



Švietimo ir kultūros GD

## Mokymosi visą gyvenimą programa

Projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai. Leonardo da Vinci paprogramė yra Mokymosi visą gyvenimą programos dalis. Programą Lietuvoje administruoja Švietimo mainų paramos fondas. Šis dokumentas atspindi tik autorių požiūrį, todėl Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos naudojimą.

Mobilumo projekto „Profesinės kompetencijos didinimas darnaus turizmo traukos centrų ir paslaugų plėtrai (PROSUTOUR)“ baigiamasis dokumentas



Viešoji įstaiga „Baltijos turizmo institutas“



Viešoji įstaiga „KULTUR“

# DARNAUS IR ATSAKINGO TURIZMO GAIRĖS

## Pratarmė

Šios gairės yra vienas iš ES Leonardo da Vinci programos mobilumo projekto *„Profesinės kompetencijos didinimas darnaus turizmo traukos centrų ir paslaugų plėtrai“* (Nr. LLp-LdV-PLM-2009-LT-0236) rezultatų.

Įgyvendinant projektą 15 Lietuvos turizmo specialistų iš 11 organizacijų 2009 m. rugsėjo-lapkričio mėn. stažavosi Jungtinėje Karalystėje (Anglijoje ir Škotijoje). Stažuočių metu įgyta patirtis buvo pristatyta 2010 m. vasario 12 d. Ukmergės rajono savivaldybės administracijos ir Vilniaus prekybos, pramonės ir amatų rūmų Ukmergės filialo surengtame seminare *„Darnaus turizmo plėtros galimybės Lietuvos regionuose, pritaikant Jungtinės Karalystės patirtį“*.

Šių gairių tikslas – dar plačiau paskleisti projekto metu įgytas žinias ir patirtį, bei paskatinti pozityvius pokyčius Lietuvos turizmo sektoriuje. Gairės skiriamos viešojo ir privataus sektorių organizacijoms bei jų darbuotojams, norintiems gilinti žinias ir supratimą apie darnųjį turizmą bei taikyti darnaus ir atsakingo turizmo principus praktikoje.

Visų projekte dalyvavusiųjų vardu dėkojame visoms priimančioms organizacijoms už geranorišką dalinimąsi žiniomis ir patirtimi, o taip pat – Švietimo mainų paramos fondo kolektyvui už metodinę pagalbą įvairiais stažuočių organizavimo ir projekto administravimo klausimais.

Šis dokumentas atspindi tik autorių požiūrį, todėl nei Europos Komisija, nei kitos projekte dalyvaujančios organizacijos negali būti laikomos atsakingos už bet kokią jame pateikiamos informacijos naudojimą. Cituojant būtina nuoroda į šį dokumentą arba pirminius šaltinius.

Viktorija Žilinskaitė,

Vilnius, 2010 m. gegužės 19 d.

VŠĮ „Baltijos turizmo institutas“ direktorė

Martynas Užpelkis,

VŠĮ „KULTUR“ direktorius

## Projekto partneriai

Siunčiančios organizacijos:



VšĮ „Baltijos turizmo institutas“, pagrindinis partneris ir dotacijos gavėjas  
[www.btti.lt](http://www.btti.lt)



VšĮ „KULTUR“, atsakinga už gairių parengimą  
[www.kultur.lt](http://www.kultur.lt)



Utenos raj. sav. adm. Sudeikių seniūnija  
Utenos raj. sav. adm. Tauragnų seniūnija  
VšĮ „Utenos turizmo informacijos centras“  
VšĮ „Utenos menų inkubatorius“  
[www.utena.lt](http://www.utena.lt)



Ukmergės rajono savivaldybės administracija  
Ukmergės krašto muziejus  
[www.ukmerge.lt](http://www.ukmerge.lt)



VšĮ „Molėtų turizmo ir verslo informacijos centras“  
[www.moletai.lt](http://www.moletai.lt)



Vilniaus prekybos, pramonės, amatų rūmų  
Ukmergės filialas  
[www.cci.lt](http://www.cci.lt)

Priimančios organizacijos:



[www.moffatcentre.com](http://www.moffatcentre.com)



[www.northglasgowcollege.ac.uk](http://www.northglasgowcollege.ac.uk)



The International Centre for Responsible Tourism

[www.icrtourism.org](http://www.icrtourism.org)



Locum Destination Consulting, Ltd

[www.locumconsulting.com](http://www.locumconsulting.com)

## **Turinys**

Darnus vystymas(is) ir turizmas.....	7
Darnus turizmas ir atsakingas turizmas.....	10
Atsakingas turizmas ir aplinka.....	12
Atsakingas turizmas ir ekonomika .....	16
Atsakingas turizmas ir socialinė plėtotė.....	21
Literatūra.....	25
1 priedas - Keiptauno deklaracija: atsakingas turizmas traukos vietovėse .....	27

## Įvadas

Turizmas yra svarbi Lietuvos ūkio šaka (Nacionalinė darnaus vystymosi strategija, 2009). 2008 m. turizmo sektoriuje buvo sukurta apie 2,65 proc. šalies bendrosios pridėtinės vertės, jame dirbo 4,2 proc. visų privataus sektoriaus darbuotojų (Statistikos departamentas, 2009). Tačiau turizmo svarba neapsiriboja vien indėliu į ekonomiką. Turizmo sukurto bendrojo vidaus produkto didėjimas daro santykinai mažesnę nei kitų ūkio šakų neigiamą poveikį aplinkai; turizme sukuriama darbo vietų dėka lėtėja emigracija ir atsiliekančių šalies regionų depopuliacija; kultūrinis turizmas skatina paveldo vertės suvokimą ir saugojimą, o kaimo turizmas – tradicijų tęstinumą ir regionų vystymosi skirtumų mažėjimą (Nacionalinė darnaus vystymosi strategija, 2009).

Kita vertus, turizmas gali ne tik nešti naudą, bet ir daryti žalą. Turizmas, kaip ir bet kuri kita ūkio šaka, naudoja gamtinius, kultūrinius, žmogiškuosius, finansinius ir kitokius išteklius, iš kurių dalis yra neatsinaujinantys, arba/ir gali būti panaudoti kitoms reikmėms. Be to, netinkamai planuojama ir vykdoma turizmo veikla gali daryti žalą gamtai ir kultūros paveldui, bloginti gyvenamosios aplinkos kokybę, skatinti tradicinės kultūros nykimą ir didinti socialinį neteisingumą (UNEP, WTO, 2005, p.9-10).

Ne viename strateginio planavimo dokumente pabrėžiama, kad turizme turėtų būti laikomasi darnios plėtros principų – derinami gamtos išsaugojimo, ekonomikos augimo ir visuomenės vystymosi interesai. Tačiau kaip įgyvendinti tai praktikoje? Kaip pasiekti, kad turizmo nauda būtų kuo didesnė, o žala – kuo mažesnė? Už ką galėtų/turėtų būti atsakingas kiekvienas su turizmu susijęs asmuo ar organizacija tiek turizmo traukos vietovėse (*angl.* destinations), tiek turistų kilmės rinkose (*angl.* tourist originating markets), tiek keliaujant tarp jų? Šių gairių tikslas – pasiūlyti atsakymus į aukščiau iškeltus klausimus. Kita vertus, panašaus pobūdžio dokumentų sėkmę lemia visų suinteresuotų grupių informuotumas ir aktyvus dalyvavimas, sutarimas bei įsipareigojimas. Todėl, šis dokumentas, būdamas kelių asmenų stažuotės rezultatu, negali pretenduoti į tokių gairių statusą ir geriausiu atveju gali būti vertinamas tik kaip pasirengimas tikrų Lietuvos darnaus ir atsakingo turizmo gairių kūrimui.

## Darnus vystymas(is) ir turizmas

Terminas „darnus/tvarus vystymas(is)/plėtra“<sup>1</sup> (angl. k. *sustainable development*) plačiau pradėtas naudoti praėjusio amžiaus devintajame dešimtmetyje. 1983 m. Jungtinių Tautų Organizacija, išreikšdama susirūpinimą „dėl greitėjančio žmonijos aplinkos blogėjimo ir gamtinių išteklių suvartojimo bei šio proceso pasekmių ekonominei ir socialinei plėtotei“, sudarė Pasaulio aplinkos ir vystymosi komisiją, kuri plačiau žinoma jai pirimininkavusio Gro Harlem Brundtland'o vardu (United Nations, 1983). Būtent Brundtlando komisijos ataskaitoje „*Our Common Future*“ pasiūlytas iki šiol dažniausiai naudojamas termino „**darnus vystymas(is)**“ apibrėžimas: „**tai vystymasis, kuris tenkina šių laikų poreikius nesumažindamas galimybių ateities kartoms tenkinti jų pačių poreikių**“ (United Nations, 1987).

