



Erasmus+



Godīgs Tūrisms

Līguma Nr.: 2014-1-UK01-KA200-000057

Godīgs Tūrisms

Politiskās stratēģijas dokuments

Sastādījuši Godīga Tūrisma partneri:

Grŵp Llandrillo Menai (UK)

University of Greifswald (DE)

ViaVia Tourism Academy (BE)

Latvijas Lauku Tūrisma Asociācija Lauku Ceļotājs (LV)

Academia de Studii Economice din Bucuresti (RO)

Universita de Corsica Pasquale Paoli (FR)

Satura rādītājs

	Lappuse
Ievads	2
MVU nozīme tūrisma nozarē	3
Godīga Tūrisma projekta pamats	4
Aktuālā stāvokļa ziņojums - Rezultāti	6
Eiropas izglītības sistēmas piemērošana un tās pašreizējais status	7
Godīga Tūrisma Eiropas pētniecības ziņojums - Rezultāti	11
KSA apmācības kurss	12
Apvienotā Karaliste: paraugprakse un izaicinājumi	14
Vācija: paraugprakse un izaicinājumi	15
Beļģija: paraugprakse un izaicinājumi	16
Latvija: paraugprakse un izaicinājumi	17
Rumānija: paraugprakse un izaicinājumi	18
Francija: paraugprakse un izaicinājumi	19
Lietuva: paraugprakse un izaicinājumi	20
Apvienotā Karaliste: ieteikumi	21
Vācija: ieteikumi	22
Beļģija: ieteikumi	23
Latvija: ieteikumi	24
Rumānija: ieteikumi	25
Francija: ieteikumi	26
Lietuva: ieteikumi	27
Secinājumi	28
Atsauces	32
Kontaktinformācija	33

Ievads:

Tūrisms ir trešā lielākā ekonomiskā nozare Eiropas Savienībā un tā turpina paplašināties. Lai gan tūrismam ir plaša pozitīva ietekme uz ekonomisko izaugsmi un nodarbinātību, tā ir arī resursu ietilpīga nozare, kas atstāj lielu iespaidu uz vidi, kā arī var apdraudēt kultūras mantojumu. Tāpēc, ilgtspējīgs tūrisms un korporatīvā sociālā atbildība (KSA) tiek veicināta gan no politikas veidotāju, gan patērētāju puses. Tomēr vienai mērķa grupai līdz šim ir bijusi ir ļoti maza saskarsme ar šiem konceptiem - mikro un mazajiem uzņēmumiem. Interesanti, pētījumi liecina, ka gandrīz 95% uzņēmumu tūrisma nozarē nodarbina mazāk par 10 darbiniekiem. To vadītājiem parasti nav pieejama informācija par KSA un, jebkurā gadījumā, KSA koncepcijas līdz šim nav speciāli izstrādātas mikro un mazajiem uzņēmumiem.

Godīgā Tūrisma projekta galvenais mērķis ir iegūt labāku izpratni par šo situāciju un nodrošināt MVU tūrisma sektoru ar instrumentiem, lai īstenotu KSA savos uzņēmumos.

Sākumā tika izpētīta KSA klātbūtne mikro un mazajos tūrisma uzņēmumos, un secinājumi publicēti aktuālajā stāvokļa ziņojumā. Šis ziņojums bija pamats Eiropas pētniecības aptaujas izveidei, kas tika veikta ar 305 Eiropas MVU tūrisma nozarē. Eiropas pētniecības aptauja ir atklājusi cik lielā mērā MVU ir pazīstami ar KSA, kā un kādos apjomos tā tiek īstenota. Lai uzlabotu MVU zināšanas par KSA un palīdzētu tās īstenošanā, tika izstrādāts mācību kurss, kas ir speciāli pielāgots MVU vajadzībām, interesēm un prasībām.

Šis dokuments īsumā iepazīstina ar Eiropas pētniecības aptaujas rezultātiem un sniedz pārskatu par KSA mācību kursu. Pirms aptaujas rezultātiem, dokuments iepazīstina lasītāju ar Godīgā Tūrisma projekta un Eiropas izglītības struktūras kontekstu, kas tika izmantots par pamatu KSA mācību kursa izstrādē. Katrai valstij, kas ir piedalījies Godīgā Tūrisma projektā, ir izcelta paraugprakse un izacinājumi, kā arī ieteikumi, lai palielinātu MVU izpratni un faktisko KSA īstenošanu attiecīgajās partnervalstīs. Šo dokumentu noslēdz vispārēji ieteikumi politikas veidotājiem.



Godīgā Tūrisma projekta partneri apmeklē noslēdzošo starptautisko konferenci Grŵp Llandrillo Menai, Velsā, Lielbritānijā.

MVU nozīme tūrisma sektorā:

Mikro, maziem un vidējiem uzņēmumiem (MVU) ir galvenā loma Eiropas ekonomikā. Tie ir milzīgs avots uzņēmējdarbībai, inovācijām un nodarbinātībai. Paplašinātajā Eiropas Savienības 28 valstīs, 88,8 miljoni cilvēku ir nodarbināti (nefinanciālajā biznesa sektorā). 21,2 miljoni MVU nodrošina 66,8% no kopējās nodarbinātības, kas dod 57,9% kopējo pieaugumu, kas līdzvērtīgs 28% no ES IKP un veido 99,8% no visu uzņēmumu devuma. Ir pieci galvenie ekonomikas sektori, kas veido 78% no visiem MVU ES. Tie paši pieci sektori arī veido 71% no pievienotās vērtības, ko rada MVU un 79% no kopējā ES MVU nodarbinātības. (Brisele, The TourismLink Consortium (2012): Eiropas tūrisma tirgus, tā struktūra un loma IKT, 2012)

Interesanti atzīmēt, ka izmitināšanas un ēdināšanas nozare ir viena no šīm piecām galvenajām ekonomikas nozarēm. Eiropas tūrisma nozarei raksturīga augsta MVU izplatība, pamatojoties uz darbinieku skaitu uzņēmumā. Diemžēl, tūrisma nozare aptver plašu aktivitāšu skaitu un būtu lietderīgi analizēt statistikas datus trīs apakšnozarēs:

- ♦ Ēdināšanas nozare
 - ♦ Izmitināšanas pakalpojumi
 - ♦ Ceļojumu aģenti un tūroperatori
- a) Ēdināšanas nozare: Šajā sektorā darbojas galvenokārt mikrouzņēmumi, kas nodarbina 1 līdz 9 darbiniekiem. Lielie uzņēmumi veido tikai 0,2% no kopējā aktīvo uzņēmumu skaita. Pārējie 99,8% pieder pie tā sauktajiem MVU (mikro, mazie un vidējie uzņēmumi). Jāuzsver, ka lielie uzņēmumi nodarbina tikai 20% no Eiropas tūrisma nozares darbaspēka un veido 30% no apgrozījuma.
- b) Izmitināšanas pakalpojumi: 2009. gadā mikrouzņēmumi, kas nodarbina no 1 līdz 9 cilvēkiem, sastādīja 83% no ES viesmīlības nozares. Ņemot vērā nodarbināto skaitu un apgrozījumu, ir skaidrs, ka vidējie uzņēmumi, kas nodarbina no 50 līdz 249 darbiniekiem, un lielie uzņēmumi, kas nodarbina vairāk par 250 darbiniekiem, kopā spēlē nozīmīgu lomu. Eiropas līmenī, tie veidoja 42,2% no kopējās nodarbinātības un 46,9% no kopējā apgrozījuma. Interesanti atzīmēt, ka mikro un mazajos uzņēmumos Eiropā ir nodarbināti 57,8% no kopējā darbaspēka, veidojot 53,1% no apgrozījuma.
- c) Ceļojumu aģenti un tūroperatori: Mikrouzņēmumi veido 93% no ceļojumu aģentiem un tūroperatoriem Eiropā, mazie uzņēmumi veido 6%, bet vidējie un lielie uzņēmumi, kas aktīvi darbojas Eiropas Savienībā, nepārsniedz 1% robežu. Ņemot vērā kopējo nodarbināto cilvēku skaitu, vidējie un lielie uzņēmumi nodarbina 45% no kopējā darbaspēka un veido 57% no nozares ieņēmumiem. Secināms, ka mikro un mazie uzņēmumi nodarbina 55% no kopējā darbaspēka un veido 43% apmērā no kopējā apgrozījuma.

Godīgā Tūrisma projekta pamats:

Kā minēts iepriekš, tūrisms ir trešā lielākā ekonomiskā nozare Eiropas Savienībā un joprojām pieaug (EK, 2010: Eiropa, pasaules Nr. 1 tūristu galamērķis - jaunas tūrisma nozares politiskās pamatnostādnes Eiropā P3). Tas rada 12% no kopējā IKP (pamatnozare plus saistītās ekonomikas), divi miljoni uzņēmumi, kas nodrošina 20 miljonus darbavietu. Turklāt, tūrisma nozare ir spējīga ikgadēji radīt 100 000 jaunas darba vietas. (JONCKERS EK / Uzņēmumu ģenerāldirektorāts, Tūrisma nodaļa 2005: Vispārējās tendences un prasme ir nepieciešama tūrisma nozarē Eiropā. Cedefop Panorama sēriju, 115., 2005, P8). Ņemot vērā minēto, tūrisms bieži vien tiek uzskatīts par vienīgo reālistisko saimniecisko darbību nabadzīgākos un mazāk attīstītos reģionos, kur pārsvarā darbojas mikro un mazie uzņēmumi. Statistikas prognozes bieži atbalsta šo pieņēmumu, piemēram, jaunākie rādītāji par Eiropas ceļošanu ir iedrošinoši, starptautisko ceļojumu skaits pieaug par apmēram 5% gadā. (Eiropas Ceļojumu komisija (2011): EIROPAS TŪRISMS 2011 - tendences un perspektīvas ceturkšņa ziņojums - Q3 / 2011, P7)

Lai gan tūrismam ir plaša pozitīva ietekme uz ekonomisko izaugsmi un nodarbinātību, tā ir arī resursu ietilpīga nozare, kas atstāj lielu iespaidu uz vidi. Neskaitot tūrisma būtisko ieguldījumu pasaules siltumnīcefekta gāzu emisijām, galvenie izaicinājumi nozarē ietver pārmērīgu ūdens patēriņu, atkritumu rašanos, zemes un ekosistēmu degradāciju, un kaitējumu vietējai sauszemes un jūras bioloģiskajai daudzveidībai. Papildus, tūrisms var apdraudēt kultūras mantojumu un vietējo pārtikas ražošanu, bet ar stratēģiskām vides pārvaldības sistēmām, galamērķi un apmešanās iestādes kļūst aizvien ilgtspējīgākas. (Vides EK / DG: EMAS tūrisma 03/2013 sektors)

Ir divi iemesli, kāpēc KSA kļūst arvien labāk pazīstams tūrisma nozarē. Pirmkārt, daudzas iniciatīvas tikušas īstenotas politiskā līmenī un ar lielāku uzņēmumu palīdzību. Piemēram, politikās stratēģijas atsauces, kuras izveidojuši ES lielie uzņēmumi saistībā ar starptautiski atzītām KSA vadlīnijām un principiem (Eiropas Komisija / Uzņēmējdarbības un rūpniecības, 03/2013 un vadlīnijas KSA pārskati valstīs tūrisma ko ministrijas Bādenes-Virtembergas 2008); un, otrkārt, ilgtspēja un KSA ir kļuvuši par standarta elementiem visās labas kvalitātes apmācībās pie PIA un VET pēdējo 10 gadu laikā. Piemēram, visiem PIA un VET sniedzējiem partneriem ir ilgtspēja un KSA savās programmās.

