

KSA UN ATBILDĪBA PAR APKĀRTĒJO VIDI

Saturs

Ievads

1. Tūrisms un ilgtspējība	5
2. Ilgtspējīgs tūrisms: definīcija un principi	5
2.1. Cilvēki, Planēta, Ieņēmumi	5
2.2. Divpadsmit mērķi ilgtspējīgam tūrismam	6
2.3. Rīki ilgtspējīgam tūrismam	7
2.4. Tūrisma priekšrocības	8
2.5. Nav apmeklētāji, nav tūrisma	8
3. Ilgtspējības standarti un sertifikācija	9
3.1. Korporatīvā Sociālā Atbildība (KSA)	10
3.2. Tūrisma ilgtspējības kritēriji	10
3.3. Ilgtspējības pārvaldīšanas motivācija uzņēmumiem	11
3.4. Ilgtspējības pārvaldības prakse uzņēmumā	11

IEVADS

Modelis parāda un iezīmē ilgtspējas koncepciju, populārākās ilgtspējības sertifikācijas un vadības sistēmas un ieteikumus par to, kā ilgtspējības kritēriji var būt saistīti ar tūrisma ikdienas darbā.

Ilgspējība ir spēkā esošs un atbilstošs jēdziens saistībā ar viesmīlības industriju. Tomēr uzņēmuma iekšējās ilgtspējības politikas un ilgtspējas pārvaldības sistēmas panākumi lielā mērā ir atkarīgi no darbinieku informētības un apņemšanās. Tāpēc apmācībā būtiska nozīme ir ilgtspējīguma jautājumam. Ilgtspējības apmācības uzdevums ir izveidot teoriju ikdienas praksei visa personāla un vadības pozīcijām. Tiklīdz visi darbinieki apzinās ilgtspējības principus un labas prakses nozīmi, viņu informētība un sapratne nodrošinās vajadzīgo un palīdzēs sasniegt mērķus.

Citiem vārdiem sakot, apmācībai jābūt tādai, kas ļauj personai izprast savu lomu, piedalīties lielā mēroga procesos, kas īsteno noturīgas attīstības definīciju, *"lai apmierinātu tagadējās vajadzības, neapdraudot nākamo paaudžu iespējas īstenot savas vajadzības."*



Mērķi

Moduļa mērķi ir:

- Izprast vispārējos ilgtspējības principus un teoriju
- Izprast sertifikāciju lomu
- Uzmanīties no visizplatītākajām negatīvajām tūrisma ietekmēm.

Darbam vajadzīgais

- Katram dalībniekam nepieciešamie materiāli — papīrs un pildspalvas.
- Grupu aktivitātes: jaunu ideju veidošana un to apspriešana.



1. Tūrisms un ilgtspējība

Šodien ceļošana un tūrisms ir kļuvuši par pasaules ekonomikas būtisku daļu, kas veido vairāk nekā 10% no pasaules ienākumiem; vairāk nekā 200 miljoni cilvēku strādā šajā nozarē visā pasaulē. Daudzās jaunattīstības valstīs tūrisms nodrošina nozīmīgu ienākumu avotu un veicina sociālo un ekonomisko attīstību. Tūrisms arī atbalsta kultūru izpratni un var atbalstīt plašāku ekonomisko ieguldījumu un attīstību, uzlabojot valsts vai galamērķa vispārējo tēlu.

Tomēr arī tūrismam var būt negatīva ietekme. Tas var izdarīt spiedienu uz tūrisma galamērķiem; to sociālo kultūru, vidi un ekonomiku. Peļņa tiek realizēta īstermiņā, bet cik ilgtspējīgi ir šie galamērķi? Ja ekosistēma ir bojāta, tūristus piesaistīt var būt grūtāk.

2. Ilgtspējīgs tūrisms: definīcija un principi

Reaģējot uz tūrisma negatīvo ietekmi, tika izstrādāts jēdziens “ilgtspējīgs tūrisms”. Ilgtspējīga tūrisma jēdzienu nedefinēja Pasaules tūrisma organizācija (PTO) 1988. gadā:

“Ilgtspējīgs tūrisms atbilst pašreizējā tūrisma un vietējo reģionu vajadzībām, vienlaikus aizsargājot un veicinot nākotnes iespējas. Tai ir paredzēts nodrošināt visu resursu pārvaldību tā, lai būtu iespējams ievērot ekonomiskās, sociālās un estētiskās vajadzības, saglabājot kultūras integritāti, būtiskus ekoloģiskos procesus, bioloģiskās daudzveidību un dzīvības atbalsta sistēmas.”

