai ekoloģijai, jo tiek izcirsti koki, rodas erozija un lavīnas, tiek bojāta veģetācija un samazinās dzīvojamās platības dzīvniekiem. Intensīva kalnu slēpošana, snovošana, distanču slēpošana atstāj pēdas kalnu nogāzēs. Sniega motocikli un helislēpošana patērē daudz degvielas un traucē dzīvniekus.

Lai kompensētu sniega trūkumu un pagarinātu sezonu, ar sniega lieltvāļiem tiek ražots mākslīgais sniegs. Tam ir vairākas negatīvas ietekmes uz vidi: ļoti liels energoresursu un ūdens patēriņš, piesārņojums no izmantotajām ķīmiskajām vielām, troksnis un smaka no dīzeļdzinēja, ar ko tiek darbināts sniega lieltvāļis.

Globālā sasilšana

20. gadsimta laikā vidējā temperatūra uz zemes paaugstinājusies par vienu grādu pēc Celsija skalas. Pēdējos gados paātrinājusies arī globālā sasilšana. Paredzams, ka temperatūra visvairāk paaugstināsies kalnu apvidos un ziemeļu puslodē, īpaši Alpos. Tādēļ ir sagaidāms, ka slēpošanas kūrorti, kas atrodas mazāk kā 1200m virs jūras līmeņa nākamajos 50 gados vairs nevarēs turpināt darbību. Slēpošana būs iespējama tikai lielā augstumā un slēpošanas sezona kļūs īsāka. Saprotams, ka tas nopietni ietekmēs tūrisma industriju.

Daudzi kūrorti jau tagad veic vides aizsardzības pasākumus, piemēram, izmanto sniega lieltvāļus, kas nepatērē naftas produktus un ķīmiskas vielas, slēpošanas kūrortos aizliedz automašīnu satiksmi, nodrošina bezmaksas slēpotāju autobusus, kokus izved ar sniega kamanām, lai nebojātu augsni un veģetāciju.

Alternatīvu ziemas sporta veidu popularizēšana

Slēpošanas kūrorti, kas atrodas mazākā augstumā, piemēram, daudzās vietās Austrijā, var turpināt savu darbību tikai tādā gadījumā, ja tie var piedāvāt alternatīvas. Jāpopularizē tādi atpūtas veidi kā distanču slēpošana, slidošana, kalnu velobraukšana uz ledu, ledu burāšana, dzīvās dabas vērošana. Šāda stratēģija arī palīdz novērst pārslodzi kūrortiem, kas atrodas augstāk kalnos.

9.4 Pilsētu tūrisms

Dažām pilsētām tūrisms vienmēr bijis nozīmīgs ienākumu avots. Pilsētu brīvdienas kļuvušas sevišķi populāras, jo cilvēki arvien vairāk dodas īsos brīvdienas izbraucienos, vairāk ir aktīvu pensionāru, kuri ceļo un interesējas par kultūru, tirgū darbojas vairāk zemo cenu transporta pārvadātāji.

Sociālā, kultūras un ekonomiskā ietekme

Tūrisms ir galvenais ienākumu avots pilsētām, kurās ir lielas kultūrvēsturiskas vērtības. Vietās, no kurām satiksmes sastrēgumu un autostāvvietu trūkuma dēļ aizgājuši biroji un ražotnes, izvietojas dažādi veikali. Tūrisma nopelnīto naudu var ieguldīt vecajos pilsētu centros, lai atjaunotu kādreizējo spožumu. Vieta kļūst vēl pievilcīgāka, ja tiek izveidotas gājēju ielas bez auto satiksmes.

Vietējie iedzīvotāji gūst labumu no nodarbinātības iespējām, nekustamo īpašumu cenu pieauguma un ekonomikas pieauguma. Mazāk attīstītās valstīs tūrisms var dot labumu, ja tas veicina ieguldījumus vispārējā infrastruktūrā, piemēram, sabiedriskajā transportā un atkritumu apsaimniekošanas sistēmās.

Tomēr, ja pilsētas kultūrvēsturiskais mantojums tiek izmantots tūrismā, var veidoties monofunkcionāli rajoni, kuros zudis autentiskums. Tā kā kultūrvēsturiskā mantojuma vietas parasti atrodas pilsētas centrā, tūrisms var nomākt citas ekonomiskās aktivitātes un pārvērst pilsētas centru par tūristu teritoriju, kurā nenotiek normāla pilsētas dzīve. To var novērst, izvietojot viesnīcas, muzejus un citu tūrisma infrastruktūru teritorijās ap vecpilsētas centru.