Tomēr vienai mērķa grupai līdz šim ir bijusi ir ļoti maza saskarsme ar šiem konceptiem, filozofiju, pielietošanas metodēm un ilgtspējas/KSA instrumentiem tūrismā: mikro un mazajiem uzņēmumiem. To vadītājiem parasti nav pieejama informācija par KSA un, jebkurā gadījumā, KSA koncepcijas līdz šim nav speciāli izstrādātas mikro un mazajiem uzņēmumiem.

Realitāte ir tāda, ka 95% uzņēmumu tūrisma nozarē nodarbina mazāk nekā 10 cilvēkus (Eiropas Ceļojumu Komisija Eiropas tūrisms: Fakti un skaitļi, 2004). Eiropas mēroga aptaujas liecina, ka lielākā daļa no šiem uzņēmumiem darboies bez profesionāla mārketinga vai stratēģijām. Diemžēl, ilgtspējība un KSA jēdzieni vispār netiek ņemti vērā.

Apkopojot, šādi problēmjautājumi tika identificēti kā sākumpunkts mūsu projekta idejai:

- ♦ Tūrisms ir viena no lielākajām Eiropas ekonomikas nozarēm ar ļoti daudzsoļošu attīstības potenciālu.
- ♦ Sakarā ar ekoloģiskiem, ekonomiskiem, sociāliem un politiskiem iemesliem, ilgspēja un KSA jēdzieni ir kļuvuši par ārkārtīgi svarīgiem elementiem tūrisma nozarē.
- ♦ Tomēr uz doto brīdi lielākā daļa vidējie un lielie uzņēmumi un to darbinieki, kuri ir nesen apguvuši profesionālo izglītību vai VET studijas, apzinās šo koncepciju, tikmēr mikro un mazajiem uzņēmumiem ilgspējas un KSA koncepts lielākoties ir nedzirdēts.
- ♦ Šī situācija ir steidzami jārisina, jo vairāk nekā 90% no tūrisma nozares veido mikro un mazie uzņēmumi. Ja mums neizdosies tos sasniegt, tad būtiskas izmaiņas tūrismam, kas balstīts uz ilgspēju un KSA, nav iespējams Eiropā ... vai jebkur pasaulē.
- ♦ Tajā pašā laikā, PIA un VET sniedzējiem ir zināšanas, prasmes un intereses izstrādāt individuālus KSA kursus mikro un mazo vidējo tūrisma uzņēmumu vadītājiem.

Būtībā, šis mērķis tiks sasniegts, īstenojot trīs galvenās darbības:

1. Īstenojot Eiropas pētniecības aptauju par KSA situāciju mikro un mazajos tūrisma uzņēmumos Eiropā
2. Izstrādājot KSA mācību kursu (EKI standartiem) speciāli priekš mikro un mazo tūrisma uzņēmumu vadītājiem
3. Politiskās stratēģijas dokumenta publikācija, kurā apkopoti projekta secinājumi un rezultāti. Papildus, nodrošinot atsauksmes un konsultācijas ieinteresētajām personām un lēmumu pieņēmējiem ekonomikas, izglītības, vides un reģionālās attīstības līmenī par to, kā veicināt un sekmēt KSA mikro un mazajos uzņēmumos Eiropā.



Projekta partneri apmeklēja Bodnant Welsh Food Centre, UK: Multi Award Winning Welsh Food Products

Aktuālā stāvokļa ziņojums – Rezultāti

Kā sākumpunkts Godīga Tūrisma projektam, ar projekta partneriem tika izpētīts KSA stāvoklis, īpašu uzmanību pievēršot mikro un mazajiem tūrisma uzņēmumiem Eiropā. Tas izpaudās kā dokumentu izpēte un to veica projekta partneri savās valstīs (Apvienotajā Karalistē, Beļģijā, Francijā, Vācijā, Latvijā, Lietuvā un Rumānijā). Galvenā uzmanība tika pievērsta šādiem jautājumiem:

- ♦ Vispārējs pārskats par tūrisma nozari – tās apjomu un darbības sfēru, nodarbinātības statistika tūrisma un atpūtas nozarēs, izpratne par mikro un mazajiem uzņēmumiem, KSA termina precizēšana
- ♦ KSA piemērošana tūrisma uzņēmumos – instrumentu pieejamība ceļojumu aģentiem, tūroperatoriem, izmitināšanas pakalpojumu sniedzējiem, īpaši mikro tūrisma uzņēmumos
- ♦ Ieguvumi un izaicinājumi KSA pielietošanā MVU tūrisma nozarē - galvenā uzmanība vērsta uz darbību un tirdzniecību tūrisma uzņēmumā no klientu un darbinieku viedokļa
- ♦ KSA sertifikācijas / akreditācijas programmas pieejamība partnervalstīs – uzsvars uz ieguvi, vidi un sabiedrību
- ♦ Pētījuma kopsavilkums, pašreizējais KSA stāvoklis tūrisma uzņēmumos, ņemot vērā visu ieinteresēto personu viedokļus - noslēdzas ar norādi par turpmākiem plāniem / politiku attiecībā uz KSA īstenošanu tūrisma nozares MVU
- ♦ Visbeidzot, KSA apmācības kursu pieejamība tūrisma nozarē, kas varētu būt dažādos līmeņos. Piemēram;
 - Attiecīgās profesionālās kvalifikācijas (EKI līmeņi 1, 2, 3 un 4)
 - Augstākās izglītības kvalifikācijas:
 - Bakalaura grāda kursi (EKI līmeņi 5, 6 un 7)
 - Maģistra grāda programma (EKI līmenis 8)
 - Koledžu, universitāšu vai profesionālo asociāciju / organizāciju piedāvātas īsas specializētās KSA mācību programmas

Pētījuma rezultāti ir apkopoti aktuālā stāvokļa ziņojumā, kas pieejams Godīga Tūrisma projekta mājaslapā - www.fairtourism.eu. Pamatojoties uz šiem rezultātiem, tika izstrādāta anketa Eiropas aptaujai.



Eiropas izglītības sistēmas piemērošana un tās pašreizējais status:

ECVET attīstība sākās 2002. gadā pēc Padomes rezolūcijas par labāku Eiropas sadarbību profesionālās izglītības un apmācības jomā (Eiropas Savienības Padome, 2002) un 2002. gada novembra Kopenhāģenas 30. deklarācijas. Sistēmu izstrādāja dalībvalstīm un sociālie partneri sadarbībā ar Eiropas Komisiju. ECVET formāli sāka darboties 2009. gadā. ECVET īstenošana, kas ir brīvprātīgs process, ietvēra sagatavošanās periodu - līdz 2012. gadam, kura laikā dalībvalstis tika aicinātas radīt nepieciešamo vidi un veikt sagatavošanās pasākumus, kas nepieciešami, lai īstenotu ECVET. Šajā periodā, katra dalībvalsts varēja pieņemt un īstenot ECVET, kā arī veikt pētījumus un pārbaudes. 2014. gadā dalībvalstīm tika uzdots izgatavot visaptverošu ziņojumu par to kā ECVET tiek īstenots. Ziņojums norādīja, ka situācija ievērojami atšķiras starp ES dalībvalstīm. ECVET galvenokārt tiek uzskatīts par metožu kopumu un nav vienota veida, kā to īstenot ES valstīs. Visās valstīs, kur ir politisks atbalsts, ECVET tika vai tiks izstrādāti vienlaikus ar NKI sistēmu kā daļu no ieviešanas plašākas reformas. Aptaujātajās valstīs ECVET īstenošanas koncepts atšķiras, atbalsts no valsts iestādēm arī atšķiras. Ziņojumā norādīts, ka 17 valstīs / reģionos nav nolemtības jautājumā par ECVET, astoņās valstīs / reģionos to pārbauda, bet 13 valstīs / reģioni jau oficiāli ir apņēmušās to īstenot.

"Lai gan ECVET spēks gulstas uz mācību rezultātiem, tā vājība ir kredītpunktu izmantošana. Mācību rezultāti ir informācijas "nesējs" gan par darba tirgū, gan izglītības un apmācības sniedzējiem. Kredītpunktiem nav pašiem nav vērtības bez mācību rezultātiem, uz kuriem tie attiecas, tādēļ nav pārspeļums, ka daži respondenti neredz to lietderību un pat ierosina to pārskatīšanu vai likvidēšanu. Vairums valstu vēl nav pieņēmusi lēmumu saistībā ar ECVET lietošanu institūciju un sistēmiskā līmenī.

Tik ilgi, kamēr ECVET neuzskata par sistēmu, bet kā elastīgu metožu kopumu, nebūs viena "ECVET valsts forma". Kamēr mēs novērojam NKI īstenošanu valstīs, pielāgojot tos konkrētajām vajadzībām un prioritātēm, ECVET arī būs dažādas formas, bet tās tiks balstītas un vienu kopēju principu – mācību rezultātiem.

ECTS

Eiropas kredītpunktu pārneses un uzkrāšanas sistēmas mērķis ir padarīt studiju programmas Eiropā vieglāk uztveramas un salīdzināmas. Tā piešķir kredītus kursu komponentiem, pamatojoties uz nepieciešamo studenta ieguldījumu, lai sasniegtu konkrētā studiju kursa mērķus. Šie mērķi parasti tiek raksturoti ar mācību rezultātiem un kompetencēm, kas jāapgūst. Tā ir vienīgā kredītpunktu sistēma, kas jau veiksmīgi tiek izmantota visā Eiropā, un sākās tikai kā kredītpunktu pārneses sistēma. Vairumā gadījumu, studenta slodze ir no 1500 līdz 1800 stundām akadēmiskajā gadā, bet viens kredītpunkts atbilst 25 līdz 30 darba stundām. Par pilna laika studiju slodzi vienā akadēmiskajā gadā laikā aprēķināmi 60 ECTS kredītpunkti. Visas valstis no Godīgā Tūrisma projekta, tāpat kā pārējā Eiropā, izmanto nacionālo kredītpunktu sistēmu un vērtējumu sistēmu augstākajā izglītībā.