Pasaulio viršūnių konferencijų metu Rio de Žaneire 1992 m., Niujorke 2000 m. ir 2005 m. ir Johanesburge 2002 m. darnus vystymasis įtvirtintas kaip pagrindinė ilgalaikė visuomenės vystymosi ideologija, kuri pabrėžia tarpusavio priklausomybę tarp trijų darnaus vystymosi stulpų – ekonominio vystymosi, socialinio vystymosi ir aplinkosaugos (United Nations, 1992; United Nations, 2000; United Nations, 2002; United Nations, 2005).

**Ekonominis tvarumas** žymi gerovę, generuojamą įvairiuose visuomenės lygiuose. Jis taip pat nurodo visos ekonominės veiklos kaštų efektyvumą, gyvybingumą ir gebėjimą veikti ilguoju laikotarpiu.

**Socialinis tvarumas** reiškia pagarbą žmogaus teisėms ir lygias galimybes visiems visuomenės nariams. Jis reikalauja, kad nauda būtų paskirstoma teisingai ir taip, kad būtų mažinamas skurdas. Socialinis tvarumas taip pat pabrėžia vietos bendruomenių ir jų pragyvenimo šaltinių sistemų stiprinimo svarbą bei išreiškia pagarbą skirtingoms kultūroms.

---

<sup>1</sup> Būta ir kitokių bandymų naudoti termino *sustainable development* atitikmenų lietuvių kalboje – *subalansuota plėtra*, *tausojantis vystymasis* ir pan. Valstybinė lietuvių kalbos komisija siūlo naudoti: *darnus vystymas(is)*, *tvarus vystymas(is)*. Rūšinis pažyminy *darnus* geriau tinka tada, kai siekiama pabrėžti, kad vystymasis yra *suderintas*, *tvarus* – kai kalbama apie *patvarų*, *nenutrūkstamą* vyksmą. Atsižvelgiant į kontekstą *sustainable development* gali būti verčiamas ir į *darni plėtra*, *tvari plėtra*. *Plėtra* labiau tinka tais atvejais, kai kalbama apie *kiekybinius pokyčius*, *plėtimą(si)*, *vystymasis* – kai norima įvardyti *kokybinius pokyčius* (VLKK).

**Aplinkosauginis tvarumas** reiškia išteklių, ypač ypatingai neatsinaujinančių ir labai svarbių pragyvenimui, apsaugą ir valdymą. Jis reikalauja imtis priemonių, kad būtų mažinama oro, vandens ir grunto tarša, bei išsaugota biologinė įvairovė ir paveldas.

Darnaus vystymosi stulpai yra tarpiai susiję tarpusavyje. Darnaus vystymosi principų taikymo tikslas – suderinti šiuos stulpus taip, kad jie sustiprintų vieni kitus, ar bent jau nekonkuruotų tarpusavyje.

Turizmas sparčiai auga ir šiuo metu sudaro apie dešimtadalį visos pasaulinės ekonominės veiklos, todėl jis daro didelę įtaką žmonijos plėtočiai. Turizmo ir darnaus vystymosi santykis yra ypatingas. Visų pirma, turizmo augimas, teigiamai prisideda prie šalių ir turizmo traukos vietovių ekonomikos. Antra, turizmas apima ypatingus santykius tarp vartotojų (lankytojų), verslo, aplinkos ir vietos bendruomenių. Skirtingai nei daugelio kitų ūkio šakų, turizmo vartotojas keliauja pas gamintoją ir jo siūlomą produktą. Tokie artimi ir betarpiški santykiai sukuria jautrią situaciją, kurioje turizmas gali būti tiek labai pozityvus, tiek labai negatyvus darnaus vystymosi atžvilgiu (UNEP, WTO, 2005, p.9).

Viena vertus, turizmas gali suteikti naujas galimybes įmonių plėtrai ir darbo vietų kūrimui; skatinti investicijas ir paslaugų gyventojams plėtrą net gana atokiose bendruomenėse; suteikti gamtiniams ir kultūriniais ištekliams apčiuopiamą ekonominę vertę; skatinti tarpkultūrinį supratimą bei taiką ir daryti kitokį teigiamą poveikį. Kita vertus, turizmas gali daryti spaudimą trapioms ekosistemoms ir taip sąlygoti fizinės aplinkos blogėjimą ir laukinės gyvūnijos žlugimą; trikdyti vietos bendruomenes ir įtakoti tradicinės kultūros nykimą; pretenduoti į ir taip nepakankamus išteklius, ypač žemę ir vandenį; reikšmingai prisidėti prie vietinės ir globalios taršos. Be to ir pats turizmas yra pažeidžiamas, ir todėl ne visada stabilus pajamų šaltinis. Taigi, turizmas gali daryti gera. Kita vertus, **„netvarus“ turizmas gali ne tik atnešti daug žalos visuomenėms ir aplinkai, bet ir susinaikinti pats, sunaikindamas išteklius, kuriais jis remiasi.** Todėl visiems dalyvaujantiems turizmo veikloje tenka didžiulė atsakomybė ir jie privalo pripažinti darnaus vystymosi svarbą (UNEP, WTO, 2005, p.10).

Pagal Pasaulio turizmo organizacijos apibrėžimą (WTO, 2004) darnaus turizmo principai yra taikytini visoms turizmo formoms visų tipų turistų



traukos vietovėse, įskaitant masinį turizmą ir įvairius nišinio turizmo segmentus. **Darnus turizmas** turi:

- 1) **optimaliai naudoti aplinkos išteklius**, kurie sudaro turizmo plėtros pagrindą, išlaikant būtinus ekologinius procesus ir padedant išsaugoti gamtos paveldą ir biologinę įvairovę;
- 2) **gerbti turistus priimančių bendruomenių socio-kultūrinį autentiškumą**, išsaugoti jų nekilnojamąjį ir gyvąjį kultūros paveldą bei tradicines vertybes, ir prisidedėti prie tarpkultūrinio supratimo ir tolerancijos;
- 3) palaikyti gyvybingas ir ilgalaikes ekonomines veiklas, **duodančias socialinę ir ekonominę naudą visoms dalyvaujančioms interesų grupėms**, įskaitant stabilias darbo vietas, galimybes gauti pajamas ir socialines paslaugas turistus priimančioms bendruomenėms. Nauda turi būti paskirstyta teisingai ir taip, kad ji prisidėtų prie skurdo mažinimo.

Darnaus turizmo plėtrai reikalingas **visų suinteresuotų grupių informuotumas ir dalyvavimas bei stipri politinė lyderystė** tam, kad būtų užtikrintas platus dalyvavimas ir sutarimas. Darnaus turizmo siekimas yra **nuolatinis procesas**, reikalaujantis vykdyti **nuolatinę poveikio stebėseną** ir imtis kada reikia būtinų prevencinių ir/arba korekcinų priemonių.

Darnus turizmas taip pat turi išlaikyti **aukštą turistų pasitenkinimo lygį** ir sukurti turistams prasmingas patirtis, kurios keltų jų supratimą apie darnaus vystymosi klausimus bei skatintų darnaus turizmo praktikas jų tarpe (WTO, 2004).

## Darnus turizmas ir atsakingas turizmas

Klimato atšilimas ir kiti globaliniai pokyčiai darosi vis labiau akivaizdūs. Tuo tarpu per daugiau nei 17 metų nuo Pasaulio viršūnių konferencijos Rio de Žaneire mažai pasiekta įgyvendinant darnaus turizmo principus. Didele dalimi taip atsitiko todėl, kad dauguma žmonių kiekvienas sau tikėjosi, kad kas nors kitas, bet ne jis pats, pradės elgtis „darniau“. Supratimas, kad reikia pradėti nuo savęs, paskatino **atsakingo turizmo** (*angl.* responsible tourism) atsiradimą. Tai judėjimas, turizmo tendencija ir mokslinis diskursas, paskutinius keletą metų sparčiai populiarėjantis visame pasaulyje. 1996 m. Pietų Afrikos Respublika pirmoji patvirtino strateginį atsakingo turizmo dokumentą (DEAT, 1996). 2002 m. parengiamos Pietų Afrikos atsakingo turizmo plėtros gairės (DEAT, 2002) ir priimama **Keiptauno Atsakingo turizmo deklaracija**<sup>2</sup> (Cape Town Declaration, 2002) (deklaracijos neoficialus vertimas į lietuvių kalbą pateikiamas kaip šių gairių 1 priedas). 2003 m. pradedama atsakingo turizmo vadybos magistro studijų programa Londono Greenwich universitete (nuo 2006 m. vykdoma Leeds Metropolitan universitete). Nuo 2007 m. Pasaulio turizmo parodos rėmuose Londone rengiama Atsakingo turizmo diena.