Pastāv risks, ka pilsēta koncentrēsies galvenokārt tikai uz tūrismu. Tūrisma tirgus ir ļoti jūtīgs pret izmaiņām pieprasījumā un dažādiem negadījumiem. Piemēram, ja notikusi spridzināšana, tad vēl vairākus gadus pēc tam tūristi labāk izvēlēsies doties uz citu vietu.

Palielinoties tūristu skaitam, pieaug sabiedrisko pakalpojumu, piemēram, atkritumu izvešanas un ūdens attīrīšanas izmaksas. Spēcīga tūrisma attīstība izraisa nekustamo īpašumu cenu pieaugumu, kā dēļ vietējiem iedzīvotājiem kļūst grūtāk tos iegādāties. Var pieaugt arī dzīves dārdzība.

Vides ietekme

Liels apmeklētāju skaits, kas vēlas redzēt pilsētas kultūrvēsturisko mantojumu, var radīt arī draudus. Temperatūras, gaisa mitruma izmaiņas, spēcīga vibrācija var bojāt vēsturiskās ēkas un muzejus. Šie procesi ir neatgriezeniski, tādēļ ir nepieciešams ierobežot apmeklētāju skaitu.

Satiksmes infrastruktūra, kas ved uz pilsētu, rada kaitīgu ietekmi uz apkārtējo ainavu. Tūristu plūsma no un uz pilsētas centru (piem., tūristu autobusi), var radīt satiksmes sastrēgumus un gaisa piesārņojumu.

Tūristu izvietošanai nepieciešams daudz viesnīcu pilsētu vēsturiskajos centros. Bieži autentisku ēku vietā tiek uzceltas mūsdienīgas viesnīcas. Viesnīcas var būt arī iemesls sūdzībām par troksni (gaisa kondicionēšanas iekārtas), smakām, satiksmes intensitāti un atkritumiem. Var ieteikt pārvietot tūrisma pakalpojumus no pilsētas centra uz citiem, mazpazīstamākiem pilsētas rajoniem vai ārpus tās. Daudziem tūristiem patīk izpētīt šādas neizzinātas vietas. Pilsētas centrā tūristi var nokļūt, izmantojot ērtu sabiedriskā transporta sistēmu.

Iepazīšanās ar vietējiem iedzīvotājiem ir vēl viena iespēja. Tā labi atbilst pieaugošajai tendencei tūristiem komunicēt ar vietējo sabiedrību. Mākslinieki, amatnieki, pārdevēji un citi var pastāstīt pilsētas viesiem par tās vēsturi, politiku, vidi, utt.

Tematiskās ekskursijas var izcelt īpašus pilsētas un tās apkaimes aspektus. Piemēram, Riodežaneiro piedāvā ekskursijas uz priekšpilsētām, kur par tūristu gidiem strādā jaunieši.

Cits interesants aspekts ir alternatīvais autentiskums: nemateriālais mantojums, piemēram, tirgi un festivāli, ārpussezona pasākumi vai braucieni uz uzņēmumiem, kuros tūristi var kaut ko izmēģināt vai nogaršot. Alternatīvie pilsētas apskates maršruti var iepazīstināt ar dažādām videi draudzīgām iniciatīvām, piemēram, parkiem un dārziem, velomaršrutiem, galerijām, zaļajiem veikaliem un restorāniem, izmantojot tā sauktās “zaļās kartes”.

Arvien vairāk pilsētu piedāvā pilsētas kartes, kas dod atlaides vairākiem pakalpojumiem, piemēram, sabiedriskajam transportam un ieejai tūrisma objektos.

9.5 Rīcības / Risinājumi

9. Ceļojumu galamērķi				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaite	Obligāta prasība
Ceļojumu galamērķu izvēle				
9.1	Ilgspējīgi galamērķi	Izvēloties jaunus galamērķus, tiek ņemti vērā ilgtspējas aspekti (piem., teritorijas, kurās nav satiksmes, ilgtspējīga pilsētplānošana, kārtīga atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūra un kopienu dalība).	√	
9.2	Neilgtspējīgi galamērķi	Galamērķi, kuros tūrisms noved pie strukturāli negatīvu vietējo ietekmi no bioloģiskās daudzveidības, atkritumu apsaimniekošanas, sanitāro apstākļu viedokļa; veselības aprūpe, ūdens, enerģijas un pārtikas pieejamība nav izvēlēti (ja vien uzņēmuma iesaistīšanās nav saistīta ar skaidriem līdzsvarošanās efektiem).		
9.3	Pieejamie galamērķi	Izvēloties jaunus galamērķus, tiek ņemta vērā iespēja tos sasniegt ar ilgtspējīgākiem transporta līdzekļiem.	√	
9.4	Starptautiskās sankcijas	Uzņēmums atbilst ANO un citām atbilstošām (ES) sankcijām, saistībā ar tūrisma galamērķiem		
Vietējā politika un iniciatīvas				