Valsts kvalifikācijas sistēma un darba tirgus

Līdz šim, izejas punkts vairumam NKI bija valsts iestāžu, piemēram, Izglītības un zinātnes ministrijas, regulētas un piešķirtās kvalifikācijas. Tomēr pēdējos gados, valstis sākušas pievērst lielāku uzmanību tā saucamajām ārējām kvalifikācijām, kuras tiek piešķirtas neformāli no privātā sektora. Tas uzlabo attiecības starp izglītību, apmācību un tālākizglītību. Lai saglabātu uzticību visai sistēmai, nepieciešama pienācīgas kvalitātes nodrošināšana. Piemēram, Austrija, Dānija, Nīderlande, Norvēģija un Zviedrija ir izstrādājuši sistēmu kvalitātes nodrošināšanas kritērijiem. Tas ir svarīgi, jo NKI panākumi nākotnē būs atkarīgi no tā, vai šī sistēma tiks uzskatīta par kvalitātes nodrošināšanas līdzekli, neņemot vērā valsts izglītību un formālās apmācības.

EKI/NKI

EKI ir pirmā starptautiskā kopējā atsauces sistēma, kas ietver visas kvalifikācijas un ir pilnībā balstīta uz mācību rezultātiem. EKI mērķis ir veicināt salīdzināt sasniegto dažādos līmeņos, dažādās valstīs un ar dažādām metodēm. Ir ļoti svarīgi pielāgot kvalifikācijas darba tirgiem un pilsoniskajām sabiedrībām, lai rezultātā paaugstinātu darbaspēka mobilitāti, veicinātu mūžizglītību un sociālo attīstību, uzlecošajām valstīm.

Eiropas kvalifikāciju sistēma tika izstrādāta kā sistēma dažādām kvalifikācijām Eiropā. Šajā ziņā, tā kalpo kā meta-sistēma valstu nacionālajām sistēmām. Īstenojot Eiropas kvalifikāciju sistēmu, tiek pieņemts, ka katra valsts salīdzinās savas nacionālās kvalifikācijas sistēmas ar Eiropas kvalifikācijas sistēmas astoņiem līmeņiem. Tas tiek darīts, izmantojot nacionālo kvalifikāciju ietvarstruktūru vai nosakot līmeņus attiecīgi nacionālajā kvalifikāciju sistēmā. EKI ļauj iegūtos mācību rezultātus, caur augstāko vai profesionālo izglītību, tostarp mācekļu apmācībām, izmantojot formālus un neformālus ceļus - integrēt vienā aprakstā.

Eiropas kvalifikācijas sistēma – līdzšinējie panākumi

No 2009. līdz 2014. gadam 26 valstis iesniedza atskaides ziņojumus, kuros norādīts kā viņu valsts regulējums attiecas uz EKI. Konkrēto valstu ziņojumi ietver nacionālās kvalifikācijas visas stadijas un formas, tie ir rakstīti valsts oficiālajā valodā, kā arī angļu valodā. Daudzu valstu gadījumā, šāda informācija nepastāvēja pirms EKI. Desmit kritēriji un procedūras, kas ir kopīgi visām valstīm, palīdz salīdzināt valsts programmas ar EKI. Starpvalstu sadarbība šajā aspektā veicināja savstarpēju uzticēšanos un gatavību sniegt un saņemt konstruktīvas atsauksmes starp ES valstīm. Tomēr vēl joprojām pastāv daudzas problēmas. Nacionālie ziņojumi parasti nesatur pietiekamu informāciju par metodēm, lai pieņemtu lēmumus attiecībā uz izglītību kvalifikāciju. Turklāt dažos gadījumos nav skaidrs kuras kvalifikācijas ir iekļautas NKI, bet kuras nav. Iemesls tam var būt veids kā tiesiskie un politiskie lēmumi tiek īstenoti vai trūkums formātiem, lai iesniegtu šādu informāciju. Daudzos gadījumos ziņojumi par NKI piesaisti EKI nesatur aprakstus par veidiem kā dažādi atskaides aspekti ir saistīti viens ar otru. Tas ierobežo pārredzamību un informācijas skaidrību. Uzticamība Eiropas Kvalifikāciju sistēmai atkarīga no regulāri atjauninātas informācijas, kas ietver visas sistēmas un kvalifikāciju izmaiņas, kas iekļautas ar EKI.

Sekojošie fakti un problēmas tika noteiktas, piemērojot Eiropas izglītības metodes īstenošanas posmam projekta laikā:

- a) Dalībvalstis attīsta ECVET ieviešanu/īstenošanu, tomēr daudzās valstīs ECVET joprojām atrodas izmēģinājuma stadijā. ECVET ir pārbaudīta, galvenokārt, nacionālos izmēģinājuma projektos un starpvalstu mobilitātes projektos, bieži paliekot nepietiekami attīstīta sakarā ar iesaistītām daudz dažādām struktūrām, kurām ir daļēji konfliktējošas intereses.
- b) Katrai partnervalstij ir vairākas atšķirīgas kvalifikācijas, un neskatoties uz esošajiem ECVET ieteikumiem, tās ir dažādās ECVET sistēmas attīstības un / vai īstenošanas stadijās.
- c) Ciktāl tas attiecas uz tūrisma un apkalpošanas profesijām, ir sagaidāms, ka ECVET īstenošana un NKI / EKI atsauces uz profesijām, ļaus saskatīt skaidrāku atšķirību starp profesijām un attiecīgajām atbildības jomām.
- d) Projekta laikā partnervalstīs ir izgatavotas dažādu kvalifikāciju atpazīšanas kartes, demonstrējot atšķirības starp dažādām pieejām.
- e) Attiecībā uz ECTS ir konstatēts, ka visās valstīs ECTS tiek īstenots pareizi.
- f) Dažas dalībvalstis saskaras ar problēmu, ka profesionālās izglītības sistēma nav reglamentēta valsts, bet reģionālā līmenī. No vienas puses, tiesiskā un normatīvā sistēma ir ļoti sarežģīta un daudzveidīga (piemēram - ir daudz noteikumi un sertifikāti, kas pastāv katrā no reģioniem, tomēr tām ir maza nozīme ārpus konkrētā reģiona), bet no otras puses, to varētu vieglāk izmainīt.
- g) Ir nekonsekventa situācija saistībā ar ECVET sistēmas īstenošanu visās Eiropas valstīs. Tika identificēti šādi faktori, kas kavē īstenošanu ECVET sistēmas.
 - ♦ *Atzīšanas un akreditācijas sistēmas:* Līdz šim nav bijuši mēģinājumi, lai Eiropas valstīs izveidotu vienotas atzīšanas un akreditācijas sistēmas tūrisma un ēdināšanas profesiju izdotajiem sertifikātiem un diplomiem (ES politikas metodes kā ECVET vai EKI šajā jomā vēl nav pilnībā piemērotas). Tāpēc ir gandrīz neiespējami salīdzināt izglītības piedāvājumus Eiropā un izlemt, kurš ir vispiemērotākais. Nav arī nekādas garantijas, ka sertifikāts vai diploms gūs kopīgu atzinību visā Eiropā.
 - ♦ *Likumdošanas šķēršļi:* Mācību iespējas bieži ir pilnīgi atdalītas un regulētas atšķirīgi katrā valstī; likumdošanas kompetence dažādos līmeņos (valsts / reģionu); nepietiekama likumdošana uc.
 - ♦ *Iekšējais darba trīgus:* Katrā no Eiropas valstīm, darba tirgus ir pilns ar dažādām kompetencēm un profiliem, kas viens ar otru konkurē tūrisma un ēdināšanas nozarē, nav arī pārredzamības. Galvenā problēma ir tāda, ka nepastāv saikne starp ECTS un kompetencēm mācību rezultātos, un nav vienota bāze diskusijām starp dažādiem izglītības līmeņiem. Līdz ar to starpība starp profiliem, kas nāk no dažādām mācību sistēmām, ir jāatrisina.

- ♦ *Finanšu un ekonomikas krīze:* Institucionālā līmenī valsts finanšu un ekonomiskās krīzes neļauj likumdevējam koncentrēties uz problēmām; civilajā sektorā nav pietiekami daudz resursu, lai "virzītu pārmaiņas" ierobežotajai kultūrai un zemajai vienprātībai.
- ♦ *Komunikācija:* ECVET informācijas izplatīšana bieži vien ir ļoti vāja. Diemžēl, ECVET nav zināms un daudzi VET izglītības un apmācības iestādes (skolas, uzņēmumi uc), kas to izmanto, nav regulāri informēti par izmaiņām valsts tiesību aktos par izglītības sistēmām. Lielākā daļa mācību iestāžu vēl nezina kā piedēvēt ECVET kredītpunktus atbilstoši kvalifikācijām un / vai mācību vienībām. Dialogs starp iestādēm un pilsonisko sabiedrību par šiem posmeņiem joprojām ir ļoti pirmatnējā posmā un ir vajadzīgs turpmāks darbs, lai to varētu pilnībā īstenot.

Secinājumi

Var secināt, ka Eiropas jēdzieni ECVET un EKI lielā mērā ir īstenoti partnervalstīs. Kamēr ECTS tiek izmantota kā sistemātiska pieeja visās valstīs, īstenojot ECVET, līdz šim ir dažādās izstrādes stadijās katrā Eiropas valstī, un tas, galvenokārt, notiek valsts izmēģinājumu projektu vai starpvalstu mobilitātes projektu veidā. Tātad, ir paredzams, ka izstrāde, ieviešana un iestrāde ECVET kā sistemātiskai pieejai, aizņems daudz vairāk laika. Plaši iesaistītās puses procedūrās (valsts aģentūras, izglītības iestādes, ministrijas un tā tālāk), nepadara īstenošanas procedūru vienkāršāku, kā arī fakts, ka speciālās teritorijās Eiropā ir dažādas terminoloģijas, normatīvie un kvalitātes standarti. Dažreiz, pat reģionālā / novadu līmenī ir dažāda politika, kas ir jāpārvar, lai tiktu pie starptautiska regulējuma. Par laimi, visas projektvalstis uzskatīja, ka jāievēro Eiropas Komisijas / Padomes ieteikumi un ir izveidojuši NKI atbilstoši EKI.



Projekta partneri apmeklējums Osteria di Orta, Korsikā: Visi pārtikas produkti ko izmanto restorānā ir no Osteria di Orta Farm - gaļa, dārzeņi un augļi, pat vīni tiek ražoti savos vīna dārzos.

Godīga Tūrisma Eiropas pētniecības ziņojums - Rezultāti:

Galvenie secinājumi no Eiropas Pētniecības ziņojumā ir šādi:

Vairākums uzņēmumu ir sabiedrības ar ierobežotu atbildību vai individuālie komersanti. Kopumā tie veido 74,4% no kopējā dalībnieku skaita. Turklāt, lielākā daļa uzņēmumu ir vietējie un starptautiskie, kas veido 68,9% no kopējā respondentu skaita. Galvenokārt, pārstāvēt viesnīcu un restorānu nozari, kam seko ceļojumu aģenti un ceļojumu tūroperatori.