Kuo atsakingas turizmas ir darnus turizmas panašūs ir kuo skiriasi? Atsakingo turizmo ir darnaus turizmo tikslas yra tas pats – darni plėtra. Atsakingas turizmas, kaip ir darnus turizmas, remiasi į tuos pačius tris stulpus – aplinkosaugos integralumą, socialinį teisingumą ir vietinės ekonominės naudos didinimą. Esminis skirtumas tarp šių dviejų konceptų slypi tame, kad atsakingas turizmas kviečia kiekvieną – valdžios instituciją, turizmo produkto savininką ir operatorių, vežėją, paslaugų bendruomenei teikėją, NVO, turistą, vietos bendruomenę, turizmo verslo asociaciją ir t.t. – prisiimti atsakomybę už savo veiksmus ir jų daromą poveikį. Tokiu būdu, atsakingas turizmas

---

<sup>2</sup> Keiptauno deklaraciją pasirašę įvairių šalių atstovai įvertino Pietų Afrikos atsakingo turizmo plėtros gaires ir rekomendavo kitų šalių valdžios institucijoms, turizmo įmonėms ir asocijuotoms struktūroms pasirengti panašaus pobūdžio dokumentus. Mūsų parengtos gairės yra bandymas, pasinaudojant Pietų Afrikos gairių struktūra, adaptuoti jose, o taip pat Keiptauno deklaracijoje, pateikiamas rekomendacijas Lietuvos situacijai. Šio dokumento autorius M. Užpelkis stažavosi Tarptautiniame atsakingo turizmo centre prie Leeds Metropolitan universiteto, kuriam vadovauja prof. Harold'as Goodwin'as, vienas iš Pietų Afrikos atsakingo turizmo gairių bei Keiptauno deklaracijos bendraautorių.

nejmanomas be „**maištingų turistų ir maištingų vietinių gyventojų**“; politika ir realybė pasikeis tik tuomet, kai žmonės atsisakys priimti dalykus tokius, kokie jie yra (Krippendorf, 1987, p.107). Atsakingas turizmas reikalauja daugiau žinojimo, supratimo, įgūdžių, kritiško požiūrio ir svarbiausia motyvacijos vertinant savo ir kitų veiklą, matuojant jos daromą poveikį bei planuojant ir vykdant priemones, kurios atneštų realius teigiamus pokyčius. Svarbiau už tolimą ateitį siekiančius tikslus yra pasiekiami uždaviniai. **Netgi maži žingsniai gera kryptimi yra reikšmingi** (Krippendorf, 1987, p.108-109).

Atsakingas turizmas gali būti klaidingai asocijuojamas su tuo, kuo jis nėra. Visų pirma, tai nėra nišinio turizmo forma. **Visos turizmo rūšys ir modeliai gali būti labiau atsakingi**. Siekiant kuo didesnio efekto, yra ypatingai svarbu puoselėti atsakomybę būtent masiniame turizme. Be to, atsakingas turizmas yra glaudžiai susijęs su kitais žmogaus vartojimo aspektais, suvokiant, kad kelionė prasideda namie. „Ko mums reikia pirmoje eilėje, tai – ne kitokie keliavimo būdai, bet kitokie žmonės [...] Serganti visuomenė negali pagimdyti sveikų turistų. Kasdienis gyvenimas turi pasikeisti tam, kad turizmas pasikeistų“ (Krippendorf, 1987, p.105).

Atsakingas turizmas sietinas ne vien tik su saugomomis teritorijomis ir ekoturizmu. **Bet kuri turizmo veikla bet kurioje vietoje gali būti labiau atsakinga**. Pasaulyje yra daug neatsakingo ekologinio turizmo pavyzdžių.

**Atsakingo turizmo principai taikytini ne tik smulkioms, ir mikro įmonėms veikiančioms lokaliai**. Svarbiausias iššūkis – paskatinti teigiamus pokyčius stambiose įmonėse, tokiose kaip tarptautinės oro transporto kompanijos ar „viskas įskaičiuota“ tipo kurortų grandinės.

**Atsakingo turizmo poreikis kyla ne vien tik besivystančiose šalyse**. Krippendorf (1987) pirmasis pradėjo kalbėti apie atsakingą tuzimą, remdamasis Vakarų Europos, konkrečiai Šveicarijos, patirtimi.

Atsakingas turizmas nėra ekologinė mada. **Atsakingas turizmas siekia realių ir ilgalaikių pokyčių**, o ekologinis ženklimas ir panašios rinkodarinės priemonės yra tik būdas perteikti vartotojui įsipareigojimą atsakingo turizmo vertybėms.

## Atsakingas turizmas ir aplinka

### Turizmo poveikis

Nors turizmas yra laikomas aplinkai draugiška ūkio šaka, kaip ir bet kuri kita žmogaus veikla, jis yra susijęs su gamtinių ir kultūrinių išteklių naudojimu (1 lentelė). Turizmo ir kelionių verslas "iš esmės yra kitų žmonių aplinkos – ar tai būtų pakrantė, miestas, kalnų grandinė ar miškas – trumpakaitė nuoma. Šiuos "produktus" būtina išlaikyti šviežius ir nesuterštus ne tik iki kitos dienos, bet kiekvienam iš rytojų" (Marshall, 1994). Turizmas padeda vartoti kraštovaizdį, tikrąją turizmo „žaliavą“, ir tuo pačiu kelia pavojų, kad ji bus suvartota. Taigi, blogai valdomas **turizmas yra linkęs naikinti pats save**. Todėl ilgalaikėje perspektyvoje turizmo industrijai turėtų rūpėti visų pirma aplinkosauga, ir tik po to – ekonomika.

Pagaliau, galima rasti sprendimų, kurie būtų tiek pat ekonomiškai naudingi, tačiau darytų daug mažesnę neigiamą poveikį aplinkai. Pavyzdžiui, atsakingo turizmo požiūriu vietoje to, kad statyti tiltą į Kuršių neriją bei plėtojant masinių pramogų infrastruktūrą siekti pritraukti didesnius turistų srautus, vertėtų kurti daugiau kokybiškų patirčių, kurioms jau esami turistai norėtų išleisti daugiau pinigų. Tokiu būdu norimo dydžio pajamas atneštų mažesnis skaičius turistų. Atitinkamai mažesnis būtų ir turistų neigiamas poveikis aplinkai.

Kita vertus, turistų poveikis aplinkai priklauso ne vien nuo jų skaičiaus, bet ir nuo jų elgesio. Pavyzdžiui, vienas „laukinės gamtos mėgėjas“, netinkamu laiku prisiartinęs prie paukščių perimvietės arba draustinyje susikūręs laužą, gali padaryti gerokai didesnę žalą nei keli šimtai lankytojų, per vieną dieną tvarkingai praeinančių specialiai jiems skirtu pažintiniu taku.

Siekdamos geresnio teigiamo ir neigiamo poveikio aplinkai balanso, įmonės gali keisti savo verslo praktiką bei tinkama linkme koreguoti savo vartotojų elgesį. Kai kurios priemonės reikalaus sąnaudų, tačiau didžioji jų dalis ilgalaikėje perspektyvoje padės sumažinti bendruosius įmonės kaštus.

Valdžios įstaigos, saugomų teritorijų administracijos ir kitos susijusios viešojo sektoriaus organizacijos turėtų sudaryti palankią politinę

aplinką, taikyti gerai apgalvotas reguliavimo priemones bei užtikrinti reikalingą finansavimą.

1 lentelė Turizmo poveikis aplinkai

<b>Teigiamas</b>	<b>Neigiamas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bioįvairovės ir paveldo išsaugojimas (per aplinkosauginį švietimą ir alternatyvią ūkinę veiklą)</li> <li>• Vietinių išteklių vertės didinimas</li> <li>• Generuojamos pajamos, kurios gali būti skirtos saugomų teritorijų priežiūrai ir išlaikymui</li> <li>• Gerosios aplinkosauginės praktikos diegimas turizmo versle ir vartojime</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplinkos kokybės blogėjimas: nusidėvėjimas, trypimas, vandalizmas</li> <li>• Gamtos išteklių nykimas</li> <li>• Šiukšlinimas ir tarša</li> <li>• Laukinės gamtos trikdymas</li> <li>• Transporto grūstys ir CO2 emisijos</li> <li>• Vizualinė ir garsinė tarša</li> </ul>

### Atsakingo turizmo uždaviniai ir priemonės

#### 1) Vertinti poveikį aplinkai:

- a) Integruoti aplinkosauginį valdymą į projekto planavimo ciklą;
- b) Vadovautis pastatų ir kitos infrastruktūros projektavimo, planavimo ir statybos gerosios praktikos rekomendacijomis, siekiant minimizuoti poveikį aplinkai ir sumažinti energijos poreikį, susijusį su apšvietimu, šildymu ir vėdinimu.
- c) Tausojančiai naudoti vietines statybines medžiagas ir vietinės architektūros elementus, nesukeliant neigiamo estetinio poveikio.
- d) Naujus plėtros projektus planuoti taip, kad jie darytų mažiausią įmanomą ekologinį poveikį, ypatingai aplinkosauginiu požiūriu jautriose vietovėse, tokiose kaip pakrantės, miškai, pelkės ir laukinių gyvūnų buveinės.