9.5	Atbilstība ar vietējo plānošanu	Uzņēmuma aktivitātes atbilst likumīgi balstītai teritorijas plānošanai, aizsargājamās teritorijas un mantojuma noteikumiem un galamērķa pārvaldes stratēģijām, ko izstrādājušas vietējas, reģionālas un valstiskas institūcijas.		
9.6	Vietējais ekonomiskais tīkls	Uzņēmums atbalsta iniciatīvas, kuras uzlabo attiecības starp naktsmītnēm un vietējiem ražotājiem, citu starpā arī vietējo produktu un suvenīru utt. ražošanu un izplatīšanu (piem., iniciatīvas, lai uzlabotu kvalitātes līmeni, loģistiku, transportu)	√	
9.7	Ietekmēšanas politika	Ceļojumu kompānija ietekmē un atbalsta vietējo valdību (ja iespējams kopā ar citām ceļojumu kompānijām un ieinteresētajām pusēm) saistībā ar ilgtspēju, galamērķu plānošanu un pārvaldību, dabas resursu un sociokulturālajiem jautājumiem. Neilgtspējīgas pārvaldības un attīstības gadījumā, uzņēmums to pārrunā ar atbilstošām iestādēm (tieši vai ar vietējo partneraģentūru starpniecību).		
9.8	Atbalstiet bioloģiskās daudzveidības saglabāšanu	Bizness atbalsta bioloģiskās daudzveidības saglabāšanu, ieskaitot aizsargātās teritorijās un teritorijās ar lielu bioloģisko daudzveidību, piemēram, ar finansiāliem ieguldījumiem, politisku atbalstu un integrāciju produktu piedāvājumos.		
9.9	Aizliegtie suvenīri	Uzņēmums un tās tiešie pakalpojuma sniedzēji nereklamē suvenīrus, kuri satur apdraudētas floras un faunas sugas kā tas ir norādīts Konvencijā par starptautisko tirdzniecību ar apdraudētajām savvaļas dzīvnieku un augu sugām (CITES) un Starptautiskās dabas un dabas resursu saglabāšanas savienības (IUCN) "Sarkanajā sarakstā"; vēsturiskos un arheoloģiskos artefaktus (izņemot tos, kas ir atļauti ar likumu).	√	√

10. Komunikācija ar klientiem un klientu aizsardzība

Efektīva komunikācija ar klientiem ir svarīga gan pirms, gan pēc, gan pašā ceļojuma laikā. Tā ir svarīgs instruments, lai palielinātu vispārējo izpratni par ilgtspēju un veicinātu jūsu klientu atbildīgu izturēšanos. Precīza informācija par ceļojumu galamērķi un tūrisma produktu radīs tūristiem pareizu priekšstatu, novērsīs vilšanos un nodrošinās labus iespaidus. Tūrisma kompānijām ir pienākums informēt klientus par riskiem veselībai un drošībai, un ieteikt, kā no tiem izvairīties.

10.1 Izpratne un izturēšanās maiņa

Klientu izvēle un izturēšanās ietekmē jūsu tūrisma produkta ilgtspēju. Tas attiecas uz transportu, viesnīcām un ekskursijām, ko viņi rezervē, arī uz to, ko viņi dara ar atkritumiem, kādus produktus pērk un kādu pārtiku ēd. Bieži klienti visā pilnībā neapzinās, kādu negatīvo ietekmi atstāj kā tūristi, jo sevišķi tajos gadījumos, kad ietekme rodas tikai ilgtermiņā, vai arī viņi nesaredz plašākas vides un sociālās saikāties ceļojuma galamērķī. Tādēļ tūrisma kompānijai ir pienākums tūristus informēt par viņu izvēles sekām un iespējām dot ieguldījumu tūrisma vietas ilgtspējībā.

Klientu izpratne

Jaunākie pētījumi liecina, ka starpvalstu tūristi ļoti labi un arvien vairāk izprot tūrisma saistību ar ilgtspēju:

- Divas trešdaļas britu tūristu uzskata, ka ir svarīgi, ka tūroperators veido tādus tūrisma produktus, kas iespējami maz ietekmē dabas vidi.

- 50% vācu tūristi tūru un neskartu dabas vidi uzskata par būtisku nosacījumu brīvdienas vietas izvēlē.
- 50% vācu tūristi izvēlētos viesnīcu, kam ir ilgtspējas sertifikāts, ja citi atbilstoši kritēriji, piemēram, cena un ērtības ir tādas pašas.
- Vairums ASV (57%), Austrālijas (62%) un britu (74%) ceļotāju izvēlas viesnīcas, kas nodarbina vietējos iedzīvotājus, un vēl lielāks procents no katras valsts ceļotājiem sagaida, ka viesnīcas “garantē labas algas un darba apstākļus”.
- 82% Nīderlandes ceļotāju vēlētos, lai ilgtspējas informācija tiktu iekļauta ceļojumu brošūrās kā daļa no produkta apraksta.