Saskaņā ar šo definīciju ir iespējams izbaudīt tūrismu un iegūt no tā labumu finansiāli. Tomēr mums vajadzētu nodrošināt, ka turpmākajām paaudzēm tas arī būs iespējams. Ja mēs sabojāsim tūrisma galamērķu kultūru un dabu, šie galamērķi zaudēs to uzmanību, ko nodrošina viņu pievilcības pamats.

2.1. Cilvēki, Planēta, Ieņēmumi

“Cilvēki” reprezentē vietējo iedzīvotāju sociāli kulturālās intereses. Lai saglabātu kultūru un vietējo iedzīvotāju iesaistīšanos tūrisma attīstībā savā galamērķī. Tas ietver darba apstākļus, uzmanību neaizsargātām sabiedrības grupām, cilvēktiesībām, nav diskriminācijas, nekāda veida vardarbība u. c.

“Planēta” attiecas uz dabisko vidi. Lai nodrošinātu minimālu kaitējumu ceļamērķim: ūdenim, augsnei, klimatam u.c. Lai aizsargātu vidi, jāveic dažādi pasākumi.

“Ienākumi” attiecas uz ekonomiskajām interesēm. Veikt uzņēmējdarbību atbildīgā veidā, kas veicina arī vietējo iedzīvotāju labklājību.

Šīs trīs lietas - ekonomiskā attīstība, sociālā attīstība un vides aizsardzība - ir kalpojuši par kopēju pamatu daudziem ilgtspējības standartiem un sertifikācijas sistēmām pēdējos gados, jo īpaši, pārtikas rūpniecībā.

2.2.Divpadsmit mērķi ilgtspējīgam tūrismam

Lai sīkāk precizētu tūrisma nozares ilgtspējas koncepciju, 2005. gadā tika izveidoti 12 mērķi, lai radītu ilgtspējīgu tūrismu. To definēja Pasaules tūrisma organizācija un ANO Vides programma. Pamatojoties uz šiem mērķiem, ANO Vides programma un Pasaules tūrisma organizācija, sadarbojoties ar vadošajām nevalstiskajām organizācijām un ceļojumu nozares asociācijām, noteica 37 sīki izstrādātus ilgtspējīgas tūrisma attīstības kritērijus (www.sustainabletourismcriteria.org).

Divpadsmit mērķi ilgtspējīgam tūrismam

1. Ekonomiskā dzīvotspēja: nodrošināt tūrisma uzņēmumu dzīvotspēju un konkurētspēju, lai tie spētu turpināt gūt labumu un ilgtermiņā sniegtu labumu.
2. Vietējais uzplaukums: maksimāli palielināt tūrisma ieguldījumu mītnes galamērķa labklājībā, tostarp apmeklētāju skaita proporcijas, kas tiek saglabātas vietējā tirgū.
3. Nodarbinātības kvalitāte: stiprināt to vietējo darbavietu skaitu un kvalitāti, kas radītas tūrisma jomā, tostarp samaksas līmeni, pieejamību visam bez diskriminācijas, neatkarībā no dzimuma, rases, invaliditātes u.t.t.
4. Sociālais taisnīgums: censties plaši izplatīt ekonomiskās un sociālās priekšrocības, ko sniedz tūrisms kopienē, tostarp uzlabot nabadzīgajiem iedzīvotājiem pieejamo servisu un pakalpojumus.
5. Apmeklētāju vēlmju izpildīšana: lai apmeklētājiem nodrošinātu drošu, apmierinošu un atbilstošu pieredzi, kas pieejama visiem bez diskriminācijas.
6. Vietējā kontrole: iesaistīt un pilnvarot vietējo kopienu plānošanā un lēmumu pieņemšanā par tūrisma pārvaldību un turpmāko attīstību savā teritorijā, apspriežoties ar citām ieinteresētajām pusēm.
7. Kopienas labklājība: uzturēt un nostiprināt dzīves kvalitāti vietējās kopienās, tostarp sociālās struktūras un piekļuvi resursiem, ērtībām un dzīvības atbalsta sistēmām, izvairoties no sociālās degradācijas vai ekspluatācijas.
8. Kultūras bagātība: respektēt vēsturisko mantojumu, autentisko kultūru, tradīcijas u.c., kas attiecas uz vietējo kultūru.

9. Fiziskā integritāte: uzturēt un uzlabot ainavas gan pilsētā, gan laukos, un izvairīties no vides fiziskās un vizuālās degradācijas.

10. Bioloģiskā daudzveidība: atbalstīt dabisko teritoriju un savvaļas dzīvnieku aizsardzību un mazināt radītos postījumus.