- e) Planuojant naujus turizmo verslo centrus, įtraukti elementus, kurie prisidėtų prie bioįvairovės palaikymo, pavyzdžiui sodinti vietai būdingų ir neinvazinių rūšių augalus, kurie taptų buveine paukščiams, bitėms ir drugeliams.

2) Tausojančiai naudoti vietinius išteklius, vengti atliekų ir perdidelio vartojimo:

- a) Matuoti suvartojamo vandens kiekį, valdyti jo suvartojimą ir šalinti jo nutekėjimą.
- b) Matuoti elektros suvartojimą ir diegti energijos taupymo priemones, pavyzdžiui automatiškai užgesančius šviestuvus, mažai energijos naudojančius elektros prietaisus ir apšvietimo lemputes, savaiminį vėdinimą.
- c) Matuoti kuro suvartojimą ir nusistatyti uždavinį sumažinti suvartojimą bei pereiti prie mažiau aplinką teršiančio kuro.
- d) Nusistatyti uždavinį padidinti procentą suvartojamos energijos iš atsinaujinančių šaltinių.
- e) Įdiegti ir demonstruoti tam tikras technologijas, skirtas mažinti gamtinių išteklių suvartojimą, atliekų gamybą ir atsitiktinę taršą.
- f) Nusistatyti uždavinį per kiek laiko keliais procentais sumažinti atliekų gamybą bei padidinti atliekų rūšiavimą ir perdirbimą.
- g) Bendradarbiauti su tiekėjais, siekiant sumažinti tiekiamų produktų pakuočių apimtį ir atitinkamai – atliekų kiekį. Verslo asociacijos šiuo klausimu gali atlikti svarbų vaidmenį, derindamos pozicijas su tiekėjais savo narių vardu.
- h) Mažinti "maisto kilometrus", naudojant daugiau vietoje, ar kuo arčiau, pagamintų produktų.
- i) Įmonė taip pat galėtų prisidėti prie aplinkos išsaugojimo investuodama į tvarius pažintus takus, poilsivietes ir įvairias informavimo bei interpretavimo priemones. Taip daranti

įmonė turėtų pranešti apie tai savo svečiams ir tokiu būdu užsitarnauti gerą vardą.

- j) Skatinti aplinkai draugiškų transporto priemonių naudojimą, tiek atvykimui į traukos vietovę, tiek judant joje, pvz. viešasis transportas geriau nei nuosavas, traukiniai geriau nei lėktuvai, dviračiai geriau nei automobiliai, elektra varomi automobiliai geriau nei varomi kuru, keliavimas viena transporto priemone su kitais šeimos nariais ar draugais geriau nei po vieną, taupus vairavimas, laikantis saugaus eismo taisyklių, geriau nei pavojingas ir daugiau kuro reikalaujantis važiavimas viršijant greitį.

### 3) Palaikyti ir skatinti gamtinę įvairovę:

- a) Skatinti tokį lankytojų elgesį, kuris gerbtų gamtos paveldą ir darytų jam kuo mažesnę poveikį.
- b) Raginti nepirkti gaminių, kurie pagaminti netausojančiai išnaudojant gyvūniją arba kurie prisideda prie rūšių arba buveinių naikinimo (pvz. nelegaliai sugauta žuvis, nuskintos saugomos augalų rūšys).
- c) Ieškoti būdų kaip įmonė ir jos svečiai gali prisidėti prie gamtos paveldo išsaugojimo, pavyzdžiui rinkdami šiukšles.
- d) Dalį pelno ar pajamų investuoti į rūšių išsaugojimą arba buveinių atkūrimą arba valdymą.
- e) Vengti taršos, naudojant aplinkai draugiškus chemijos produktus, sujurančius muilus ir valymo priemones. Pasakyti lankytojams ir darbuotojams, kodėl įmonė taip daro ir kaip tai pasitarnauja aplinkai.
- f) Bendradarbiauti su aplinkos apsaugos institucijomis, siekiant užtikrinti, kad gamtos paveldo vietovių lankytojai žino, koks gali būti jų apsilankymo poveikis vietovės ekologijai ir kaip jie turėtų elgtis tam, kad sumažinti tą poveikį.

- g) Užtikrinti, kad atitinkami darbuotojai yra susipažinę su aplinkosaugos klausimais ir būdais, kaip vengti neigiamo poveikio aplinkai. Jie turi tvirtai laikytis rekomendacijų ir perteikti jas lankytojams.
- h) Raginti ekologiškai jautriose vietovėse neužsiiminėti neatsakingomis sporto ir rekreacijos formomis, pavyzdžiui važinėjimusi visureigiais ar keturračiais motociklais.

## Atsakingas turizmas ir ekonomika

### Turizmo poveikis

Pasaulinio turizmo augimas sudaro geras galimybes besivystančioms šalims ir pereinamosioms ekonomikoms (2 lentelė). Atvykstamasis turizmas yra eksporto prekė, už kurią gaunama užsienio valiuta. Turizmas teikia pajamas verslui bei viešajam biudžetui. Turizmas sukuria ir naujas verslo galimybes, tiesiogiai nesusijusias su turistų aptarnavimu. Turizme ir susijusiuose sektoriuose sukuriami darbo vietų, kurios yra dar vertingesnės, jei jos suteikia pragyvenimo šaltinį skurstantiesiems. Be to, turizmas gali būti puiki alternatyva aplinką teršiančioms ūkio šakoms.

Kita vertus, **neretai turizmas yra naudingas tik mažai visuomenės daliai, o žala gula ant likusiųjų pečių.** Pavyzdžiui, akivaizdu, kad nekilnojamojo turto kainų kilimo laikais Lietuvos pajūryje sparčiai kilę „antrieji namai“, už kuriuos mokami tik simboliniai mokesčiai į savivaldybių biudžetą, mažina ištisus metus veikiančių ir nelengvą mokesčių našta nešančių viešbučių verslo apimtį. Abejotinas ir kaimo turizmo sodybų poveikis vietinei ekonomikai, jei jas pasistatė didmiesčių gyventojai iš atvežtinių medžiagų ir ne vietinių meistrų rankomis, jei jos rengia tik pobūvius ir nesiūlo susipažinti su apylinkėmis, jei produktus ir aptarnaujantį personalą atsiveža iš miesto, mokesčius moka kitose savivaldybėse, o didelę dalį pajamų grąžina tarptautiniams bankams. Iš tokio turizmo vietiniams gyventojams lieka tik triukšmas, suintensyvėjęs eismas ir suvaržytas priėjimas prie vandens telkinių bei kitų gamtinių išteklių.



Pavojinga ir perdidelė priklausomybė nuo turizmo kaip vienintelės ekonominės veiklos. Tokiose vietovėse dėl blogų orų, ekonominių sunkmečių ar kitokių nepalankių aplinkybių sumažėjus turizmo apimtims, gyventojai ir verslas susiduria ne tik su ekonominėmis, bet ir su socialinėmis problemomis.

Siekiant kuo didesnės ir plačiau paskleistos naudos iš turizmo, reikėtų skatinti taip vadinamą daugiklio efektą, didinant jungtis tarp atskirų tiekimo grandžių, ir mažinti naudos nutekėjimą. Kad turizmas būtų tvarus būtina mažinti ir priklausomybę nuo jo. Ne ką mažiau svarbu stengtis įtraukti į turizmo sistemą įvairių socialinių lygių asmenis ir teisingai paskirstyti turizmo nešamą naudą.