Šie pētījumi rāda, ka vairums klientu izprot ilgtspējas nozīmi un sagaida, ka tūrisma kompānijas strādā saskaņā ar ilgtspējas principiem un sniedz tūristiem ieteikumus un vadlīnijas, lai palīdzētu izdarīt pareizu izvēli. Detalizēts pētījuma pārskats pieejams Travelife tiešsaistes platformā.

Ne visiem klientiem ir vienāda izpratne par ilgtspēju un vēlēšanās dot savu ieguldījumu. Klientus var aptuveni iedalīt 3 līdzīga lieluma grupās:

1. Īsti Zaļie (arī *LOHAS, Lifestyles of Health and Sustainability* - Veselīgs un Ilgtspējīgs Dzīvesveids). Šie ar vislielāko pārliecību aizstāv ilgtspējas idejas, viņiem ir augsts izglītības un ienākumu līmenis, viņi ir gatavi rīkoties. Saskaroties ar produktu, kas nav ilgtspējīgs, viņu reakcija būs negatīva (ASV 30%, Vācija 40%, Japāna 15%).
2. Potenciālie: viņu attieksme ir gan pozitīva, gan negatīva, izturēšanās viegli ietekmējama, viņi “nevēlas nodarīt ļaunu”. Ja viņi tiks labi informēti, tad rīkosies pozitīvi un neradīsies nekādas negatīvas personiskas sekas.
3. Hedonisti: „Tā nav mana atbildība. Atsevišķs indivīds nevar uzlabot sociālo un vides situāciju”.

Ideālā variantā, pārdodot produktu, katru no šīm grupām vajadzētu uzrunāt atšķirīgā veidā. Taču tā kā mērķa grupas ir jauktas, vislabāk ir izmantot tādu pieeju, kas iedarbojas uz visām.

Komunikāciju stratēģijas

Komunikācija ir divpusējs process, kur sūtītāja vēstījums saņēmējam jāsaprot tādā veidā, kā tas domāts. Tādēļ dažādiem saņēmējiem (mērķa grupām) atbilst atšķirīga veida vēstījumi un komunikāciju stratēģijas. Dažas efektīvas komunikācijas pazīmes ir:

- *Mērķa skaidrība*: pašam vēstījuma sūtītājam ir skaidri jāzina, ko viņš vēlas pateikt.
- *Pabeigtība*: vēstījumam jābūt visaptverošam. To var papildināt ar faktiem un vērojumiem.
- *Reakcija*: par to, vai vēstījuma saņēmējs ir sapratis vēstījumu tādā veidā, kā tas domāts, var spriest pēc saņemtas reakcijas.

Cilvēku izturēšanās izmaiņas notiek pēc AIDA principa:

<i>Attention</i> (uzmanība) →	problēmas saskatīšana un izpratne (apzināšanās)
<i>Interest</i> (interese) →	savas līdzdalības atzīšana problēmas pastāvēšanā
<i>Desire</i> (vēlēšanās) →	alternatīva piedāvājuma pieejamība
<i>Action</i> (rīcība) →	alternatīvais piedāvājums ir saistošs

Brīvdienās klienti vēlas izbēgt no ikdienas rūpēm un pienākumiem, tādēļ ir svarīgi rūpīgi izraudzīties komunikācijas stilu un brīdi. Tai pat laikā vairums klientu apzinās iespējamo negatīvo ietekmi un būs pateicīgi, ja informēsiet, “kā nenodarīt ļaunu”.

Klientiem jāsaņem informācija ar īsu, pozitīvu un aizraujošu vēstījumu, kas modina vēlēšanos rīkoties pareizi, bet neraisa vainas sajūtu. Pozitīvam izteiksmes veidam un vēstījumam vajadzētu novest pie tā, ka klients izvēlas ilgtspējīgo alternatīvu. Vislabāk, ja klientus iedvesmo izturēties atbilstoši ilgtspējības principiem, pasniedzot ilgtspējīgās alternatīvas kā kvalitatīvus un inovatīvus produktus un jaunu pieredzi.

To var izdarīt, saistot ilgtspējas aspektus ar tiešu labumu, ko gūst klients. Kā papildinformācija varētu sekot skaidrojums, kādā veidā šī izvēle palīdz saglabāt vietējo kultūru un/vai dabu.