Attiecībā uz uzņēmumu lielumu, mikro un mazie uzņēmumi veido 80,7% no kopējiem respondentiem. Ļoti neliels procents aptaujāto - 5,6%, pārstāvēja lielos uzņēmumus. Ir līdzīga situācija attiecībā uz apgrozījumu, 87,8% no uzņēmumiem bija 10 miljonu eiro vai mazāks apgrozījums un tikai 5,3% no uzņēmumu apgrozījums bija vairāk nekā 50 miljoni eiro.

Apstākļos, kad divas trešdaļas no pētījuma dalībniekiem atzinušas, ka jēdziens KSA ir pazīstams, ir interesanti, ka lielākā daļa no tiem, kas ir izvēlējušies iepriekš definētas reaģēšanas iespējas definēt KSA kā uzņēmuma brīvprātīgu rīcību, lai palīdzētu sabiedrībai. Pragmatisku attiecību īstenošanas KSA un finanšu saistībām, tiek norādīts, ka jēdziens KSA ir īstenots tikai pusē respondentu uzņēmumu, bet tikai 40% ir kāds budžeta piešķirums KSA.

Attiecībā uz respondentu vīzijām par ekonomisko lomu uzņēmumā, preču un pakalpojumu nodrošināšana, peļņas gūšana, labklājība un ekonomiskā izaugsme, atbilstību ētikas standartiem, ir galvenie iemesli. Respondentu vairākums piekrīt, ka neieskaitot peļņas gūšanu, tūrisma uzņēmumam būtu aktīvi jāiesaistās kopienas attīstībā, kurās tie darbojas.

Runājot par uzņēmumu lomu sabiedrībā, ir daži aspekti, kas jāuzsver: uzņēmuma reputācija, KSA domēni, izmantojamās metodes, motivācija KSA, kritēriji veidojot godīgu tūrisma produktu. No aptaujātajiem tapis skaidrs, ka uzņēmumam turēt labu reputāciju, produktus un pakalpojumus, uzticību un pārredzamību, vērtības un uzskatus un finansiālo stabilitāti, ir ārkārtīgi svarīgi.

Tam seko sociālā un vides atbildība. Uzskatāms, ka uzņēmumiem vajadzētu veltīt KSA programmas šādās jomās: pētniecības un produktu attīstības, izglītības, vides aizsardzības, saglabājot mākslas un kultūras, pabalstu un darbinieku attīstības vietējām kopienām. Parastās metodes, ar kurām uzņēmumi dod sabiedrībai ir specializēts atbalsts, izmantojot apmācību programmas un sponsorēšanas, ziedojumi un brīvprātīgie darbinieki.

Motivācija uzņēmumiem, lai risinātu problēmas, kas saistītas ar KSA, bez brīvprātības principa, ir piesaistīt un noturēt labus darbiniekus, sabiedriskās attiecības mārketinga programmas un konkurences priekšrocības. Svarīgi kritēriji veidojot godīgu tūrisma produktu

tūrisma nozarē ir adekvāta cena, darba standartu ievērošana, rūpīga naktsmītnes izvēlēšanās, vietējo kopienu iesaistīšana un ceļošana videi draudzīgā veidā.

Attiecībā uz premisu un nodomiem nākotnes KSA programmām, gandrīz divi no trim respondentiem ir ieinteresēti piedalīties KSA mācībuursos. Primārā motivācija respondentiem uzņemties šādus KSA mācībuursos, būtu aktīvi iesaistīties ilgspējīgā un atbildīgā tūrisma attīstībā, lai radītu un pievienotu vērtību.

KSA Apmācības Kurss:

Pamatojoties uz secinājumiem no Eiropas apsekojuma, ir izstrādāts KSA apmācību kurss (EKI līmenis 5), konkrēti paredzētas MVU tūrisma nozarē. Apmācības sastāv no šādām 6 moduļiem:

Modulis 1: KSA kopumā, cilvēkresursi un darba apstākļi				
Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:			
	I. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>pielietot</u> KSA koncepciju			
	II. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>pielietot</u> koncepciju cilvēkresursu organizāciju viesmīlības un tūrisma nozarē			
	III. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>pielietot</u> koncepciju taisnīgiem darba apstākļiem MVU tūrisma nozarē			
Struktūra:	Unit No.		GLH	ECVET
	1.1	KSA, Ilgtspējība un Cilvēkresursi tūrismā: raksturojums un vajadzības (jūsu) biznesā	4	0.4
	1.2	Darba apstākļi un darbinieku attiecības vai: laba personāla paturēšana	2	0.2
	1.3	Ieguldījumi cilvēkos - Labvēlīga uzņēmējdarbības un cilvēki	2	0.2
	1.4	Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET		10	1

Modulis 2: KSA saistītās inovācijas un uzņēmējdarbība MVU				
Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:			
	I. <u>saprast</u> , <u>attīstīt</u> un <u>stimulēt</u> apmācāmos ar radošumu, lai noteiktu iespējas uzlabojumiem un jauninājumiem			
	II. <u>saprast</u> , <u>attīstīt</u> un <u>stimulēt</u> apmācāmos ar uzņēmējdarbības prasmju un uzņēmējdarbības jēdzienu			
	III. <u>iegūt</u> inovatīvu un uzņēmējdarbības prātu noteikto audzēkņu KSA saistītām darbībām MVU tūrisma nozarē			
Struktūra:	Unit No.		GLH	ECVET
	2.1	Inovācija tūrismā un ēdināšanas sfērā	3	0.3
	2.2	Uzņēmējdarbība tūrismā un ēdināšanas sfērā	3	0.3
	2.3	Inovatīvu KSA saistīto darbību piemērošana MVU ietvaros tūrismā un ēdināšanas sfērā	2	0.2
	2.4	Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET		10	1

Modulis 3: KSA problēmas piegādes un pakalpojumu ķēdēs godīgā Tūrisma pieejā				
--	--	--	--	--

Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:		
	I. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>pielietot</u> godīgas tirdzniecības tūrisma principus		
	II. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>apsvērt</u> godīgas tirdzniecības partnerattiecības starp tūrisma un viesmīlības investoru un vietējo kopienu		
	III. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> un <u>novērtēt</u> godīgo daļu no ieguvumiem vietējām ieinteresētajām pusēm		
Struktūra:	Unit No.	GLH	ECVET
	3.1 Godīgas tirdzniecības Tūrisma principi	2	0.2
	3.2 Godīgās tirdzniecības partnerattiecības starp tūrisma un viesmīlības investoru un vietējo Kopien	3	0.3
	3.3 Godīgo daļu no ieguvumiem vietējām ieinteresētajām pusēm	3	0.3
	3.4 Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET	10	1

Modulis 4: Ilgtspējīga pieejamība, pārtikas un lauku tūrisms			
Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:		
	I. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>piemērot</u> koncepciju stratēģiski ilgtspējīgu apsaimniekošanu, ilgtspējas dimensijas tūrismam un koncepcija ilgtspējīgai pieejai uztura tūrismam		
	II. <u>izprast</u> , <u>analizēt</u> , <u>aprakstīt</u> , <u>izmantot</u> un <u>piemērot</u> jēdzienu lauku tūrisma ziņā vides, kultūras, mantojuma un aizsargājamo teritoriju		
Struktūra:	Unit No.	GLH	ECVET
	4.1 Ilgtspējīgs pieejams tūrisms	2	0.2
	4.2 Ilgtspējīgs ēdināšanas sfēras tūrisms	3	0.3
	4.3 Ilgtspējīgs lauku tūrisms	3	0.3
	4.4 Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET	10	1

Modulis 5: Valsts politika un tūrisma marķēšana			
Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:		
	I. Dalīties zināšanas par tendencēm un likmēm Eiropas politiku saistībā ar tūrisma attīstību un ilgtspējību.		
	II. Izstrādāt vienotu kultūru sertifikācijas un marķēšanas procesa ietvaros tūrisma nozare Eiropā un noteikt galvenos koeficientus panākumus.		
	III. Dalīties labas prakses piemēros, ko tūrisma uzņēmumi īsteno marķēšanā un ilgtspējīgā attīstībā.		
	IV. Paziņot par rīku "Zīmols" ietvaros dažādām uzņēmējdarbības nozarēm, tūrisma nozarē.		
Struktūra:	Unit No.	GLH	ECVET
	5.1 Ilgtspējīgs tūrisms / KSA politikas izveides izklāsts	2	0.2
	5.2 Sertifikācijas sistēma tūrisma nozarēs	3	0.3
	5.3 Eko-marķēšana attiecībā uz KSA	3	0.3
	5.4 Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET	10	1

Modulis 6: Klientu apkalpošana un starpkultūru kompetences			
--	--	--	--

Atslēgas vārdi:	Šī moduļa mērķis ir:			
	I.	<u>Dalīties zināšanās</u> par starpkultūru kompetencēm un pieredzi projektēšanas principos.		
	II.	<u>Izstrādāt atbildīgu tūristu uzvedību</u> par vietējo kultūru un <u>radīt neaizmirstamu pieredzi</u> , kas pārsniedz klientu cerības.		
Struktūra:	Unit No.		GLH	ECVET
	6.1	Starpkultūru kompetences	4	0.4
	6.2	Pieredzes dizains: Klienta Ceļojuma atspoguļošana	2	0.2
	6.3	Pieredzes dizains: Izveidot neaizmirstamu klientu pieredzi	2	0.2
	6.4	Komunikācija un veicināšana	2	0.2
	ECVET		10	1

Katrs no moduļiem var tikt īstenots kā 1 līdz 3 dienām ilgs seminārs. Visi moduļi ir pārbaudīti un tos izvērtēja attiecīgo ieinteresēto personu pārstāvji mērķa grupas un ārējie eksperti. KSA apmācību kursu rokasgrāmata ar visu mācību saturu un uzdevumiem ir publicēta, un ir pieejama digitālā versijā, kā arī drukātā veidā.

Apvienotā Karaliste

Paraugprakse:

Šķiet, ka ir izpratne par KSA starp uzņēmumiem tūrisma nozarē un noteikti ir izpratne profesionālajās asociācijās. To īpaši apliecina pastāvoša diskreti veltīta ilgtspējīgai restorānu asociācija (www.thesra.org) Apvienotajā Karalistē kopš 2009. gada ir arī organizācijas, piemēram, Britu viesmīlības asociācijas, kas veicina valsts politikas un dažādas KSA iniciatīvas.