11. Resursu efektivitāte: samazināt nepietiekamu un neatjaunojamo resursu izmantošanu tūrisma objektu un pakalpojumu attīstībā un darbībā.

12. Vides tīrība: samazināt gaisa, ūdens un zemes piesārņošanu un atkritumu radīšanu tūrisma uzņēmumiem un apmeklētājiem.

Atsauce: Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers (UNEP/UNWTO, 2005)

2.3. Rīki ilgtspējīgam tūrismam

Lai palīdzētu ieinteresētajām personām sasniegt šos divpadsmit mērķus, ANO Vides programma/Pasaules tūrisma organizācija nosaka piecus papildu nosacījumus, lai padarītu tūrismu ilgtspējīgāku (skat. ierāmēto tekstu). Tie visi ir būtiski pārvaldes aizsardzībai un tiek sīki apspriesti šajā modulī.

Bieži vien nepietiek ar vienu mērķi vai kritēriju vai rīka izmantošanu. Lai gūtu panākumus, vajadzīga stratēģija, ko atbalsta aizsargātās teritorijas, tūrisma uzņēmumus, nevalstiskus uzņēmumus, veidojot saikni starp dažādiem rīkiem.

Pieci rīki, lai padarītu tūrismu ilgtspējīgāku:

1. *Mērīšanas rīki*. Tos var izmantot, lai mērītu tūrisma ietekmi un izsekotu esošās vai iespējamās izmaiņas.

- Ilgtspējības rādītāji un uzraudzība

- Tūrisma ierobežojumu noteikšana

2. *Vadības un kontroles rīki*. Tie ir instrumenti, ar kuru palīdzību var saglabāt stingru kontroli attiecībā uz attīstību un darbību, kas balstās uz tiesību aktiem:

- Tiesību akti, noteikumi un licencēšana

- Zemes izmantošanas plānošana un attīstības kontrole

3. *Ekonomikas rīki*. Runa ir par izturēšanos un ietekmi uz finanšu līdzekļiem un signālu nosūtīšanu tirgum:

- Ekonomikas rīki

4. *Brīvprātīgi rīki*. Šie instrumenti nodrošina pamatu vai procesus, kas brīvprātīgi mudina ieinteresētās personas ievērot ilgtspējīgas pieejas un prakses:

- Pamatnostādnes un rīcības kodeksi
- Vadības sistēmas
- Brīvprātīga sertifikācija (piemēram, ekomarķējums uzņēmējdarbībai)

5. *Atbalsta rīki.* Tie ir instrumenti, ar kuriem valdība var tieši vai netieši ietekmēt un atbalstīt uzņēmumu darbību ilgtspējīguma uzlabošanai:

- Infrastruktūras nodrošināšana un vadība (kas nodrošina apmeklētāju infrastruktūru, piemēram, velosipēdu īri, labu sabiedrisko transportu)
- Kapacitātes palielināšana
- Mārketinga un informācijas pakalpojumi

2.4. Tūrisma priekšrocības

Labi pārvaldīts tūrisms var sniegt daudz labumus videi, apmeklētājiem, vietējām kopienām un plašākai sabiedrībai. Tas var palīdzēt šiem aspektiem:

- *Politiskais un finansiālais atbalsts:* labi informēti un aizrautīgi apmeklētāji, visticamāk, sniegs publisku atbalstu aizsargājamām teritorijām. Tas, ar demokrātisku procesu palīdzību, palielinās teritorijas profilu, kas radīs labākas finansēšanas iespējas, labāku aizsardzību šīm teritorijām.
- *Dabas aizsardzības ienākumi:* pēc dabas tūrisma darbības, piemēram, pārgājiena, riteņbraukšanas, apmeklētāji bieži vien ir gatavi nodot ziedojumus vides aizsardzībai, ko viņi ir baudījuši. Šis ir tā saucamā “apmeklētāju atmaksa”, kas var būt vērtīgs ilgtermiņa ienākumu avots.
- *Vietējās ekonomiskās iespējas:* tūrisms dod tiešu ieguldījumu vietējā ekonomikas attīstībā ar tūrisma pakalpojumu palīdzību, piemēram, izmitināšanu, vietējo pārtiku un dzērieniem, un to piegādes ķēdi, piemēram, vietējiem pārtikas un dzērienu ražotājiem.
- *Labāka infrastruktūra:* palielinot saimniecisko darbību tūrismā, var uzlabot sabiedriskos pakalpojumus, piemēram, ceļu, interneta pakalpojumu, sabiedriskā transporta, veselības aprūpes un citu tradicionāli slikti attīstītu dienestu attīstību un uzturēšanu lauku apvidos.
- *Nodarbinātības iespējas:* pateicoties uzlabotiem ienākumiem un dzīves standartiem, jaunākās paaudzes tiek mudinātas veidot dzīvi lauku kopienās, tādā veidā izvairoties no šo teritoriju populācijas samazināšanās.
- *Vietējā identitāte* — Ja vietējās kultūras apmeklētāji izjūt interesi un cieņu pret vietējo kultūru, ir vieglāk saglabāt tradīcijas un sociālās vērtības.
- *Labākas attiecības un uzticība starp vietējiem partneriem un ieinteresētajām pusēm* — sadarbība tūrisma attīstības jomā rada labāku izpratni starp iesaistītajām organizācijām, uzņēmumiem un privātpersonām. Tas, savukārt var palīdzēt stiprināt vietējo kopienu.