Ilgspējas aspekts	Ieteicamie vārdi vēstījuma tekstā
Ieguldījums trūcīgu lauku apvidu ekonomikā	Apmeklēt autentiskus ciemus, atklāt nezināmas vietas, iepazīties ar vietējiem cilvēkiem, iepazīties ar senām tradīcijām, izbaudīt vietējo dzīvi.
Vietējās kultūras un tradīciju saglabāšana	Mūžsenas tradīcijas, kultūru daudzveidība, nesalīdzināma pieredze.
Vietējie produkti	Autentisks, unikāls aromāts/sastāvdaļas, garša.
Pārtika bez ķīmiskām vielām	Organiska, ekoloģiska, dabiska pārtika.
Pareiza plānošana	Tīra vide, klusums, nav satiksmes, mierīga atmosfēra, saskaņa ar apkārtējo dabu, līdzsvars ar apkārtējo vidi.
Bioloģiskā daudzveidība	Atklājiet nezināmas/unikālas sugas. Nezināmas dabas svētnīcas. Neatklātas vietas. Neskarti meži. Neskarta daba.
Videi draudzīgas viesnīcas	Jaunākās tehnoloģijas, kas sniedz ērtības un atvieglo sadzīvi visā jūsu ceļojuma laikā.

Lietojot vārdus “autentisks”, “tradicionāls” un “dabisks”, jūs nerunājat par pienākumu un varat uzrunāt gan “Īstos Zaļos”, gan arī “hedonistiskākas” mērķa grupas. Vairums ceļotāju uzskata, ka ceļojums ir bijis labāks, ja viņi zina, ka tā laikā viņi nav nodarījuši nekādu kaitējumu, vai pat ir devuši savu ieguldījumu ilgtspējas labā. Pētījumi rāda, ka lielākā daļa pat vēlas par to piemaksāt (5-10%).

Tomēr, jūs negribēsiet zaudēt savas hedonistiskāk noskaņotās mērķa grupas, kas nevēlas maksāt papildus. Šajā gadījumā ilgtspēja pareizi jānokomunicē, lai tā uzlabotu jūsu konkurētspēju, paaugstinot produktu iedomāto vērtību.

10.2 Komunikācija visā ceļojuma ciklā

Ilgspēju var komunicēt caur dažādiem kanāliem, piem., publicitāti, brošūrām, interneta vietnēm, ceļojuma dokumentiem, žurnāliem, reisa laikā rādītajiem video, sagaidot viesus galamērķī, aptaujājot pēc atgriešanās mājās, utt. Lai komunikācija būtu iedarbīga, tās noskaņai un saturam ne tikai jāatbilst mērķa grupai un izmantotajiem medijiem, bet arī jābūt atbilstoši brīdim, kurā informācija tiek sniegta: pirms rezervācijas vai pēc, kā arī pirms/pēc ceļojuma vai tā laikā.

A. Pirms rezervācijas

Atbildīgs mārketingu un popularizēšana

Lai pastiprinātu ilgtspējīgā tūrisma vēstījumu, kompānijai jānodrošina, ka tās piedāvājums tiek reklamēts atbildīgi. Daudzās valstīs ir stingri patērētāju aizsardzības noteikumi attiecībā uz reklāmu un mārketingu. Reklāmas apgalvojumi attiecībā uz ceļojumu galamērķu kvalitāti, ērtībām un atrašanās vietu bieži vien ir cēlonis klientu sūdzībām un neapmierinātībai. Tādēļ ir būtiski, ka informācija par ceļojumu galamērķi, produktu vai gaidāmo pieredzi ir korekta un pārbaudāma. Tas attiecas arī uz ilgtspējības aspektiem, kā piemēram, cieņa pret vietējās kultūras un vides integritāti ceļojumu galamērķī, pretošanās komercijas spiedienam pārspīlēti reklamēt tūrisma galamērķi kā idillisku paradīzi. Ir svarīgi, ka ceļojumu brošūras un citi komunikācijas materiāli sniedz pareizu priekšstatu par reklamēto vietu, jo tas ļauj klientiem izvēlēties atbilstoši viņu vajadzībām un interesēm.

Izmantojot klientu konsultāciju vadlīnijas un izdodot regulāri atjaunotas faktu lapas par ceļojumu galamērķiem un produktiem, jūs varat nodrošināt to, ka visi pārdošanas darbinieki klientiem sniedz vienādu informāciju. Šīs vadlīnijas un faktu lapas var atjaunot, ņemot vērā klientu atsauksmes.

Ilgspējīgas izvēles veicināšana

Ar informatīvo materiālu un individuālu konsultāciju palīdzību tūrisma kompānijas var motivēt klientus izvēlēties par labu ilgtspējai. Klientus var informēt par dažādām transporta alternatīvām un to vides

ietekmi, piemēram, oglekļa izmešiem. Ja naktsmītnēm un ekskursijām ir ilgtspējas sertifikāts, tas skaidri jānorāda, lai piesaistītu pozitīvu uzmanību.