Biznesa Kopienā (www.bitc.org.uk): Biznesa Kopienā ir prinča atbildīgais biznesa tīklā. Locekļi strādā kopā, lai risinātu dažādus jautājumus, kas ir svarīgi, lai izveidotu taisnīgāku sabiedrību un ilgtspējīgāku nākotni. Tas ir business, kas nodarbojas ar labdarību vairāk nekā 30 gadus, mobilizējot biznesu. BITC iesaistās tūkstošiem uzņēmumu, izmantojot dažādas programmas sadzītas galveno dalību vairāk nekā 800 organizācijas no maziem uzņēmumiem un globālajām korporācijām. Ir virkne praktisku veidu, uzņēmumiem, lai strādāt kopā un rīkoties, lai palīdzētu risināt dažus no galvenajiem jautājumiem ar ko saskaras sabiedrība, piemēram, vides, darbinieki, izglītības, nodarbinātības un uzņēmējdarbības - darba vietu radīšana un dinamiskas kopienas, atbalstot mazos vietējos uzņēmumus.

CR indekss (www.bitc.org.uk). Par CR indeksu - Izstrādāts, konsultējoties ar uzņēmumu vadītājiem, pirmais CR indeksa aptauja tika uzsākta 2002. gadā, papildus CR indeksa valsts vingrinājumu pārskatāmībai, tas ir stabils instruments, lai palīdzētu uzņēmumiem sistemātiski izmērīt, pārvaldīt un integrēt atbildīgu uzņēmējdarbības praksi. Tā izpaužas kā tiešsaistes aptauja un uzņēmumiem sekot pašnovērtējuma process, kas paredzēts, lai palīdzētu viņiem apzināt gan stiprās savā vadības sniegumu un trūkumus, kur nākotnē var sekot progress. Biznesa kopienā uzskata, ka pašnovērtējums ir sākumpunkts rīcībai un uzlabošanas iespējam.

Izaicinājumi:

Ir konkrēti izaicinājumi tūrisma nozarē attiecībā uz KSA īstenošanu Lielbritānijas tūrisma nozarē:

1. Dažādība tūrisma nozarē: Tūrisma nozare ir ļoti sadrumstalota ar daudzām specializācijām, piemēram, naktsmītņu piedāvātājiem, ēdienu un dzērienu vietām, tūrisma aģentiem un tūroperatoriem.
2. Ekonomiskie apsvērumi: Diemžēl daudzi no MVU tūrisma nozarē jau darbojas ar ļoti zemu ienesīgumu no ieguldītā kapitāla. Tādējādi padarot to ļoti grūti dažiem MVU ieguldīt saprātīgu summu finanšu budžetā un personīgo laiku, lai padarītu iespējamu KSA.
3. Cilvēkresursu ietekme uz tūrisma nozari: Joprojām ir ļoti nepieciešama KSA izpratne starp tūrisma operatoriem, it īpaši MVU. Bez tam, ir arī nepieciešams īpašnieku šiem uzņēmumiem, lai dotu laiku darbiniekiem KSA nodarbībām. Tomēr daudzi no MVU tagad saskaras ar ievērojami augstāku algu rēķinu, jo minimālo iztikas minimumu un pensiju iemaksu visiem darbiniekiem.
4. Izglītība un apmācība KSA aktivitātēm: Konkrēti MVU, tas būs noderīgi ir tiešsaistes virtuālo mācību vidi piegādes KSA mācību kursu, lai darbinieki var piekļūt mācīties jebkurā diennakts laikā un no jebkuras vietas.

Vācija

Paraugprakse:

Vācijā, termins "KSA" bieži liets kā sinonīms ilgtspējībai. Bažas par jau izdarītajiem uzņēmumu ir galvenokārt vērsts uz to uzņēmējdarbību saistībā ar jaunattīstības valstīm.

Vācijas Federālais fonds Vides atbalstīja attīstību KSA sertifikācijas shēmu tūrisma uzņēmumiem. Kopš 2009. gada tūrisma operatori var apliecināt, TourCert, bezpeļņas uzņēmumu. TourCert sistēma balstās uz starptautisko kvalitātes un vides standartiem atbilstoši ISO un EMAS, kā arī ISO pamatnostādnes par sociālo atbildību (ISO 26000). Kā nozaru sistēmai tā ir saderīga ar pasaules ilgtspējības kritērijiem Globālās Ilgtspējas tūrisma padomes (GSTC) "(no www.tourcert.org/en/about-tourcert.html).

Sākumā, galvenokārt, mazie tūrisma operatori ar uzņēmējdarbības modeļiem vērsta uz ilgtspējību, atbildīgas jeb tā saukto "mīksto" tūrisma veidiem piemēro sertifikācijai. Viņi bija pionieri KSA sertifikācijā Vācijā. Lielākie tūroperatoru sekoja vēlāk: pašlaik aptuveni 70 tūrisma operatoriem no vāciski runājošajām valstīm ir sertificēti atbilstoši TourCert. Tikmēr sertifikāciju no TourCert ir pieejams arī tūrisma aģentūrām, viesnīcām un pieņemšanas aģentūrām.

Lai uzlabotu izpratni un zināšanas par vācu galamērķu pārvaldības organizāciju (DMO) par KSA cits projekts tika uzsākts 2013. gadā un 2014. gadā: Projekts "KSA Vācijas tūrisma" (www.nachhaltigkeit-im-tourismus.de) sagatavoja moduļu programmu semināru un semināri tūrisma galamērķiem un reģioniem, kā arī interesentiem uzņēmumiem.

Izaicinājumi:

Kaut sertifikāciju no TourCert, turklāt ceļojumu operatoriem, ir pieejams tūrisma aģentūrām, viesnīcām un ienākošajām aģentūrām, vēljoprojām reģistrētas kā sertificētie uzņēmumi tikai dažas tūrisma aģentūras un viesnīcas.

KSA tūrisma uzņēmumos joprojām ir par lieliem uzņēmumiem šajā nozarē, bet gandrīz 99% Vācijas uzņēmumu pieder pie MVU. Galvenie uzdevumi vairumā mikro un mazo vidējo uzņēmumu ir darbinieki, laiks un nauda. Šajos uzņēmumos parasti ir ierobežoti cilvēkresursi un finanšu resursi, ko bieži raksturo sezonas uzņēmējdarbība. KSA pasākumus, integrējot sezonas laikā, ir grūti, jo individuālā darba slodzi katra darbinieka un biežāk īpašnieka. Turklāt, izmaksas par apmācību semināru, darbnīcu vai vebinārs ir papildu problemātisks faktors, kā mikro mazajiem un vidējiem uzņēmumiem bieži pastāv iztikas bāzi.

Dominējošais viedoklis Vācijā ir tāds, ka ne brīvprātīga, ne atbildīgs darbību var izpildīt ar likumu. Juridiskās noteikumi KSA darbībās, turklāt esošajām juridiskajām saistībām, galvenokārt uzskatīti par neproduktīviem. Tādējādi Vācijas padome ilgtspējīgai attīstībai (RNE, www.nachhaltigkeitsrat.de), padomdevēja struktūra ekspertu ilgtspējas dibināta 2001.gadā, valsts savās rekomendācijās par "KSA globalizētā pasaulē" no 2006. gada, ka brīvprātīga darbība ir svarīga no korporatīvā skata punkta, bet daļai no sabiedrības ir aizdomas, ka brīvprātība tiek pārprasta kā patvaļā. Viņi grib atsaukties uz noteikumiem, lai nodrošinātu pārredzamību, uzticamību un dialogu.

Beļģija

Paraugprakse:

1. Ir daudz MVU Beļģijā, kas ir pieņēmušas KSA savā biznesā, vai kas ir devuši tai savu uzņēmējdarbības lietu.
2. Ir dažas organizācijas, kas aktīvi veicina un atbalsta MVU, lai īstenotu KSA savos uzņēmumos
3. Ir Eiropas leģislatīvā direktīva "Laba pārvaldība", kas tika ieviesta ar Beļģijas valdību 2002. gadā
4. Tūrisma uzņēmumi var ievadīt dažādas sertifikācijas shēmas, kas ir izvirzīti ar tūrisma padome, lai veicinātu KSA tūrisma nozarē (Green Key, Sustainable Partnerships Award, Travelife)
5. Viens MVU tūroperators Beļģijā ir īpaši paplašinājis 3P-pieeju (peļņa, cilvēki, planēta), iekļaujot to "P" ar prieku, kad ekonomiskā, sociālā un vides dimensija uzņēmējdarbība ir līdzsvarā, rezultātā nodrošinot " P ", kas saprotams kā prieks
6. KSA regulu un politika Beļģijā ir spēcīgās attiecībās un atbilst definīcijai un stratēģijai ar Eiropas Komisiju

Izaicinājumi:

1. Beļģijā mēs varam apgalvot, ka:
 - a. Tūristu mītnes: 97 procenti ir mikro un mazie vidējie uzņēmumi.

- b. Pārtikas un dzērienu pakalpojumu sniedzēji: 94 procenti ir mikro un mazie vidējie uzņēmumi.
- c. Ceļojumu aģenti: 69 procenti ir mikro un mazie vidējie uzņēmumi

Tādējādi MVU lielā mērā ir tūrisma nozare, ar balsu vairākumu, kas nodarbina ne vairāk kā 20 personas. Tomēr tas, vai šie MVU uzņemtos priekšrocības no KSA ieguvumiem vai tās īstenotu, nav zināms.

- 2. Tūrisma nozare ir guvusi panākumus attiecībā uz ilgtspēju, bet problēma joprojām paliek ilgtspējīga tūrisma kā instrumentu ekonomisko, sociālo, kultūras attīstību un arī uz avotu labāku izpratni un iekļaujošu sabiedrību.

Paraugprakse:

KSA tūrisma nozarē Latvijā praktizē ar lielu atbildību, galvenokārt, lielie starptautiskie uzņēmumi, kas darbojas valstī. Piemēram, Carlson Wagonlit Travel. EcoVadis ir atzinuši Carlson Wagonlit Travel (CWT) atbildīgo biznesa praksi ar 2016 sudraba vērtējumu un augstākajām atzīmēm visos EcoVadis korporatīvās sociālās atbildības (KSA) sektoros. Šis vērtējums apliecina CWT līderpozīcijas jau otro gadu pēc kārtas starp ceļojumu organizācijas uzņēmumiem, kā arī plašākā tūrisma nozarē, tajā skaitā, ceļojumu aģentūrām, tūroperatoriem un rezervēšanas pakalpojumu sniedzējiem. EcoVadis ir pirmā sadarbības platforma, kas nodrošina ilgtspējības reitingus un veikspējas uzlabošanas instrumentus globālajās piegādes ķēdēs. EcoVadis viegli izmantojamās KSA rezultātu kartes palīdz uzņēmumiem uzraudzīt vides, ētikas un sociālās prakses visās 150 iepirkšanas kategorijās 110 valstīs.