2 lentelė Turizmo poveikis ekonomikai

<b>Teigiamas</b>	<b>Neigiamas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pajamos verslui ir biudžetui</li> <li>• Eksportas / užsienio valiuta</li> <li>• Naujos verslo galimybės</li> <li>• Daugiklio efektas</li> <li>• Darbo vietos</li> <li>• Infrastruktūros plėtra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kainų augimas, infliacija</li> <li>• Pragyvenimo kaštų augimas</li> <li>• Infrastruktūros kaštų augimas</li> <li>• Darbo sezoniškumas</li> <li>• Importo augimas</li> <li>• Naudos nutekėjimas</li> <li>• Sumažėjusios galimybės gauti alternatyvias pajamas</li> </ul>

### **Atsakingo turizmo uždaviniai ir priemonės**

#### 1) Vertinti ekonominį poveikį:

- a) Kuriant naujus produktus ilginti turizmo sezoną, taip steigiant geresnes darbo vietas ir sudarant tvirtesnį pagrindą vietinės ekonomikos plėtrai.
- b) Įvertinti ir pilnai išnaudoti vietinio turizmo potencialą.
- c) Vertinti turizmo kaštus, susijusius su tuo, kad atsisakoma plėtoti kitas ūkio šakas, nesuderinamas su turizmu. Reikėtų

būti pasirengusiems priimti tai, kad kartais vietovėje yra labiau tinkamų plėtotės kryptių nei turizmas.

- d) Išlaikyti ir skatinti ekonomikos įvairovę, vengti per didelės priklausomybės nuo turizmo.
  - e) Planuoti iniciatyvas ir investicijas, kurios prisidėtų prie platesnės vietinės ekonominės plėtros.
  - f) Planavimą vykdančios institucijos turėtų įvertinti kaip jos galėtų įtakoti, kad būtų išvengta nepageidaujamo efekto, tokio kaip žemės kainos infliacija, sumažėjęs prieinamumas prie gamtinių išteklių ar žala pragyvenimo šaltinių tvarumui.
  - g) Skirti pirmenybę tokiam verslui ir tokiam žemės naudojimui, kurie duoda tiesioginę naudą vietos bendruomenėms ir/arba aplinkosaugai.
  - h) Prieš sužadinant vietos bendruomenės lūkesčius ir pastatant vietos verslininkus į rizikingą situaciją, būtina atlikti kruopščius rinkos tyrimus ir galimybių analizę.
- 2) Didinti naudą vietinei ekonomikai – didinti jungtis ir mažinti naudos nutekėjimą:
- a) Skatinti visas turizmo įstaigas gerinti jų teikiamų paslaugų standartus, siekiant padidinti jų galimybes gauti didesnes pajamas dėl didesnės pridėtinės vertės.
  - b) Skatinti neformalų sektorių integruotis į formalųjį (pvz. Lietuvos pajūrio kurortuose patalpų nuoma besiverčiančius gyventojus skatinti teikti nakvynės ir pusryčių ar svečių namų paslaugas).
  - c) Turizmo produktui suformuoti reikėtų pirkti kiek galima daugiau vietoje sukurtų gaminių ir naudotis vietos įmonių teikiamomis paslaugomis, žinoma, kiek tą leidžia jų kokybė, kiekybė ir tiekimo pastovumas.

- d) Padėti vietos bendruomenėms ir pradedantiems verslininkams sukurti jų produktus taip, kad jais lengvai galėtų prekiauti ir juos reklamuoti kiti (turizmo agentūros ir kiti tarpininkai).
  - e) Suteikti savo klientams galimybę įsigyti vietos amatininkų dirbinių. Padėti vietiniams amatininkams sukurti naujus produktus, atsižvelgiant į turistų pageidavimus.
- 3) Užtikrinti, kad bendruomenės dalyvautų turizmo veikloje ir gautų iš to naudą:
- a) Valdžios institucijos ir patyrusios verslo įmonės turėtų padėti nuskriaustoms visuomenės grupėms įsitraukti į turizmo sektorių.
  - b) Bendradarbiaujant su vietos bendruomenėmis, mažomis ir mikro įmonėmis bei pradedančiais verslininkais, kurti naujus produktus, kurie papildytų jau esamus produktus.
  - c) Taikyti bendruomenės pagrindu plėtojamo turizmo (*angl. community based tourism*)<sup>3</sup> praktikas – partnerystes, kooperatyvus ir pan. Didinti tam reikalingus bendruomenės narių gebėjimus, teikti paramą mentorystė ir rikodaros priemonėmis.
  - d) Įmonės galėtų pasirinkti remti bent po vieną skurdo mažinimo tikslų siekiantį projektą.
  - e) Padėti vietos bendruomenėms ir pradedantiems verslininkams plėtoti jų produktus, pasidalinant iš savo turistų sužinota nuomone apie tuos produktus.
  - f) Turizmo įmonės turėtų skatinti savo klientus išleisti vietovėje kuo daugiau pinigų – lankytis vietos baruose ir restoranuose, dalyvauti pažintiniuose turuose, tokiu būdu sukuriant

---

<sup>3</sup> Bendruomenės pagrindu plėtojamas turizmas (Community Based Tourism) pasižymi dviem esminėmis savybėmis: jam reikalinga, kad bendruomenė turėtų bendrą išteklių ir juos bendrai valdytų per įvairaus tipo verslo darinius, pvz. steigtų kooperatyvus ar išnuomotų tam tikromis sąlygomis privačiai įmonei, o gautas pajamas naudotų bendruomenės reikmėms.

bendruomenėms verslo galimybių. Kur tinkama turėtų būti imamas komisinis ar rezervavimo mokestis, arba taikomas antkainis amatininkų gaminiams, kad toks tarpininkavimas taptų neatsiejama verslo dalimi.

- g) Skatinti turizmo operatorius būti inovatyvesniais sudarant kelionės maršrutus, pvz. įtraukiant vietinius muziejus, galerijas, restoranus, ir tokiu būdu didinti lankytojų išlaidas vietoje. Nesėkme reikėtų laikyti tai, jei turistai išvyksta iš šalies sutaupę dalį pinigų, kuriuos buvo pasiruošę išleisti.
- h) Plėtojant bendruomenių iniciatyvas reikėtų pasitelkti vietinius verslininkus, patyrusius konsultantus ir nevyriausybinės organizacijas.

#### 4) Marketingo ir produkto plėtotės uždaviniai:

- a) Priėjimo prie rinkų trūkumas yra pagrindinė kliūtis naujų verslų augimui. Jau įsitvirtinusios įmonės turėtų suteikti savo vartotojams informaciją apie vietines paslaugas bei atrakcijas ir skatinti savo klientus (tiek asmenis, tiek turizmo operatorius) naudotis jomis.
- b) Bendrai reklamuoti ir remti rinkoje naujus ir augančius produktus ir atrakcijas.
- c) Užtikrinti, kad vizualinis produkto pristatymas atspindėtų vietovės kultūrinius elementus ir išryškintų papildomų produktų turtingumą.
- d) Kur tinkama galima naudoti sąžiningo verslo (*angl.* "fair trade") ženklumą.
- e) Skatinti lygias galimybes visiems potencialiems lankytojams. Investicijos į prieinamumo didinimą prisidės kuriant teigiamą įvaizdį.

## Atsakingas turizmas ir socialinė plėtotė

### Turizmo poveikis

„**Kur mes praleičiame atostogas, kitiems yra jų namai**“ (Tourism Concern). Turistai, skirtingai nei kitų gaminių ar paslaugų vartotojai, vyksta į „gamybos vietą“ ir, žinoma, betarpiškai susitinka su „gamintojais“ ar jų atstovais. Tokiu būdu turizmas ne tik įtakoja turizmo traukos centro ekonominę plėtotę, bet ir skatina įvairius socio-kultūrinius reiškinius, tiek teigiamus, tiek neigiamus (3 lentelė).

Turizmo traukos centrų gyventojai yra turistų „nuotykių“ dalis. Be to, vietos bendruomenė formuoja socialinę aplinką turizmo įmonių veiklai. Todėl gera kaimynystė yra svarbus turizmo verslo sėkmės faktorius. Turizmo verslo ir vietos bendruomenės santykiai turėtų būti grindžiami pasitikėjimu, lygiomis galimybėmis, bendradarbiavimu ir partneryste.