Klientiem var piedāvāt oglekļa izmešu kompensēšanu, ja tā jau automātiski nav iekļauta ceļojumu paketes cenā. To vislabāk var izdarīt, iekļaujot oglekļa kompensāciju rezervēšanas un apmaksas procedūrās. Klientus var arī informēt par uzticamām oglekļa kompensēšanas shēmām, izplatot īpašus reklāmas bukletus vai ievietojot atsauci citos materiālos. Tas gan ir mazāk iedarbīgi, jo nepieciešama aktīva pieeja un atsevišķa procedūra kompensācijas maksājumam.

Klientu aizsardzība

Personas datu un finanšu datu droša glabāšana ir būtiski svarīga. Vairumā valstu darbojas likumi, kas nodrošina klientu personisko un finansiālo drošību. Daudzās valstīs (piem., ES), tūrisma uzņēmumiem jāiesaistās apdrošināšanas sistēmā, lai klienti saņemtu atpakaļ naudu tūrisma uzņēmuma bankrota gadījumā.

Komunicējiet savu ilgtspējības politiku un rīcības

Vispārēja informācija par ilgtspējīgu tūrismu un jūsu uzņēmuma ilgtspējīga tūrisma politiku jākomunicē ļoti saprotamā veidā. Piemēram, organizācijas politika attiecībā uz bērnu seksuālu izmantošanu jākomunicē, ievietojot standarta tekstu mājas lapā, brošūrās un citās publikācijās. Ir svarīgi komunicēt ne tikai jūsu politiku, bet arī tās ietvaros sasniegto.

B. Pēc rezervācijas un ceļojumu galamērķi

Ceļojuma dokumentiem jāsniedz klientiem specifiska informācija par galamērķi ilgtspējas, kā arī veselības un drošības aspektos, piemēram:

- Ar vietējo kultūru saistītas paražas un izturēšanās.
- Informācija par vietējo (sabiedrisko) transportu.
- Nelikumīgi suvenīri, tai skaitā vēsturisku un reliģisku priekšmetu ievēšana un izvešana.
- Vietējie restorāni, pārtika un veikali.
- (Ne) ilgtspējīga pārtika un zivju sugas.
- Politika attiecībā uz bērnu seksuālu izmantošanu.
- Riski veselībai un drošībai, piesardzības pasākumi.
- Kā rīkoties neparedzētā gadījumā, kontaktinformācija.

Arī vietējiem pārstāvjiem, grupu vadītājiem un gidem ir svarīga loma, nododot mutisku informāciju un ietekmējot klientu lēmumus. Nozīmīgs komunikācijas kanāls ir uzņēmuma informācijas materiālu izvietošana viesnīcās.

Ētikas kodeksi

Ļoti praktisks un tiešs veids, kā klientam parādīt, ko nozīmē ceļot ilgtspējīgi, ir ētikas kodekss. Ētikas kodeksi pārtulko ilgtspējas politiku un mērķus praktisku padomu un ieteikumu veidā klientiem. Ētikas kodeksi parasti ir izstrādāti noteiktām aktivitātēm vai vietai. Piemēram, trekingam kalnos, vaļu vērošanai, niršanai, aizsargājamo teritoriju vai kultūrvēsturisku vietu apmeklēšanai. Travelife izstrādā jaunus ētikas kodeksus sadarbībā ar NVO, kas darbojas noteiktās jomās, piemēram, ar fondu “Born Free” (Dzimis Brīvībai) attiecībā uz darbībām, kas saistītas ar dzīvniekiem nebrīvē. Ētikas kodeksi noteiktiem galamērķiem vislabāk iekļaujami ceļojuma dokumentos un/vai nododami klientiem, ierodoties ceļojuma galamērķī. Par ētikas kodeksu noteiktai aktivitātei vislabāk informēt un to izskaidrot tieši pirms aktivitātes veikšanas. Tas jādara grupas vadītājam.

Vietējās ekskursijas var papildināt ar informāciju un interpretācijām par vietējiem cilvēkiem, dabu un vidi. Arvien vairāk vietās tiek piedāvātas īpašas ekskursijas, kas iepazīstina ar dabas aizsardzību vai vietējās kopienas attīstību (piem., Gambijā ir laba demonstrāciju saimniecība, “Rio favela tours”). Popularizējot šīs “alternatīvās” ekskursijas, tūrisma uzņēmumi var vairot klientu izpratni par ilgtspēju, tieši atbalstīt ilgtspējas iniciatīvas un nodrošināt vietējo atbalstu tūrisma attīstībai. Klientus var arī aicināt ziedot vietējai labdarībai un ilgtspējības iniciatīvām, īpaši pēc tam, kad klienti apskatījuši veiksmīgi īstenotus projektus (piemēram, iestādītos kokus, vietējo infrastruktūru vai vides izglītības projektus).