2.5.Nav apmeklētāji, nav tūrisms

Lai gan tūrisms var dot daudz labumu, tā panākumi galu galā ir atkarīgi no tā, vai Jūsu galamērķis var piesaistīt nepieciešamo daudzumu apmeklētāju. Tāpēc pirms veiciet ieguldījumus tūrisma attīstībā, būtu labi apskatīt tālāk minētos jautājumus:

Vai mani var sasniegt? Vai mans reģions ir viegli pieejams apmeklētājiem ar salīdzinoši zemiem ieguldījumiem?

- Kur ir mani potenciālie apmeklētāji? Vai manu potenciālo apmeklētāju tirgus ir viegli sasniedzams? Vai laiks un izmaksas ir tā vērtas?
- Kas ir mani potenciālie apmeklētāji? Ko viņi meklē un ko varu piedāvāt?
- Vai es esmu labākais? Vai man ir konkurences priekšrocības (“unikālie pārdošanas punkti”) salīdzinājumā ar citām jomām manā valstī vai reģionā?
- Vai es varu piegādāt pakalpojumus? Vai mans personāls un vietējie iedzīvotāji ir gatavi piegādāt kvalitatīvus pakalpojumus un pieredzi?

Lai novērtētu šos “apstākļus” veiksmīgai tūrisma attīstībai, ir svarīgi novērtēt resursus, pašreizējos un potenciālos tirgus, un konkurentus. Pirms plānošanas vai investīciju sākšanas ir īpaši ieteicams iesaistīt tūrisma tirgus ekspertus. Daudzas iniciatīvas nav izdevušās, jo apmeklētāju skaits nekad nav sasniedzis vēlamo līmeni. Pārāk bieži publiskie līdzekļi ir izmantoti pārāk nemanāmi, lai radītu vietējo atbalstu dabas aizsardzībai tūrisma jomā.

3. Ilgtspējības standarti un sertifikācija

Lai īstenotu ilgtspējības principus, daudzos reģionos pastāv ilgtspējas standarti un sertifikācijas daudzās nozarēs, tostarp tūrismā. Ilgtspējības atestācijas pirmās aktivitātes tika uzsāktas 1980. un 90. gados ar ekomarķējumu ieviešanu. Sertifikācijas pakalpojumiem parasti ir logo, ko izmanto produktiem, kuri sertificēti saskaņā ar to standartiem. Tas tiek uzskatīts par uzņēmumu sociālo atbildību, kas vēlas samazināt to kaitīgo ietekmi uz vidi.

Ir izstrādāti vairāki ilgtspējības standarti, lai risinātu jautājumus saistībā ar vides kvalitāti, sociālo taisnīgumu un pasaules ražošanas, un tirdzniecības prakses ekonomisko labklājību. To galveno mērķu un sertificēšanas procedūru pamatā ir tie paši virzieni, taču atšķiras to vēsturiskā attīstība, adaptācijas mērķgrupas, ģeogrāfiskā izplatība un vides, sociālie vai ekonomikas jautājumi. Starp vispazīstamākajiem piemēriem ir:

- *Godīga tirdzniecība*. Šīs iniciatīvas galvenais mērķis ir dot priekšroku mazajiem ražotājiem un nodrošināt piekļuvi pasaules tirgiem un uzlabot to stāvokli pasaules tirgos.
- *Organiskais*. Bioloģisko standartu izstrādāja 20. gadsimta 70. gados, un tas balstās uz pamatnormām, ko noteikusi Starptautiskā Bioloģiskās Lauksaimniecības kustības federācija,

vadošā globālā organizācija bioloģiskai lauksaimniecībai. Tās standarti paredz prasību minimumu, tostarp agroķīmisko vielu izlaišanu.