3 lentelė Turizmo poveikis socialinei plėtotei

<b>Teigiamas</b>	<b>Neigiamas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Žmogiškųjų išteklių plėtra</li> <li>• Skurdo mažinimas</li> <li>• Vietinės kultūros išsaugojimas ir savigarbos skatinimas</li> <li>• Tarpkultūrinis supratimas</li> <li>• Naujos rekreacinės priemonės ir laisvalaikio galimybės</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nusikalstamumas</li> <li>• Alkoholis, narkotikai</li> <li>• Prostitucija, pedofilija</li> <li>• Akultūracija</li> <li>• Paveldo suprekinimas ir autentiškumo praradimas</li> <li>• Šeimų suirimas</li> <li>• Privatumo praradimas</li> <li>• Rekreacinių teritorijų praradimas</li> </ul>

## Atsakingo turizmo uždaviniai ir priemonės

- 1) Įtraukti vietos bendruomenę į planavimą ir sprendimų priėmimą:
  - a) Suprasti ir atsižvelgti į istorinį, politinį ir kultūrinį vietos bendruomenės kontekstą.
  - b) Sudaryti galimybes ir naikinti kliūtis vietos bendruomenių ir ypačiai nuskriaustų žmonių priėjimui prie vyraujančios turizmo veiklos.
  - c) Skatinti visų suinteresuotų grupių aktyvų dalyvavimą visuose turizmo raidos ciklo etapuose.
  - d) Skatinti formalaus ir neformalaus sektoriaus įstaigas kurti efektyvias struktūras arba jungtis į jau egzistuojančias organizacijas, skirtas rinkodarai ir turizmo plėtrai. Sukurti tam tinkamą aplinką, suteikiant išteklių ir techninių bei vadybos pajėgumų.
  - e) Skatinti sėkmingus verslininkus teikti mentoringo paramą pradedantiesiems.
  - f) Vykdyti švietimo ir visuomenės supratimo didinimo programas mokyklose ir bendruomenėse, skirtas atskleisti teigiamus ir neigiamus turizmo aspektus.
  - g) Padėti bendruomenėms pristatyti rinkoje jų kultūrinės tradicijas ir produktus, taip stiprinant bendruomenių ekonomines galimybes.
  - h) Vietovę pristatanti interpretacinė medžiaga ir turizmo informaciniai centrai turi būti plėtojami konsultuojantis su vietos bendruomenėmis.
  - i) Integruoti bendruomenės plėtotės uždavinius į įmonės socialinę ir darnaus vystymosi misiją bei uždavinius.

## 2) Vertinti socialinį poveikį:

- a) Identifikuoti ir stebėti potencialiai nepageidaujamą socialinį turizmo poveikį, mažinti jį tiek trumpuoju, tiek ilguoju laikotarpiu bei užtikrinti, kad bendruomenė aktyviai dalyvauja stebėsenoje.
- b) Išbandyti schemas, skirtas sustiprinti vietinį bendradarbiavimą ir pilietinį pasididžiavimą, pvz. imtis globoti kaimyninę mokyklą, gatvę ar kokią kitą vietą, esančią šalia įstaigos. Globos objektą pasirinkti tariantis su vietos valdžia ir vietos bendruomene. Globos tikslas – padaryti objektą saugų ir patrauklų turistams.

## 3) Palaikyti ir skatinti socialinę ir kultūrinę įvairovę bei kurti prasmingus turistų ir šeimininkų santykius:

- a) Plėtoti turizmą oriai, gerbti ir ugdyti vietinių žmonių kultūrą ir religiją, kad ji praturtintų turistų patirtį ir ugdytų vietos bendruomenės narių tarpe pasididžiavimą bei pasitikėjimą savimi.
- b) Turizmo plėtra neturi prieštarauti socialinėms, kultūrinėms ir religijos išpažinimo teisėms bei žmogaus pagrindinėms teisėms į maistą, saugią ir švarią aplinką, darbą, sveikatą ir išsilavinimą.
- c) Remti vietinių amatininkų darnų vystymąsi.
- d) Remti vietos moksleivių lankymąsi turizmo vietovėse, kurios propaguoja ir atspindi jų paveldą.
- e) Demonstruoti vietinius tradicinius gaminius, amatus ir folklorą. Skatinti jų pardavimus. Kita vertus, vengti per didelio jų suprekinimo, išlaikyti autentiškumą. Skatinti amatinikus atskleisti jų amato istoriją ir kultūrinę vertę.

- f) Suteikti turizmo įstaigoms vietinio atspalvio, siūlant turistams vietai būdingų patiekalų, interjero sukūrimui naudojant vietinių amatininkų gaminius.
- g) Identifikuoti apylinkėse esančius kultūros paveldo išteklius ir, kur yra pakankama turistų paklausa, bendradarbiaujant su vietos bendruomene, tų išteklių pagrindu sukurti tvarias turizmo atrakcijas.
- h) Skatinti turistus parodyti pagarbą vietiniams gyventojams išmokstant ir naudojant keletą vietinės kalbos žodžių, skatinti domėtis gyventojų kultūra ir tradicijomis.
- i) Pasitelkti vietinius gidus, skatinti juos nuolatos kelti savo kvalifikaciją, kad vietos bendruomenė galėtų kalbėti už save ir kad būtų didinamos pajamos, atitenkančios vietos bendruomenei.
- j) Sudaryti galimybes neformaliai ir spontaniškam turistų ir vietos gyventojų bendravimui (pvz. per sportą, lankymąsi vietinių gyventojų susibūrimo vietose).
- k) Neigiamas socialinis ir kultūrinis turizmo poveikis, pvz. padidėjęs nusikalstamumas, narkomanija, alkoholizmas, prostitucija, turi būti nuolatos stebimas ir mažinamas bendradarbiaujant su bendruomene.
- l) Šviesti turistus apie vietovės kultūrą ir kur reikia nurodyti, kaip jie turėtų elgtis.



## Literatūra

Cape Town Declaration (2002). Cape Town Declaration: responsible tourism in destinations [Internetas]. Prieiga <<http://www.icrtourism.org/Capetown.shtml>> [Žiūrėta 2010-05-10]

DEAT (1996). The development and promotion of tourism in South Africa, White Paper, Government of South Africa, Department for Environmental Affairs and Tourism.

DEAT (2002). National responsible tourism development guidelines for South Africa, Department for Environmental Affairs and Tourism.

Krippendorf, Jost (1987). The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel. Oxford, Butterworth-Heinemann.

Marshall, Colin (1994) Kalba, pasakyta British Airways Rytojaus Turizmo Apdovanojimų (Tourism for Tomorrow Awards) renginyje, cit.: Goodwin, H. (2002) The Case for Responsible Tourism in Jenkins, T. et al. Ethical Tourism: Who Benefits? Hodder and Stoughton.

Nacionalinė darnaus vystymosi strategija (2009). Patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003-09-11 nutarimu Nr. 1160 (Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2009-09-16 nutarimo Nr. 1247 redakcija).

Statistikos departamentas (2009) Pranešimas spaudai, 2009-12-30 [Internetas]. Prieiga <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=8803>> [Žiūrėta 2010-05-06]

Tourism Concern [Internetas]. Prieiga <<http://www.tourismconcern.org.uk/index.php?page=avoid-guilt-trips>> [Žiūrėta 2010-05-12]

UNEP, WTO (2005). Making tourism more sustainable. A guide for policy makers. United Nations Environment Programme, World Tourism Organization.

United Nations (1983). Process of preparation of the Environmental Perspective to the Year 2000 and Beyond. UN General Assembly Resolution 38/161, 19 December 1983.

United Nations (1987). Report of the World Commission on Environment and Development. UN General Assembly Resolution 42/187, 11 December 1987.

United Nations (1992). Rio Declaration on Environment and Development. UN General Assembly Resolution. Rio de Janeiro, 3-14 June 1992.

United Nations (2000). United Nations Millennium Declaration. 6-8 September, New York.

United Nations (2002). Johannesburg Declaration on Sustainable Development, UN General Assembly Resolution. Johannesburg, 4 September 2002.

United Nations (2005). World Summit Outcome. UN General Assembly.

VLKK (nėra datos). Atsakymas į klausimą „Koks yra anglų kalbos termino „sustainable development“ lietuviškas atitikmuo? [Internetas]. Valstybinė lietuvių kalbos komisija. Prieiga: <<http://www.vlkk.lt/lit/4035>> [Žiūrėta 2010-05-06].

White Paper (1996). The National White Paper on Development and Promotion of Tourism in South Africa

WTO (1997). Global Code of Ethics for Tourism. UN WTO General Assembly, 27 September – 1 October, 1999.

WTO (2004). Sustainable Development of Tourism Conceptual Definition [Internetas]. UN World Tourism Organization. Prieiga: <[http://www.unwto.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.unwto.org/frameset/frame_sustainable.html)> [Žiūrėta 2010-05-10].

## **1 priedas - Keiptauno deklaracija: atsakingas turizmas** traukos vietovėse (neoficialus vertimas)

Mes, atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo operatorių, turizmo verslo, nacionalinių parkų, regioninių gamtos ir paveldo apsaugos institucijų, visų sričių valdžios institucijų, turizmo profesionalų, turizmo valdžios institucijų, NVO ir viešbučių grupių bei kitų turizmo suinteresuotų grupių atstovai iš 20 šalių iš Afrikos, Šiaurės ir Pietų Amerikos, Europos ir Azijos; susirinkę Keiptaune apsvarstyti Atsakingo Turizmo Traukos Vietovėse klausimus, priėmėme šią deklaraciją.