C. Pēc ceļojuma

Lai uzlabotu tūrisma produktu kvalitāti, ir derīgi klientiem lūgt atsauksmes par ceļojumā pieredzēto. Apmierinātību var izvērtēt ar strukturētu aptaujas anketu palīdzību un pēc sūdzībām. Lai paaugstinātu tūrisma produkta ilgtspēju un uzraudzītu politikas ieviešanu, ir svarīgi iekļaut ilgtspēju kā atsevišķu tēmu klientu aptaujas anketās. Tajās var uzdot jautājumus par to, vai klienti ir ievērojuši jebkādus negatīvus sociālus vai vides aspektus saistībā ar tūrisma produktu vai galamērķi, vai attiecībā uz gida/vietējā pārstāvja sniegtās informācijas saprotamību un apjomu. Apkopotās atbildes par ilgtspēju var izmatot, apspriežot turpmākos uzlabojumus ar piegādātājiem, vietējiem aģentiem vai vietējo pašvaldību.

10.3 Rīcības / Risinājumi

10. Komunikācija ar klientiem un klientu aizsardzība				
	Nosaukums	Apraksts	Atskaitē	Obligāta prasība
Pirms rezervēšanas				
10.1	Konsultāciju vadlīnijas	Uzņēmuma vadlīnijas klientu konsultācijai ir pieejamas un klientu konsultanti tās ievēro.		
10.2	Klientu privātums	Uzņēmums nodrošina to, lai netiktu aizskarts ar klientu privātums.	√	√
10.3	Mārketinga un reklāmas ziņas	Mārketinga un reklāmas ziņas atbilst attiecīgajiem standartiem un brīvprātīgajiem ētikas kodeksiem un tās nesola vairāk, nekā tiks sniegts.	√	√
10.4	Produkta informācija	Produkta informācija ir skaidra, pilnīga un akurāta attiecībā pret uzņēmumu un tā produktiem un pakalpojumiem, ieskaitot apgalvojumus par ilgtspēju.	√	
10.5	Galamērķa informācija, kvalitāte	Informācija par galamērķiem, ieskaitot ilgtspējas aspektus, ir faktiski pareiza, sabalansēta un pilnīga.	√	
10.6	SEG / oglekļa emisiju līmenis	Klienti ir informēti par ceļojuma SEG vai oglekļa emisijām pirms viņi veic rezervāciju, lai sniegtu klientiem iespēju to ņemt vērā, pieņemot lēmumu.	√	
10.7	Ilgspējīgs transports	Klienti ir informēti par dažādu transportu izvēles vides ietekmi galamērķa sasniegšanai (gadījumā, ja tas neietilpst komplektā). Ja ir pieejamas ilgtspējīgas alternatīvas, tās tiek piedāvātas.	√	
10.8	Transports uz lidostu	Klienti tiek informēti un stimulēti izvēlēties ilgtspējīgas transporta izvēles iespējas no izlidošanas vietas (piem., īpaši organizētas iespējas sadarbībā ar sabiedriskā transporta uzņēmumiem, tādas kā Rail and Fly (Brauc ar vilcienu un lido). Tiek piedāvātas alternatīvas īsa attāluma savienojošajiem lidojumiem.	√	
10.9	Informācija par SEG/ Oglekļa kompensāciju	Klienti ir informēti par iespējām samazināt/kompensēt SEG/oglekļa emisijas starptautiskajiem transportlīdzekļiem ceļojuma komplektā.	√	
10.10	SEG / oglekļa kompensācija ar rezervāciju	SEG /oglekļa kompensācija gaisa transportam ir integrēta kā izvēles iespēja rezervācijas formā. Maksājums tiek veikts ar ceļojumu kompānijas starpniecību.	√	
10.11	Ir norādes par ilgtspējīgām naktsmītnēm un ekskursijām	(Sertificētas) ilgtspējīgas naktsmītnes, ekskursijas, komplekti un/vai transporta iespējas tiek reklamētas ar logo un cita veida ziņām. Patērētājs tos atpazīst un tie tiek prezentēti kā "labāka" izvēle.	√	
10.12	Ceļojumu ieteikumi ar ilgtspējīgiem	Personīgo ceļojumu ieteikumu ietvaros, klients tiek informēts par ilgtspējīgu alternatīvu, saistībā ar naktsmītnēm, ekskursijām, kompleksajām brīvdienām un transporta	√	

	piedāvājumiem	izvēlēm, ja tas ir iespējams.		
10.13	Apņemšanās būt ilgtspējīgiem	Patērētāji ir skaidri informēti par dalību un/vai uzņēmuma sertifikāciju no Travelife un saistīto apņemšanos un darbībām ilgtspējas jomā.	√	