ES ir izstrādājusi tiesību aktus par ekomarķējumu un ir arī radījusi pārtikas produktu un patērētāju produktu marķējumu. ES ekomarķējumu 1992. gadā izveidoja Eiropas Komisija, un to īstenošanu nosaka ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 66/2010. ES ekomarķējums palīdz identificēt produktus un pakalpojumus, kam visā to aprites ciklā ir samazināta ietekme uz vidi. ES ekomarķējumu piešķir saskaņā ar ekoloģiskajiem kritērijiem, par kuriem vienojušies eksperti, rūpniecības pārstāvji, patērētāju organizācijas un vides aizsardzības organizācijas, un kurus pārbaudījušas neatkarīgas trešās puses. Logotipa novietojums ir pazīstams kā Eiropas zieds. Citi labi zināmi ekomarķējuma piemēri ir Ziemeļvalstu ekomarķējums, kas ir populārs Ziemeļu valstīs, un "Zilais eņģelis" Vācijā.

3.1. Korporatīvā Sociālā Atbildība (KSA)

KSA ir brīvprātīga apņemšanās veikt uzņēmējdarbību un nodrošināt to, ka tā atbilst tiesību aktu, ētikas standartu un starptautisko vērtību principiem. Tās mērķis ir uzņemties atbildību par uzņēmuma darbību un veicināt pozitīvu ietekmi uz vidi, patērētājiem, darba ņēmējiem, kopienām un citām attiecīgajām ieinteresētajām personām.

Korporatīvā Sociālā Atbildība: "Uzņēmumu atbildība par to ietekmi uz sabiedrību" – šī ir Eiropas korporatīvās sociālās atbildības komisijas korporatīvās sociālās atbildības galvenā definīcija.

Saskaņā ar šo plašo izpratni par jēdzienu, uzņēmumi var kļūt sociāli atbildīgi par :

- Likumu izpildīšanu;
- Sociālo, vides, ētisko, patērētāju un cilvēku tiesību integrēšanu saistībā ar uzņēmējdarbības stratēģiju un darbībām.

CSR: Understanding in the European Union

http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility/index_en.htm

3.2. Tūrisma ilgtspējības kritēriji

Tūrisma nozarē Globālā ilgtspējīgā tūrisma padome ir noteikusi kritērijus, kas kalpo kā globālie pamatstandarti ilgtspējībai tūrisma jomā. Tie ir rezultāts pasaules mēroga centieniem attīstīt kopēju valodu par tūrisma ilgtspēju. Koncentrējoties uz sociālo un vides atbildību, kā arī pozitīvo un negatīvo ekonomisko un kultūras ietekmi uz tūrismu. Kritēriji ir sadalīti 4 daļās:

- Ilgtspējīga pārvalde
- Sociāli ekonomiskā ietekme
- Kultūras ietekme

- Ietekme uz vidi (tostarp resursu patēriņš, piesārņojuma samazināšana un bioloģiskās daudzveidības un ainavu saglabāšana)

Kritērijus var izmantot, lai:

- Izmantotu pamata vadlīnijas visu lielumu uzņēmumiem, lai tie kļūtu ilgtspējīgāki, un palīdzētu uzņēmumiem izvēlēties ilgspejīgas tūrisma programmas, kas atbilst globālajiem kritērijiem;
- Kalpotu par norādījumiem ceļojumu aģentūrām piegādātāju un ilgtspējīgu tūrisma programmu izvēlē;
- Palīdzētu patērētājiem atpazīt stabilas tūrisma programmas un uzņēmumus;
- Kalpotu par kopsaucēju informācijas līdzekļiem, lai atzītu ilgtspējīgus tūrisma sniedzējus;
- Palīdzētu sertificēšanā un citu brīvprātīgo programmu nodrošināšanā, ka to standarti atbilst vispārpieņemtajiem rādītājiem;

Ir izstrādāti divi kritēriji, kas attiecas uz viesnīcām un tūru operatoriem un galamērķiem. Kritēriji viesnīcām un tūru operatoriem ir sagrupēti apakšā minētajās grupās:

- Efektīvas, ilgtspējīgas pārvaldes demonstrēšana.
- Sociālo un ekonomisko priekšrocību palielināšana vietējai kopienai un negatīvās ietekmes samazināšana.
- Kultūras mantojuma priekšrocību palielināšana un negatīvās ietekmes samazināšana.
- Maksimāla labuma iegūšana videi un negatīvās ietekmes samazināšana.