*Atmenant* debatus, vykusius 1999 m. Jungtinių Tautų Darnaus Vystymosi Komisijoje, kurie įtvirtino ekonominio, socialinio ir aplinkosauginio aspektų svarbą darniam vystymuisi ir ypatingai vietiniams žmonėms ir vietos bendruomenėms.

*Pripažįstant* pasaulinį iššūkį sumažinti socialinę ir ekonominę nelygybę ir sumažinti skurdą, o taip pat – Naujosios Partnerystės Afrikos Vystymuisi svarbą šiame procese.

*Pripažįstant* Pasaulio Turizmo Organizacijos Pasaulinį Etikos Kodeksą, kurio tikslas – skatinti atsakingą, darnų ir visuotinai prieinamą turizmą, ir dalinantis Kodekso įsipareigojimą teisingam, atsakingam darniam pasauliniam turizmui bei Jungtinių Tautų STEP iniciatyvai, kuria siekiama pasitelkiant darnųjį turizmą padėti likviduoti skurdą.

*Suvokiant*, kad mes dabar gyvename jau dešimt metų po Rio viršūnių konferencijos aplinkos ir vystymosi tema, ir kad Pasaulio viršūnių konferencija darnaus vystymosi klausimu, vykstanti Johanesburge, iš naujo pabrėš darnumą, ekonominį vystymąsi ir ypatingai skurdo mažinimą.

*Žinant* apie Pasaulio Turizmo Organizacijos, Pasaulio Kelionių ir Turizmo Tarybos ir Žemės Tarybos atnaujintą Darbotvarkę 21 Kelionių ir Turizmo Industrijai, o taip pat – pažangą, kurios pasiekė nemažai verslo įmonių, vietos bendruomenių ir nacionalinių bei vietinių valdžios institucijų judant link darnumo turizmo srityje.

*Žinant* apie Jungtinių Tautų Aplinkos Programos veiklą, ir Turizmo Industrijos 2002 metų ataskaitą, ir UNESCO, bei kitų JT agentūrų veiklą, remiant darnųjį turizmą, bendradarbiaujant su privačiu sektoriumi, NVO, pilietinės visuomenės organizacijomis ir vyriausybėmis.

*Žinant*, kad Biologinės Įvairovės Konvencijos rėmuose yra rengiamos darnaus turizmo gairės pažeidžiamoms ekosistemoms.

*Suvokiant* kitų industrijų ir sektorių plėtotę, ir ypatingai augantį tarptautinį poreikį, kad būtų plėtojamas etiškas verslas, kad įmonės, priimtų Korporatyvinę Socialinę Atsakomybę (KSA) ir kad savo metinėse ataskaitose skaidriai nurodytų kaip sekasi siekti KSA uždavinių.

*Pripažįstant*, kad pasiekta reikšminga pažanga atkreipiant dėmesį į turizmo poveikį aplinkai; ir kad mažesnė pažanga pasiekta pasitelkiant turizmą vietinės ekonomikos vystymuisi ir bendruomenių bei vietinių gyventojų naudai, o taip pat – valdant socialinį turizmo poveikį.

*Pritariant* Pasauliniam Turizmo Etikos Kodeksui ir tam, kad yra labai svarbu visas turizmo formas padaryti darniomis, visoms suinteresuotoms grupėms prisiimant atsakomybę kuriant geresnius turizmo modelius bei realizuojant šį pasirinkimą.

*Gėrintis* mūsų pasaulio kultūrų, buveinių ir rūšių įvairovę bei kultūros bei gamtos paveldo turtingumą, kas yra pats turizmo pamatas, mes pripažįstame, kad atsakingas ir darnus turizmas bus pasiektas įvairiose vietose įvairiais būdais.

*Pripažįstant*, kad, kaip nurodyta Pasauliniame Turizmo Etikos Kodekse, tolerancija ir pagarba religijų, filosofijų ir moralinių įsitikinimų įvairovei yra tiek atsakingo turizmo pagrindas, tiek ir jo pasekmė.

*Pripažįstant*, kad dialogas, partnerystė ir įvairių suinteresuotų grupių dalyvavimo procesas, įtraukiantis valdžios institucijas, verslą ir vietos bendruomenes, nukreipti į geresnių vietų kūrimą vietiniams gyventojams ir svečiams, gali būti realizuoti vietiniame lygmenyje, ir kad visos turizme dalyvaujančios grupės turi skirtingas, nors ir tarpusavyje susijusias, pareigas; turizmo darni vadyba galima tik turizmo traukos vietovės lygmenyje.

*Įvertinant* kaip yra svarbu, kad geras valdymas ir politinis stabilumas traukos vietovėse sudarytų kontekstą atsakingam turizmui ir pripažįstant, kad norint sukurti stabilias vietinio lygmens partnerystes ir suteikti galią vietinėms bendruomenėms, yra svarbu perduoti sprendimo priėmimo teises demokratinei vietos valdžiai.

*Žinant*, kad turizmo vadybai reikia, kad dalyvautų plataus spektro vyriausybės agentūros ir ypatingai vietinio traukos vietovių lygmens.

*Pripažįstant*, kad siekiant išsaugoti turizmo traukos vietovių kultūrinį, socialinį ir aplinkos integralumą, kartais yra būtina nustatyti turizmo plėtros ribas.

*Įvertinus*, Keiptauno konferencijos metu, Pietų Afrikos Atsakingo Turizmo Gairės, jas išbandžius keletoje aplankytų vietų, ir išnagrinėjus, kaip galima pasiekti, kad turizmas veiktų geriau tiek vietos bendruomenių, tiek turistų ir verslo atžvilgiu, mes pripažįstame šių gairių vertę padedant formuoti darnųjį turizmą Pietų Afrikoje.

*Pripažįstant*, kad viena iš Pietų Afrikos Atsakingo Turizmo Gairių stiprybių yra ta, kad jos buvo parengtos nacionalinių konsultacijų būdu, ir kad jos atspindi Pietų Afrikos žmonių prioritetus ir siekius.

***Pripažįstant*, kad Atsakingas Turizmas turi daug pavidalų, kad skirtingos turizmo traukos vietovės ir suinteresuotos grupės turės skirtingus prioritetus, ir kad vietinės politikos ir gairės turės būti parengtos dalyvaujant įvairioms suinteresuotoms grupėms tam, kad turizmo traukos vietovėse būtų plėtojamas atsakingas turizmas.**

**Atsakingam Turizmui pasižymint šiomis savybėmis:**

- 1) mažina neigiamą ekonominį, aplinkosauginį ir socialinį poveikį;**
- 2) sukuria didesnę ekonominę naudą vietiniams žmonėms ir skatina vietos bendruomenių gerovę, gerina darbo sąlygas ir prieinamumą prie turizmo industrijos;**
- 3) įtraukia vietinius žmones į sprendimų, darančių poveikį jų gyvenimui ir gyvenimo galimybėms, priėmimą;**

- 4) teigiamai prisideda prie gamtos ir kultūros paveldo išsaugojimo, bei pasaulio įvairovės palaikymo;**
- 5) suteikia malonesnių patirčių turistams per prasmingesnius ryšius su vietos gyventojais ir per geresnį vietovės kultūrinių, socialinių bei aplinkosauginių reikalų supratimą;**
- 6) suteikia priėjimą žmonėms su fizine negalia;**
- 7) yra kultūriškai jautrus, sužadina abipusę turistų ir šeiminkų pagarbą bei ugdo vietinių gyventojų pasididžiavimą ir pasitikėjimą.**

Mes raginame daugiašales organizacijas, atsakingas už plėtros strategijas, įtraukti į savo sukuriamus rezultatus darnųjį atsakingą turizmą.

Pasirūžę padaryti turizmą darnesnę ir pripažindami, kad tai yra visų turizme dalyvaujančių suinteresuotų grupių pareiga siekti darnesnių turizmo formų, mes įsipareigojame laikytis Atsakingo Turizmo principų.

Būdami įsitikinę, kad ekonominis, socialinis ir aplinkosauginis turizmo poveikis turi būti valdomas atsakingai visų pirma turizmo traukos vietovėse, t.y. vietose, kur lankosi turistai, kur turizmo įmonės vykdo savo veiklą ir kur sąveikauja vietos bendruomenės, turistai ir turizmo industrija, tam, kad būtų didinamas teigiamas ir mažinamas neigiamas poveikis.