Latvijas Tūrisma Aģentu un Operatoru Asociācija (ALTA) veicina Travelife sertifikātus tās locekļu vidū. Tūroperatoriem un tūrisma aģentūrām Travelife ir mācību, vadību un sertifikāciju iniciatīva tūrisma kompānijām, kas sniedzas pēc ilgtspējas. Šī sistēma nodrošina tiešsaistes apmācības un praktiskus instrumentus ilgtspējas plānošanā, vadībā un ziņojumu sniegšanā. Apmācības ir piemērotas jebkura lieluma uzņēmumiem un aptver visas pārvaldības jomas - ceļojumu biznesu, biroju darbību, piegādes ķēdes, galamērķus un patērētājus. Travelife pārvaldības prasības atbilst ISO 14001 un EMAS III standartiem. Veikspējas prasības ietver ISO 26000 un ESAO korporatīvās sociālās atbildības vadlīnijas, kas ietver darba apstākļus, cilvēktiesības, vidi, bioloģisko daudzveidību un godīgas uzņēmējdarbības praksi. Travelife sertifikāciju Latvijā ir saņēmušas 15 ceļojumu aģentūras un tūro operatori.

Lauku tūrisma mītnēm zaļā sertifikāta ekomarķējuma shēma ir spēkā kopš 2002. gada. Tā ir atjaunināta vairākas reizes, rediģējot un pievienojot kritērijus saistībā ar jaunumiem un mainīgo situāciju. Sākotnēji zaļā sertifikāta mērķis bija vides ilgtspējība. Uz doto brīdi tas ietver arī sociālos un ekonomiskos aspektus, kas saistīti KSA filozofiju. Zaļā sertifikāta shēma tika izstrādāta kā projekta iniciatīva. Tā kļuva ļoti veiksmīga un labi atzīta gan no piedāvātāju, gan no patērētāju puses. Kopš 2007. gada Zaļais sertifikāts ir Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas uzraudzībā. Uz 2015. gadu Zaļais sertifikāts ticis piešķirts 76 lauku tūrisma naktsmītnēm un to skaits turpina pieaugt.

Izaicinājumi:

1. Starp tūrismā nodarbinātajiem mazajiem un mikrouzņēmumiem pastāv vispārējs uzskats, ka KSA ir būtiska tikai lielajiem uzņēmumiem un tā nevar tikt veiksmīgi pielāgoti maza izmēra uzņēmumiem;
2. Esošās KSA vadības sistēmas ir pārāk komplicētas, sarežģītas un dārgi ieviešamas, lai tās īstenotu mazās uzņēmējdarbības.
3. KSA prakse veido papildu izmaksas un aizņem darbinieku laiku, bet nedod tūlītējus taustāmus rezultātus. Mazie tūrisma uzņēmumi vai nu nevar atļauties ieguldīt līdzekļus vai neredz tam pamatotu iemeslu.

Rumānija

Paraugprakse:

Daudzos gadījumos, nepareizi, MVU ignorē KSA, un tas notiek tāpēc, ka lielajiem uzņēmumiem ir informācijas apjoms, rīki un, varbūt, motivācija, lai radītu savu atbildīgā uzņēmuma tēlu. Uzņēmumos, jēdziens Korporatīvās sociālās atbildības (KSA) ir pieņemot pārredzamus uzņēmējdarbības praksi, kas balstās uz ētikas vērtībām. Tā ir sākusī iegūt pamatu un daudzi uzņēmumi jau ietver sociālos un vides saistības savos galvenajos misiju pārskatos.

KSA tūrisma nozarē atbild par jautājumiem, kas īpaši saistīti ar ilgtspējīgas veicināšanu tūrisma praksē. Tomēr, lai gan interese par ilgtspējīgu tūrismu, ir augsta un tēma ir ļoti apspriesta, mūsdienās izmantošanas rīcības kodeksi un nav plaši izplatīti. KSA tūrismā joprojām meklē konsekvenci politikā, programmās un praksēs.

Saskaņā ar rakstu mājaslapā www.actionamresponsabil.ro, atsaucoties uz pētījumu, ko CSRMEDIA (www.csrmedia.ro), tiešsaistes platforma, kas veltīta KSA informēšanai un veicināšanai Rumānijā, kopējā vērtība ieguldījumu KSA Rumānijā katru gadu pieaug pēdējo piecu gadu laikā. Tomēr uzņēmumi, kas veic ieguldījumus KSA, galvenokārt, ir lieli uzņēmumi. Ir apstiprināts, ja mēs skatāmies uz reģistrētas citā vietā, kas veltīta fenomenu KSA Rumānijā, uzņēmumu www.responsabilitatesociala.ro. Starp 34 uzņēmumiem, lielākā daļa ir naftas rūpniecībā, farmācijas rūpniecības, pakalpojumu (finanšu, sakaru) vai tirdzniecību. Tomēr to KSA kampaņas pēdējos gados ir sasniegusi galvenās jomas - izglītības, kultūras, vides, sociālās, cilvēktiesību un sporta. Arī uz vietas specializējas uz KSA www.csr-romania.ro, gadījumu izpēti ir par līdzīgām tēmām - izglītība, uzņēmējdarbība, nelabvēlīga sociālā kategorijām, vide, satiksmes drošība, veselības un sabiedrības.

MVU tūrismā nav vēl izstrādāta pazīstama KSA kampaņa, tomēr daži piemēri ir piemināmi: labdarības projekti, piemēram, projektā veikti, lai palīdzētu studentiem dažādās jomās: uzņēmējdarbība, komunikācijas un sabiedriskajās attiecībās, mārketinga, pasākumu vadība, tūrisms uc., un motivēt viņus mācīties, radīt, domāt, ka viņi var sasniegt savus mērķus, līdzekļu vākšanas kampaņās, vai KSA programmas (viesnīcu ķēdes, piemēram, Marriott, Hilton vai IBIS).

Izaicinājumi:

1. Kopskaits aktīvo vietējo uzņēmumiem sasniedz gandrīz 24000 vienības, kas nodarbina vairāk nekā 150000 cilvēku, kopējais apgrozījums sasniedza 11.5 miljonus Lei.
2. Lielākā daļa vietējo vienībām ir mazāka par 9 darbiniekiem (mikrouzņēmumi) un tikai 16 uzņēmumi, tūrisma nozarē ir vairāk nekā 250 darbinieku.
3. No otras puses, vislielākais īpatsvars kopējā apgrozījumā, ir mazi uzņēmumi kuros nodarbināti no 10-49 darbiniekiem.
4. Ir tendence palielināties atbildīgajam tūrismam un zaļajam tūrismam.

Francija

Paraugprakse:

2010. gadā Francija vēlējās padarīt sociālo atbildību vairāk saistošu uzņēmumiem. Līdz ar to 2010. gada 12. jūlijā aktā, ko sauc par Grenelle 2, nodrošināts tā 225. pantā pienākums publicēt sociālo un vides informāciju sabiedrības gada vadības ziņojumā. Tādējādi, ar Grenelle 2 likumu, tā tagad ir juridiska prasība, lai daži uzņēmumi ņemtu vērā sociālos un vides ietekmi savu saimniecisko darbību.

Attiecībā uz tūrisma nozari, lielās franču grupas ir pakāpeniski iesaistījušās sociālās atbildības pieejai.

Mēs varam atzīt, ka tūrisma nozarē, ilgtspējīga attīstība un korporatīvā sociālā atbildība bieži vien ir saistīti.

Kopš 2009. gada Francijas tīkls tirdzniecības un rūpniecības vēlas atbalstīt tūrisma uzņēmumus to atbildīgo pieeju tādā izveidā cieņas ierīci. Tas ir mērķis, lai dotu visiem tūrisma uzņēmumiem (viesnīcas, kempingi, restorāni, sniedzējiem tūristu, tūrisma objektu, uc) ar apmācību un iepriekš diagnostikas rīks, kas ļauj viņiem ņemt KSA. Tīklā ir teikts, ka *"cieņai vajadzētu ļaut šiem uzņēmumiem, lai saprastu problēmas ilgtspējīgas attīstības (vides, sociālā atbildība, cilvēkresursu praksi, uc), un īstenot labas ilgtspējīgu praksi, pildot savu darbību."* Tā vēlas atbalstīt pat mazās tūrisma struktūras, lai izveidotu KSA stratēģiju, kas nodrošinās to, ka ilgtermiņā, saglabātu konkurētspēju savā jomā.

Izaicinājumi:

Mikro un mazie vidējie uzņēmumi neietekmē šo tiesību aktu. Kā uzsvēra Carpon & Quairel-Lanoizelée (2007: 18. lpp), KSA *"šķiet īpaši izgatavoti lieliem starptautiskiem uzņēmumiem; mikro un mazie vidējie uzņēmumi, kas bieži vien ir vērstas uz ekonomisko izdzīvošanu īstermiņā un ir ierobežoti finanšu resursi un cilvēkresursi, lielākoties paliek ārpus kustības."* Tikšanās cerības KSA, šķiet, lai pievienotu vairāk ierobežojumus mazajiem uzņēmumiem, kas ir ne vienmēr finanšu un cilvēkresursi, lai apmierinātu šādas bažas.

INSEE paziņoja, ka *"uzņēmumi ar 10 līdz 49 darbiniekiem ir daudz mazāk iesaistīti KSA kā tie, lielāka izmēra (23% pret 51%)."* Valsts rīcība platforma KSA atzīmē, ka pat *"ja vispārējais vēstījums atbildības bijis jāsaprot, jo īpaši brīdī Grenelle vides, iekļaujot daudzi jautājumi - pieaugošās enerģijas izmaksas, vajadzība ņemt vērā savus pienākumus vidi, vai nepieciešamība dalīties ar iesaistītajām personām, vispārējo koncepciju lomu KSA konkurētspēju - nav pietiekami kopēju"*.

KSA pieeja prasa ievērojamus materiālos un nemateriālos ieguldījumus. Tas paredzēts, lai veiktu dziļu reorganizāciju uzņēmuma stratēģiju. Mikro un mazie vidējie tūrisma uzņēmumi bieži vien nav laika, cilvēku prasme, ne finanšu resursi, lai īstenotu vides un sociālo procesu. Nepieciešamais ieguldījums laiku, naudu un darbinieki var likties pārāk svarīgi, ja ieguvumi ir grūti aprēķināt un bieži redzams ilgtermiņā. Patiešām, mikro un mazie vidējie uzņēmumi bieži mobilizē stratēģiju un kapitālu īstermiņā.