Pēc rezervācijas un brīvdienu laikā				
10.14	Informācija par galamērķi un interpretācija	Patērētājiem tiek sniegta informācija par dabas apkārtni, vietējo kultūru un kultūrvēsturisko mantojumu brīvdienu galamērķī.	√	
10.15	Informācija par ilgtspēju	Klienti tiek informēti par galvenajiem ilgtspējas aspektiem un jautājumiem galamērķī un saņem ieteikumus kā veikt pozitīvu pienesumu (piem., izmantojamo resursu ierobežošana, atkritumu apsaimniekošana, nelegāli suvenīri, kultūras ieražas, ģērbšanās normas, un atbalstāmās iniciatīvas)	√	
10.16	Veselība un drošība	Klienti ir informēti par riskiem un piesardzības aktivitātēm, kas ir saistītas ar veselības un drošības jautājumiem galamērķī.	√	
10.17	Kontaktpersona galamērķī	Ir pieejama kontaktpersona un pastāvīgi sazvanāms tālruņa numurs ārkārtas situācijām.	√	√
10.18	Ārkārtas situācijas	Ir pieejamas vadlīnijas un attiecīgs personāls ir apmācīts kā rīkoties ārkārtas situācijās galamērķī.	√	√
10.19	Ētikas kodeksu /norādījumu izplatīšana jutīgām ekskursijām vai aktivitātēm.	<p>"Klienti saņem dokumentētas vadlīnijas un/vai ētikas kodeksus jutīgām ekskursijām vai aktivitātēm, lai samazinātu apmeklētāju negatīvo ietekmi un palielinātu baudījumu. Vadlīnijas tiek izstrādātas sadarbībā ar atbilstošām NVO un atbilstošu kopienu un saņem to piekrišanu.</p> <ul style="list-style-type: none"> - dzīvnieku apskates vietas - jūras aktivitātes (snorkelēšana, niršana, vaļu, delfīnu un bruņurupuču vērošana) - sporta zvejošana - kultūras vai vēstures jutīgu vietu apmeklēšana - savvaļas dzīvnieku un putnu vērošana un aizsargāto teritoriju apmeklēšana - vietējo un tradicionālo kultūru izbaudīšana <p>Šie ētikas kodeksi apraksta klienta uzvedību, kā arī galvenos standarta elementus, kuri jāievēro pakalpotāja sniedzējam. Izplatīšana ir balstīta uz novērtējumu pašiem sava produkta piedāvājumā un no piedāvātajām ekskursijām aktivitātēm konkrētos apmeklētos galamērķos (skatīt zem ekskursijām)."</p>		
10.20	Seksuālā izmantošana	Klienti ir informēti par komerciālu, seksuālu vai jebkāda cita veida izmantošanu un uzmākšanos, īpaši bērniem un pusaudžiem.	√	√
10.21	Nelegāli suvenīri	Klienti ir informēti par piemērojamu likumdošanu, kas saistīta ar vēsturisku vai reliģisku artefaktu un priekšmetu, kas satur apdraudētas floras un/vai faunas materiālus galamērķī, iepirkšanu, pārdošanu importu un eksportu (piem., CITES)	√	√
10.22	Vietējie pakalpojumi un produkti	Klienti ir motivēti izmantot vietējos restorānus un veikalus.	√	√
10.23	Ilgspējīga transporta iespējas	Kur ir iespējams, klienti ir informēti par ilgtspējīga transporta iespējām galamērķos. Piemēram, sniedzot informāciju par publisko transportu.	√	√
10.24	Ziedojumi	Klienti tiek aicināti ziedot (piem., ar ceļojumu kompānijas atbalsīto labdarības organizāciju starpniecību) vietējām labdarības organizācijām un ilgtspējīgām iniciatīvām (piem.,	√	

		dabas saglabāšanai, kultūras un sociālajiem projektiem).		
Pēc ceļojuma				
10.25	Klientu apmierinātība	Klienta apmierinātība tiek sistemātiski mērīta, un rezultāti tiek ņemti vērā pakalpojumu un produktu uzlabošanai.	√	√
10.26	Ilgspēja un klientu apmierinātība	Ilgspējai ir integrāla daļa klientu apmierinātības pētījumos.	√	
10.27	Sūdzības	Uzņēmumam ir skaidras procedūras kā rīkoties gadījumā, kad tiek saņemta sūdzība no klienta.	√	√