Mes pasižadame konkrečiais būdais dirbti turizmo traukos vietovėse, kad pasiekti geresnių turizmo modelių ir bendradarbiauti su kitomis turizmo traukos vietovių suinteresuotomis grupėmis. Mes įsipareigojame didinti visų suinteresuotų grupių pajėgumus tam, kad užtikrinti joms efektyvų balsą sprendimų priėmime.

Mes laikomės šių pagrindinių Atsakingo Turizmo principų:

#### **Pagrindiniai ekonominio atsakingumo principai:**

- 1) Įvertinti ekonominį poveikį prieš pradėdant plėtoti turizmą ir skirti pirmenybę tiems plėtotės modeliams, kurie duoda naudą vietinėms bendruomenėms ir mažina neigiamą poveikį vietos pragyvenimo šaltiniams (pavyzdžiui per tai, kad prarandamas

priėjimas prie išteklių), pripažįstant, kad turizmas ne visuomet gali būti tinkamiausia vietinės ekonomikos plėtotės forma.

- 2) Didinti vietinės ekonomikos teikiamą naudą didinant jungtis (*angl.* linkages) ir mažinant naudos nutekėjimą (*angl.* leakages), užtikrinant, kad bendruomenės yra įtraukiamos į turizmą ir gauna iš jo naudą. Kur įmanoma, naudoti turizmą tam, kad padėti mažinti skurdą, priimant skurstantiesiems palankias strategijas (*angl.* pro-poor strategies).
- 3) Kurti kokybiškus produktus, kurie atspindėtų, papildytų ir sustiprintų turizmo traukos vietovę.
- 4) Pateikti turizmą rinkoje tokiu būdu, kuris atspindėtų gamtinį, kultūrinį ir socialinį turizmo traukos vietovės integralumą ir kuris skatintų tinkamas turizmo formas.
- 5) Priimti teisingas verslo praktikas, mokėti teisingą atlyginimą ir reikalauti teisingos kainos, kurti partnerystes tokiais būdais, kurie padėtų sumažinti ir pasidalinti riziką, bei pasirinkti ir įdarbinti darbuotojus laikantis tarptautinių darbo standartų.
- 6) Suteikti tinkamą ir pakankamą paramą mažoms, vidutinėms ir mikro įmonėms, užtikrinant turizmo verslo įmonių klestėjimą ir tvarumą.

#### **Pagrindiniai socialinio atsakingumo principai:**

- 1) Aktyviai įtraukti vietos bendruomenę į planavimą ir sprendimų priėmimą ir didinti jų gebėjimus, kad tai taptų realybe.
- 2) Vertinti socialinį poveikį per visą veiklos gyvavimo laikotarpį, įskaitant planavimo ir projektavimo etapą, tam, kad sumažinti neigiamą poveikį ir padidinti teigiamą poveikį.
- 3) Stengtis, kad turizmas būtų įtrauki (*angl.* inclusive) socialinė patirtis ir užtikrinti prieinamumą visiems, ypač pažeidžiamiesiems ir nepalankioje padėtyje esantiems asmenims ir bendruomenėms.
- 4) Kovoti su žmonių seksualiniu išnaudojimu, ypač vaikų išnaudojimu.

- 5) Būti jautriems turistus priimančiųjų kultūrai, palaikyti ir skatinti socialinę ir kultūrinę įvairovę.
- 6) Stengtis užtikrinti, kad turizmas prisidėtų prie sveikatos ir švietimo gerinimo.

### **Pagrindiniai aplinkosauginio atsakingumo principai:**

- 1) Vertinti poveikį aplinkai per visą turizmo įstaigos ir veiklos gyvavimo laikotarpį, įskaitant planavimo ir projektavimo etapą, ir užtikrinti, kad neigiamas poveikis yra sumažintas iki minimumo, tuo pačiu didinant teigiamą poveikį.
- 2) Naudoti išteklius tvariai ir mažinti aliekų kiekį bei perdidelį vartojimą.
- 3) Valdyti gamtinę įvairovę tvariai, ir kur tinkama, atkurti ją; įvertinti kokį turistų skaičių ir kokios rūšies aplinka gali atlaikyti ir atsižvegti į pažeidžiamas ekosistemas bei saugomas teritorijas.
- 4) Skatinti darnaus vystymosi švietimą ir žinomumą visų suinteresuotų grupių tarpe.
- 5) Didinti visų suinteresuotų grupių gebėjimus ir užtikrinti, kad yra sekama gerąja patirtimi, tuo tikslu konsultuojantis su aplinkos ir paveldo apsaugos ekspertais.

Mes pripažįstame, kad šis sąrašas nėra baigtinis ir kad įvairios suinteresuotos grupės įvairiose turizmo traukos vietovėse turi prisitaikyti šiuos principus taip, kad jie atspindėtų jų pačių kultūrą ir aplinką.

Atsakingas turizmas siekia didinti teigiamą poveikį ir mažinti neigiamą poveikį. Atitikimas tarptautiniams ir nacionaliniams standartams, įstatymams ir taisyklėms yra savaime numanomas. Atsakomybė, ir ją lydintis rinkos privalumas, reiškia daugiau nei minimumalių reikalavimų laikymąsi.

Mes pripažįstame, kad skaidrus ir audituojamas atsiskaitymas apie pažangą, siekiant atsakingo turizmo tikslų, bei lyginamoji analizė (*angl.* benchmarking) yra mūsų darbo integralumo ir patikimumo, o taip pat visų suinteresuotų grupių gebėjimo įvertinti pažangą bei vartotojų efektyvaus pasirinkimo pagrindas.



Mes įsipareigojame įnešti savo įnašą judant link labiau subalansuotų ryšių tarp šeiminių ir svečių turizmo traukos vietovėse, ir kurti geresnes vietas vietos bendruomenėms ir vietiniams gyventojams; pripažindami, kad tai gali būti pasiekta tik valdžiai, vietos bendruomenėms ir verslui bendradarbiaujant turizmo traukos vietovėse vykdomose praktiškose iniciatyvose.

Mes kviečiame turizmo įmones ir verslo asociacijas turistų kilmės rinkose (*angl.* originating markets) ir turizmo traukos vietovėse (*angl.* destinations) priimti atsakingą požiūrį, įsipareigoti specifinėms atsakingoms praktikoms ir atsiskaityti apie pasiektą pažangą skaidriu ir nešališku būdu ir, kur tinkama, naudoti tai rinkos privalumams pasiekti. Korporatyvinis verslas gali prisidėti atverdamas mažoms, vidutinėms ir mikro įmonėms rinkas, didindamas jų gebėjimus, bei suteikdamas joms mentoringo paramą.

Tam, kad taikyti pagrindinius ekonominio, socialialinio ir aplinkosauginio atsakingumo principus, būtina naudoti pagalbinių priemonių rinkinį, kuris apimtų taisykles, iniciatyvas ir įvairių suinteresuotų grupių dalyvavimo strategijas. Rinkos pokyčiai, skatinami vartotojų kampanijų ir naujų rinkodaros iniciatyvų, taip pat prisideda prie rinkos stimuliuojamos kaitos.

Vietos valdžia atlieka pagrindinį vaidmenį siekiant atsakingo turizmo, įsipareigodama palaikyti palankią politinę sistemą ir skirti pakankamą finansavimą. Mes kviečiame vietos valdžios institucijas ir turizmo administracijas parengti, per įvairių suinteresuotų grupių dalyvavimo procesą, turizmo traukos vietovių valdymo strategijas (*angl.* destination management strategies) ir atsakingo turizmo gaires, skirtas sukurti geresnes vietas tiek gyventojų bendruomenėms, tiek ir turistams, kurie jas lanko. Vietinės darbotvarkės 21 (*angl.* Local Agenda 21) programos, numatančios suinteresuotų grupių dalyvavimo ir stebėsenos procesus, yra ypatingai tam naudingos.

Mes kviečiame žiniasklaidą išreikšti atsakingumą tame, kaip ji atspindi turizmo traukos vietas, vengti kelti klaidingus lūkesčius ir suteikti subalansuotą bei sąžiningą informaciją.

**Mes visi esame atsakingi už tai, kad savo veiksmais įtakotume kaitą.**

**Mes įsipareigojame dirbti su kitais, kad jie prisiimtų atsakomybę siekti ekonominių, socialinių ir aplinkosauginių atsakingo ir darnaus turizmo komponentų.**

Keiptaunas, 2002 m. rugpjūtis

Pirmininkai:

Mike Fabricius, Western Cape Tourism, ir Harold Goodwin, Tarptautinis Atsakingo Turizmo Centras (angl. International Centre for Responsible Tourism).