Paraugprakse:

Lietuvā, KSA īstenošana lielos tūrisma uzņēmumos ir ļoti acīmredzama. Piemēram, Radisson SAS viesnīcas ir pilnībā iesaistīti atbildīgas uzņēmējdarbības praksī. Viņiem ir savas mācību programmas visiem darbiniekiem par vides un sociālajiem aspektiem viesnīcu biznesā. Diemžēl situācija KSA MVU ir ļoti nevienmērīga. Ir daži aspekti, kas ir labi pierādīti piemēram, pārtikas piegādes ķēdēs un iepirkumu; pārstrāde atkritumu, enerģētikas un pakalpojumu saglabāšanu. Ir arī atbildīgo restorānu un piegādātāju asociācija Lietuvas (LARTA - <http://larta.lt>), kas piešķirta restorānu grupa "Fortas" (<http://fortas.eu/en>) visvairāk atbildīgo restorānu 2013. gadā. Galvenais uzsvars ir uz vislielāko iepriekš - pārredzama un godīga pieeja klientam. Uzņēmums rūpējas un uzņemas pilnu atbildību par personālu; maksājot atbilstošas algas, uz laiku vienlaikus ievērojot tiesību aktos, kas ražo ēdienus no ētiskas izcelsmes pārtikas sastāvdaļām un labākās kvalitātes.

Izaicinājumi:

MVU bieži vien trūkst resursu un izpratne, kas vajadzīga, lai pieņemtu ilgtspējīgu praksi, piemēram, cieņu pret dabas vidi, novēršot šķēršļus un nevienlīdzību, mūžizglītības, palielināta produktivitāte, efektīva resursu izmantošana, labāku kvalitāti darbiniekiem uc.

Parastie izaicinājumi ieviest KSA koncepciju tūrisma MVU ir tie zemāk:

Skeptiska Skats uz uzņēmumu motīviem, kontrole no vārdiem, lai atbilstu darbībām, apgalvojumu, ka tas ir īstermiņa rīcības, labā šaubu, interese par iepriekšējās prakses un gaida rezultātus.

Ir papildu jautājumi, kas jāatrisina, lai īsteno KSA MVU darbībās:

Iekšējie:

1. Sarežģītība. Kā nomainīt un saskaņot daudzus procesus organizācijā
2. Ilgtermiņa un īstermiņa stratēģiju saskaņošana
3. Pārtikas piegādes ķēde. Vai sabiedrība gatava paaugstināt prasības pret piegādātājiem un klientiem, lai tas atbilst sociālās atbildības principiem?
4. Vadītāji un darbinieki. Daudzos uzņēmumos joprojām trūkst zināšanas jomā par ilgtspēju
5. Mērīšana. Vai uzņēmums nosaka ilgtspējas rādītājus?

Ārējie:

1. Klienti un patērētāji. Kāda aspekta uzņēmuma klienti ir, ņemot vērā ilgtspējīgu uzņēmuma darbību
2. Investors. Vai viņi gatavi novērtēt ilgtspējības kritērijus?
3. Valdība. Vai valdībai izveidot stabilus un paredzamus apstākļus?
4. Sabiedrība. Kā provocēt interesi par sabiedrības jaunajiem ziņojumiem uzņēmējdarbībās?

Apvienotā Karaliste

Nepieciešams:

1. Pārvarētu zināšanu trūkumu par KSA vidū MVU visā tūrisma nozarē
2. Cīnītos pret trūkumu kompetenču starp īpašniekiem, vadītājiem un darbiniekiem iekšienē Tūrisma MVU.
3. Uzlabot pretrunīgass prakses KSA filozofijas vidū MVU īpašniekiem.
4. Izveidot sistēmu plašāku atzišanu tūrisma mazo un vidējo uzņēmumiem, kas jau īsteno KSA politiku un praksi.

Paredzamais rezultāts:

1. Konkrēti pierādījumi par darbības tiek veikti valsts, reģionālās un pašvaldību / padomēs, kas skaidri parāda, ka viņi jau ir īstenoti KSA politiku savā organizācijā un veikuši darbības, lai izplatītu ieguvumus praktizējot KSA darbību.
2. KSA īstenošana mācību programmas visos vispārējās izglītības līmeni vecumā no 14 gadu vecuma. Turklāt profesionālie kursi Tūrisma studiju iekļaut tajā vismaz vienu moduli uz ilgtspējību.
3. Nodrošināsim pienācīgu struktūru un sistēmu vietā pašvaldības un padomju tūrisma MVU, lai nodrošinātu, ka KSA politiku var vieglāk un efektīvāk īstenot.
4. Formālās sistēmas, lai atzītu, sertifikāts, balvu un veicinātu tūrisma uzņēmumiem, kuri ir parādījuši labu praksi KSA.

Veicamās darbības:

1. Turpināt veicināt informētību par KSA starp dažādām ieinteresētajām personām.
2. Nodrošināsim KSA izglītībā visos izglītības līmeņos no EKI līmeņiem 1 līdz 7.
3. Pieejamība tehnisko atbalstu MVU tūrisma nozares veiksmīgai īstenošanai un praktizējošs par KSA koncepciju.
4. Nepieciešamība plašāku atzišanu tūrisma MVU, kas jau praktizē KSA politiku.

Atbildīgās iestādes:

1. Valsts, reģionālās un pašvaldību padomes, profesionālās Tirdzniecības Asociācijas valstu un reģionālā līmenī, Mazo uzņēmumu federācija un Tirdzniecības kameras.
2. Nacionālā izglītības programma iestādes, kvalifikācijas piešķiršanas iestāžu, akadēmisko iestāžu un profesionālās izglītības centri.
3. Valsts, reģionālās un pašvaldību / padomes, Profesionālie / Tirdzniecības Asociācijas, Tūrisma padomes, Mazo uzņēmumu federācija un Tirdzniecības palātas
4. Valsts, reģionālās un pašvaldību / padomes, Profesionālās / Tirdzniecības Biedrības, Mazo uzņēmumu federācija un Tirdzniecības kameras.

Vācija

Nepieciešams:

1. Uzlabot zināšanas par KSA, turklāt starp MVU, padarot apzinās, ka KSA ir - ļoti bieži - jau normālu uzvedību biznesā (sponsorēšanas, labdarības uc).
2. Uzlabot kompetences praktizēt KSA filozofiju dienu ikdienas biznesā.
3. Izveidotu piemērotu sistēmu, ka MVU var uzzināt vairāk par un īstenot KSA darbību savos uzņēmumos.
4. Novērtēt publiski KSA darbību, jo īpaši attiecībā uz MVU.

Paredzamais rezultāts:

1. Augstākā daļa MVU ar KSA darbībās.
2. Uzlaboti darba apstākļi darbiniekiem MVU sniegs
 - a. labākus sociālos apstākļus,
 - b. augstāka kvalitāte un apmierinātība tūristiem,
 - c. labākas Konkurētspējas KSA-aktīvajos uzņēmumos.
3. Augstākā apzināšanās tūristiem par KSA darbību un līdz ar to konkurences priekšrocība uzņēmumiem nodarbojas ar KSA.

Veicamās darbības:

1. Nepārtraukta USA veicināšana starp ieinteresētajām personām, kā arī MVU vidū.
2. Integrācija KSA moduļu visos tūrisma izglītības līmeņos.
3. Augsta piegāde kursu un apmācību nodarbojas ar KSA
 - a. par dažādiem izglītības līmeņiem
 - b. uz dažādiem mācību intensitāte (izmēģinājuma kursi, kā arī augsti profesionāli),
 - c. Pielāgotas izgatavotas vietējās apmācības
 - d. kā tiešsaistes moduļi (lai būtu neatkarīgi no laika un atrašanās vietas)
 - e. un jo īpaši: bezmaksas MVU.
4. Finanšu pabalsti KSA-aktīviem uzņēmumiem.
5. Apbalvojumi ar lielu sabiedrisko redzamību.

Atbildīgās iestādes:

1. Izglītības iestādes un mācību iestādes, kas nodarbojas ar tūrismu
2. Valsts un reģionālās Tūrisma padomes
3. Tirdzniecības kameras, federācijas mazajiem uzņēmumiem
4. Valsts iestādes un institūcijas, kas atbild par projektu finansējumu
5. Institūcijas un iestādes, kas sniedz sabiedriskos balvas
6. Jo īpaši turpmāku atbalstu un veicināšanu "TourCert sertifikāciju"

Beļģija

Nepieciešams:

1. Tūrisma MVU nepieciešams, lai būtu labāk informēti par KSA, īpaši par KSA vērtībām uz tiem, un to, kā viņi var īstenot
2. Izmeklēt turpmākus šķēršļus KSA īstenošanai MVU
3. Nostiprināt nepieciešamās cilvēka kompetenci un spējas gan privātajā, gan valsts ieinteresētajām personām

Paredzamais rezultāts:

1. Palielināts izpratni un pieņemšanu KSA MVU un attīstīt veidus nepārtrauktu uzraudzību un pārbaudi attīstību šajā jautājumā
2. Tūrisms padomēm, tūrisma asociācijām un pašvaldībām par 3 dažādām Beļģijas reģioniem saprast šķēršļus un ierosināt instrumentus, lai atbalstītu MVU, īstenojot KSA
3. PIA mācību programmas institūcijas tūrismā satur moduļus KSA īpaši pielāgotiem MVU

Veicamās darbības:

1. Veicināt un paaugstināt informētību par KSA, tieši MVU, kā arī netieši tūrisma asociācijām, tūrisma padomes, pašvaldības, kas var sniegt palīdzību tūrisma MVU
2. Tehniskais un finansiālais atbalsts ir pieejams, lai pārvarētu šķēršļus, ar ko saskaras tūrisma MVU, pieņemot un īstenojot KSA
3. Iestādēm profesionālās izglītības un viņš tūrismā ir informēti par to, cik svarīgi KSA izglītības unjāmudina iekļaut to savā mācību programmā

Atbildīgās iestādes:

1. Valsts un reģionālā (flāmu, Wallon un Briseles reģions) valdības, Tūrisms domes, Tūrisma asociācijas, federācijas MVU, Tirdzniecības palāta
2. Valsts un reģionālā (flāmu, Wallon un Briseles reģions) valdības, Tūrisms domes, Tūrisma asociācijas, federācijas MVU, Tirdzniecības palāta
3. Ministrijas Izglītības un flāmu, franču un vācu kopienām; Institūcijas vidējā un augstāko izglītību tūrismā

Latvija

Nepieciešams:

1. Palielināt izpratni par KSA mazajos un mikro uzņēmumos tūrisma sektorā.
2. Sagatavot nelielos tūrisma uzņēmumus, lai tie būtu informēti par pieaugošo KSA izpratni un prasībām dažās tirgus grupās.
3. Iegūt pieejamas efektīvas bezmaksas KSA vadības sistēmas priekš mazajiem un mikro tūrisma uzņēmumiem.

Paredzamais rezultāts:

1. KSA filozofijas veicināšana un ieguvumu demonstrēšana, izmantojot labāko praksi.
2. Ar KSA saistīto praktisko apmācību pilnveidošana un pieejamības veicināšana, lai to īstenotu mazajos un mikro uzņēmumos.