3.3. Ilgtspējības pārvaldīšanas motivācija uzņēmumiem

Uzņēmumi var pievienoties sertifikācijas shēmām, kurās ir ievērotas trešo valstu atbilstības novērtēšanas normas un standarti attiecībā uz vides kvalitāti, sociālo kapitālu un ekonomisko labklājību, un/vai jāizstrādā pašam savas iekšējās ilgtspējas pārvaldības sistēmas, izmantojot konkrētus standartus un procedūras, piemēram, kas jau minētas iepriekš. Daži standarti ir ļoti spēcīgi, un tie prasa visaugstāko sniegumu, bet citi ir atvērtāki un vērsti pret ļaunprātīgu darbību novēršanu. Mazie un vidējie uzņēmumi var uzskatīt sertifikācijas procesu, kā pārāk sarežģītu un dārgu salīdzinājumā ar viņu uzņēmuma lielumu. Tomēr, ņemot vērā pieaugošo sabiedrības vides apziņu un sociāli atbildīgo attieksmes tendenci, uzņēmumiem ir svarīgi pierādīt to ilgtspēju.

Galvenie iemesli, kāpēc uzņēmumi vēlas izpildīt ilgtspējības standartus, īstenot sertificēšanas un ilgtspējas pārvaldības sistēmas, ir:

- lai uzlabotu uzņēmuma tēlu,
- lai radītu konkurences priekšrocības,
- lai uzlabotu attiecības ar ieinteresētajām pusēm,
- lai uzlabotu veikumu vides jomā,
- lai veicinātu galamērķa saglabāšanu,
- lai samazinātu izmaksas,
- lai gūtu lielāku peļņu.

3.5. Ilgtspējības pārvaldības prakse uzņēmumā

Pat tad, ja nepievienojas ilgtspējības sertifikācijas shēmu uzņēmumiem, var ieviest savas ilgtspējības pārvaldības sistēmas, lai nodrošinātu efektīvu darbību. Šādas sistēmas var būt vairāk vai mazāk sarežģītas, uzņēmums lemj par viņiem visērtākajiem pasākumiem, rīcību un iekšējiem ilgtspējības standartiem.

Daži iespējamie varianti ir:

Ilgtspējības pārbaudes saraksti

Ilgtspējības pārbaudes sarakstus var izstrādāt saistībā ar galvenajām darbībām attiecīgajā departamentā kā daļu no iekšējās politikas. Tie saraksti, kas veidoti balstoties uz iepriekšminētajiem kritērijiem, var būt veidot, ņemot vērā uzņēmuma lielumu. Tā kā nav neitrāla trešās puses novērtējuma, uzņēmums pats paziņo par apņemšanos ievērot noteiktos ilgtspējības kritērijus. Ir daudz iespēju attiecināt ilgtspējības aspektu uz konkrētām darbībām viesnīcu departamentos. Daži piemēri:

- Restorānu un banketu vietās

Darbības	Vērā ņemamais ilgtspējības aspekts
Darba definīcija un pārvaldība saskaņā ar darba tiesībām.	Īpaša uzmanība pievērsta sociālajai politikai un cilvēktiesību jautājumiem, piemēram, oficiāliem darba līgumiem, darba samaksai, virsstundām, veselības apdrošināšanai, maternitātes pabalstiem, invaliditātes riskiem, vecuma pensijai, veselībai un drošībai, vienlīdzīgām iespējām visiem.
Restorānos tiek piedāvātas atbilstošas ēdienkartes.	Uzmanības pievēršana vietējiem, bioloģiskajiem, tirdzniecības ražojumiem un piegādātājiem.
Telpu veidošana restorānam, kur tiek piedāvāts serviss.	Uzmanība jāpievērš zaļajai praksei, izvēloties mājokļa aprīkojumu, materiālus, gaismas, enerģiju taupošas iekārtas u.t.t.
Viesu apkalpošana restorānā.	Uzmanības pievēršana komunikācijas un kultūru saistošiem jautājumiem, diskriminācijai u.t.t.
Viesu izvēlēta restorāna ēdiena piedāvājuma sagatavošana un	Uzmanības pievēršana ražojumu un

noformējums.	sastāvdaļu izcelsmes skaidrojumam, atsaucēm uz vietējiem piegādātājiem, tradicionālajām receptēm u.t.t.
Restorāna virtuves iekārtu un piederumu tīrīšana.	Pievērsiet uzmanību videi draudzīgu tīrīšanas līdzekļu un materiālu izmantošanai.
Restorāna pārvaldīšana attiecībā uz klientiem.	Pievērsiet uzmanību klientu lojalitātes programmām, īpašiem sociālajiem notikumiem vietējā kopienā u.t.t.
Restorāna personāla pārvaldīšana.	Uzmanība jāpievērš personāla motivācijai un komandas veidošanai, palielinot darbinieku informētību par personāla locekļiem.
Restorānā izmantoto materiālu uzraudzība atkarībā no noteikumiem.	Uzmanība jāvērs uz ilgtspējīgu ražojumu, materiālu, iekārtu, piegādātāju izvēli.

- Reģistratūra

Darbības	Vērā ņemamais ilgtspējības aspekts
Darba definīcija un pārvaldība saskaņā ar darba tiesībām.	Īpaša uzmanība jāpievērš sociālajai politikai un cilvēktiesību jautājumiem, piemēram, oficiāliem darba līgumiem, darba samaksai, virsstundām, veselības apdrošināšanai, maternitātei, invaliditātes riskiem, vecuma pensijai, veselībai un drošībai, vienlīdzīgām iespējām visiem.
Reģistratūras darba pārvaldīšana.	Informētība par viesnīcu ilgtspējības politiku un praksi, aktīva līdzdalība tajā.
Sabiedrisko attiecību un rezervāciju pārvaldīšana.	Ar ilgtspēju saistītu ziņojumu iekļaušana sabiedrisko attiecību saistītajā darbā. Izveidojiet un lietojiet stāstus, kas savieno viesnīcu ar vietējo kopienu — vēstures notikumi, piegādātāju vēsture, pārtikas ieguve, darbinieki. Radiet viesmīlības izjūtu gan darbiniekiem, gan viesiem.

Palīdzība klientiem uzturēšanās laikā.	Vietējās zināšanas, kas ļauj viesiem izpētīt un izbaudīt galamērķi ar pakalpojumiem, kas tiek piedāvāti.
Naktsmītnes administratīvā vadība.	Informētība par viesnīcas ilgtspējas vadības sistēmu un tās īstenošanu administratīvajā praksē.

- Personāla apmācība

Regulāra personāla apmācība un instruktāža par viesnīcas ilgtspējas iniciatīvām palīdzēs sasniegt ilgtspējības vadības mērķus. Tas dos iespēju radīt grupu, kas ir atbildīga par ilgtspējības jautājumiem. Kopumā darbinieki jāinformē vismaz četrās svarīgās ilgtspējības jomās:

- Enerģijas, ūdens un ķīmikāliju, atkritumu daudzuma samazināšana.
- Vietējo resursu izmantošana.
- Autentiskas pārtikas un vietējo ēdienu tradīcijas.
- Vietējo uzņēmēju iesaistīšana.

Šai apmācībai ideālā variantā būtu jānoved pie personāla locekļu aktīvas iesaistīšanās un iniciatīvas, iespējams ar jaunām idejām attiecībā uz ilgtspējības principu īstenošanu ikdienas darbā.

- Komunikācija

Sabiedriskās attiecības un komunikācija ir būtisks elements ilgtspējības mērķu sasniegšanā. Ja viesnīcā ir dažas vides vai sociālās iniciatīvas, tās jādara zināmas iedzīvotājiem. Daudzi ilgtspējas pasākumi neizdodas, jo tie vienkārši tiek uzskaitīti kā faktu konstatācija, nedomājot par to, kā tie varētu tikt uzņemti. Viesnīcām ir jābūt informētām par saviem klientiem, lai viņi varētu ar viņiem sazināties ar pareizām komunikācijas stratēģijām. Jāstāsta stāstus par to, kā viesnīca pievērš uzmanību tādiem produktiem, kam ir augsta kvalitāte, ieskaitot aprīkojumu un piederumus, ērtības, pārtiku, kas ir personāls, kas interesējas par vietējo vidi un sadarbojas ar vietējo kopienu, padara to par daudz interesantāku projektu iespējamiem viesiem, nevis tikai kā parastu viesnīcu, kas tikai runā par to, ka tā samazina savu ietekmi uz vidi. Ir jāatceras, ka pārāk liels akcents uz ilgtspēju varētu pat izraisīt dažu klientu pretestību izvēlēties Jūsu pakalpojumu. Ir svarīgi būt realistiskam — lielākā daļa viesu izvēlas viesnīcas, ņemot vērā cenu, atrašanās vietu, pieejamību un kvalitāti, taču pieaug to cilvēku skaits, kuri vēlas iegādāties produktus un pakalpojumus no uzņēmumiem, kuri rūpējas par vidi un sociālo stāvokli.



1. uzdevums

Darba laiks: 20 minūtes

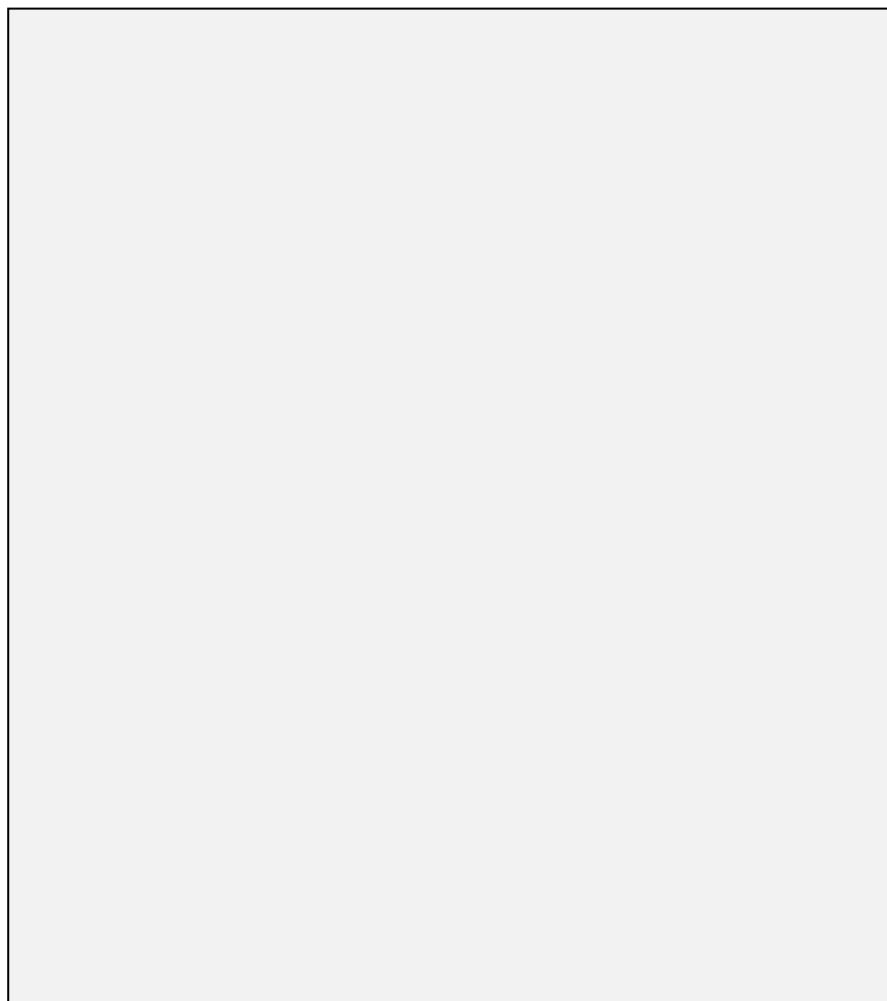
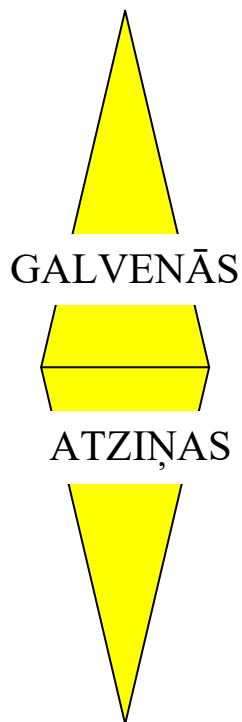
Norādiet vienu ilgtspējīgu tūrisma produkta piemēru, un, lūdzu, aprakstiet, kāpēc šo produktu var saukt par “ilgtspējīgu”.

ABSTRAKTS



Šajā modulī ir izklāstīti ilgtspējības principi, lai radītu izpratni par priekšrocībām, ko tie sniedz vietējai sabiedrībai, ekonomikai un visām iesaistītajām pusēm.

Apmācības moduļa aptuvenais garums ir 15 stundas, kas sevī ietver arī praktisko apmācību.



Pēc šī moduļa apmācības jums būtu jāizprot ilgtspējīga tūrisma principi.

TESTS SEVIS PĀRBAUDIŠANAI



Lūdzu, atbildiet uz diviem jautājumiem.

Darba laiks: 10 minūtes

- 1) Kādi ir 3 labumi, ko iegūst no tūrisma?
- 2) Lūdzu, miniet vismaz trīs rīkus, kurus izmanto, lai padarītu tūrismu ilgtspējīgāku?

Atsauces

CSR in the Tourism Industry: <https://www.youtube.com/watch?v=DIE7TE639oo>

CSR Tourism Certified: <http://www.move-it.eu/label/csr-tourism-certified-3>

Travelife Training. Corporate Social Responsibility for Travel Companies.
http://www.travelife.org/Hotels/landing_page.asp

Rainey, D. L. (2008). Product Innovation: Leading Change through Integrated Product Development. Cambridge University Press.