Veicamās darbības:

1. Izveidot KSA entuziastu grupu - ieinteresētās personas no visām iesaistītajām nozarēm (tūrisma business, apmācības un izglītība, KSA praktiķi un eksperti, pašvaldības, valdība uc), lai izstrādātu KSA īstenošanas stratēģiju mazajās un mikro tūrisma uzņēmējdarbībās.
2. Uzsākt viegli saprotamas KSA pārvaldības sistēmes izveidi, kas tiktu radīta priekš mazajiem un mikrouzņēmumiem tūrismā.
3. Regulēt attiecības starp mācību iestādēm un tūrisma nozari, lai piedāvātu atbilstošas apmācības.

Atbildīgās iestādes:

Iestādes ir atbildīgas, lai veicinātu un atbalstītu KSA iniciatīvu rašanos no uzņēmējdarbības, apmācībām un NVO sektorā.

Rumānija

Nepieciešams:

1. Uzturēt caur politisko, administratīvo un leģislatīvo pasākumi visas KSA principus, ne tikai uzņēmumiem, bet arī attiecībā uz MVU.
2. Vietējā / reģionālā - ietekme uz vietējo / reģionālo pašvaldību KSA projektos kopā ar uzņēmumiem, MVU un izglītības iestādēm.
3. Valsts - uzlikt visiem uzņēmumiem un MVU publicēt KSA ziņojumus, lai veicinātu KSA vērtības un filozofiju.

Paredzamais rezultāts:

1. Palielinot KSA veicināšanu visos līmeņos - uzņēmumiem, MVU, tūrisma asociācijas, valsts un vietējās iestādes.
2. Publicējot KSA ziņojumus ar visiem uzņēmumiem.
3. Izglītība un zināšanas par tūristiem par KSA tūrisma aģentūrām vai viesnīcu ķēdēm, lai izvēlēties atbildīgus galamērķi vai tūrisma pakalpojumus.

Veicamās darbības:

1. Ieviest KSA kursu mācību programmā Tūrisma bakalaura un maģistra programmās, universitātēs, kā arī mācību programmās vidusskolās / koledžās, kas specializētas tūrismā. Šajosursos, ir obligāti iekļaut īpašu pieeju MVU (varbūt atsevišķs modulis MVU). Kursa saturs būtu pielāgoties MVU reālās, praktiskajām vajadzībām. Vairāk nekā, ka attiecībā uz dažiem jautājumiem, ir piemērota aicināt vadītājus MVU uzrādīt pie studentiem reālas gadījumos, reālas problēmas, no praktiskā viedokļa, aicinot studentiem piedāvāt risinājumus vai, lai atrisinātu problēmas.
2. Lai izveidotu tiešsaistes platformu, kā apkopotājs tūrisma MVU, kuri vēlas koncentrēt savus centienus sociālo atbildību.
3. Lai veicinātu labāku zaļo tūrismu, atbildīgu tūrismu, lauku tūrismu vai ekotūrismu

Atbildīgās iestādes:

Visas valsts iestādes ir atbildīgas, lai atbalstītu, veicinātu un pat izveidot KSA iniciatīvu. Uzņēmumiem, tostarp MVU, ar NVO, tūrisma asociācijas, universitātes un skolas, masu mediji arī atbild, lai veicinātu atbildīgu tūrismu, KSA, un izglītojot visus klientus.

Francija

Nepieciešams:

1. Noteikt galvenos šķēršļus ar kuriem MVU saskaras, īstenojot KSA politiku un ierosinot risinājumus.
2. Uzlabot zināšanas MVU par KSA.
3. Dizainēt specializētus rīkus un teorijas par KSA praksi MVU.
4. Attīstīt cilvēkresursus, lai reklamētu KSA politiku MVU.

Paredzamais rezultāts:

1. Apzināt šķēršļus, piemēram; resursu trūkums - cilvēkresursu, finanšu vai pat personiskās īpašības īpašniekiem vai organizatoriskajiem īpašībām firmas. Daži no risinājumiem tiek risināti ar trim citiem rezultātiem, ko paredzēts.
2. Nu veidojas par to, cik svarīgi KSA. Lielāku izpratni par ieguvumiem, lai visām ieinteresētajām pusēm.
3. Pieejamība scenāriju balstītu rīku, pielāgoti KSA procesa vadlīnijas, ko veic MVU.
4. Labi motivēti, izdarījis un entuziasma darbinieki nodarbojas ar pieņemšanā un īstenošanā KSA politiku un darbības.

Veicamās darbības:

1. Empīriskā izpēte problēmām un šķēršļiem ar ko MVU saskaras.
2. Izstrādāt gadījumu izpēti attiecībā uz ieguvumiem no KSA prakses. Vadlīnijas un izglītēt par MVU no sponsorēšanas organizācijām. Akcija īsus KSA kursus vietējās koledžās / universitātēs.
3. Pētot dinamiku KSA MVU, kritiskos veiksmes faktorus valdības iniciatīvām, lai radītu kopīgu atbildību, iespējas, kas atbalsta attīstībā KSA rīcību.
4. Procesu izveidi, lai nodrošinātu, ka darbinieki ir iesaistīti KSA prakses, organizējot KSA uzdevumus starp darbiniekiem un apņemoties darbiniekus KSA komunikāciju.

Atbildīgās iestādes:

1. Pētniecības iestādes, universitātes, augstākās izglītības koledžas un dažādas viesmīlības un tūrisma asociācijas .
2. Izglītības iestādes, koledžas, universitātes un citas apmācības iespējas, izglītības ministrijas un profesionālās tirdzniecības asociācijām.
3. Ilgtspējīgas asociācijas, tirdzniecības organizācijas, koledžas un universitātes.
4. Profesionālās asociācijas, izglītības organizācijas, koledžas, universitātes un tirdzniecības organizācijas.

Nepieciešams:

1. Uzlabot informētību par tūrisma MVU svarīgumu KSA politikas īstenošanā.
2. Izglītojot un apmācot tūrisma MVU darbaspēku, lai uzlabotu zināšanas par KSA.
3. Veicinot plašāku atzišanu, organizācijas, kas ir pielāgoti KSA filozofiju.
4. Sniegšana finanšu stimulu tūrisma MVU.

Paredzamais rezultāts:

1. Palielināts līdzdalība MVU tūrisma nozarē praktizē KSA.
2. Darbaspēks un īpašnieki MVU, kas ir izglītoti un zinoši par priekšrocībām, ko pieņem KSA politiku.
3. Uzlabots dalību iestādēm, piemēram, LARTA un līdzīgas apvienības.
4. Augstākā līdzdalība MVU, pieņemot KSA iniciatīvu.

Veicamās darbības:

1. Organizēt informatīvus pasākumus un tiešu saziņu par ieguvumiem KSA, lai uzturētu ilgtspējīgu tūrisma nozari Lietuvā.
2. Piegādāt īsā KSA apmācības kursus tūrisma MVU visā Lietuvā.
3. Uzaicināt MVU valstu / reģionu apbalvošanas ceremonijas, kurā īpaša atzišana tiek dota, lai KSA čempioniem.
4. Veicināt pieejamību finanšu kvotu MVU no valdības un NVO.

Atbildīgās iestādes:

1. Valsts, reģionālās un vietējās organizācijas / padomēm.
2. Izglītības iestādes, universitātes un profesionālās koledžas.
3. Profesionālās asociācijas un speciālistu organizācijām, piemēram, LARTA.
4. Arodapvienības, videi radītā aktivistu grupām un valsts organizācijas.

Secinājumi:

Veiktais pētījums no Linh Chi Vo (2011) puses koncentrējas uz KSA MVU, kam ir svarīga loma Eiropas ekonomikā un to unikālās īpašības padara to ļoti grūti pielāgoties KSA politiku lielos uzņēmumos. Pētījuma secinājums ir ierosinājusi trīs dažādus veidus, kā uzlabot KSA integrēšanu starp MVU.

Pirmkārt, būtu jācenšas attīstīt specializētus teorijas un instrumentus KSA MVU. Mums ir vajadzīga pilnīgi jaunu komplektu teorētisko un konceptuālo rīkiem, kas var tikt galā ar unikālu konkurences izaicinājumiem un institucionālo ierobežojumiem, kas saskaras MVU, inovatīvs teorētiskais pamatojums ir vajadzīgi, lai pētītu KSA MVU un atbildēt uz jautājumiem, piemēram: Ko KSA nozīmē MVU un privātie uzņēmumi? Kā sociālie un institucionālie ierobežojumi tās saskaras atšķiras no tiem, ko lielo valsts korporācijas saskaras? Kā sabiedrība var radīt institucionālos vidi, kas veicina uzņēmumu sociālo atbildību attiecībā uz visiem uzņēmumiem, tostarp MVU? (Lee, 2008). Lai sasniegtu šo mērķi, ir svarīgi izpētīt dinamiku KSA MVU (Nielsen un Thomsen, 2009). Īpaši faktori iekšējās un ārējās uz mazo uzņēmumu, kas ietekmē pārmaiņu procesus ceļā uz KSA uzvedību nepieciešama tālāka attīstība. Prioritāte šajā sakarā ir izpētīt, kā vadības spējas atbalstu attīstībā organizatoriskās atslābums un KSA rīcību. Arī šīs spējas, kas ļauj mazajiem uzņēmumiem, lai efektīvi risinātu resursus pāri robežām to organizāciju nepieciešama tālāka attīstība. Turklāt, palielinot zināšanas par kritisko veiksmes faktoriem valdības iniciatīvām, lai radītu kopīgu atbildību būtu izdevīgi mazo uzņēmumu īpašniekiem, vadītājiem, politiķiem un akadēmiķiem.

Otrkārt, ir nepieciešama izpēte, lai noskaidrotu piemērotu metodi, lai uzlabotu zināšanas par MVU par KSA. Gadījumu izpēte ir svarīgi. Ciets pierādījumu kopums var būt būtisks ieguldījums, lai veicinātu pieņemšanu KSA starp mazajiem uzņēmumiem. Ja MVU var saskatīt specifisku prakse, ka ietekmes ienesīgumu un uzņēmējdarbības uzlabošanu, tie būs lielāka iespēja iesaistīties. Īpaši MVU ir jāzina vairāk par iespējamiem ieguvumiem no sociāli atbildīgas prakses (Castka et al., 2004).

Lai arī dalība akadēmiķi un praktiķi palīdzēs integrēt KSA MVU vidū, tas pats par sevi nav garantēt, ka mazie uzņēmumi būs pilnībā iesaistīties debatēs par sociālo atbildību. Ir vajadzīga arī turpmāka apņemšanās no valsts iestādēm, lai uzlabotu biznesa ētiku MVU vidū (Tilley, 2000). Tādējādi, ir nepieciešama turpmāka izpēte, lai veicinātu uzlabojumus no valsts iestāde.

Tiek ierosināts, ka ļauj dialogu un tīklu starp MVU par KSA pieņemšanā un īstenošanā palīdz uzlabotu savas zināšanas par tēmu. Pamatā racionāls, ka MVU īpašnieki ir solitārs savā pārvaldībā firmas. Vienīgais rezultātā trūkst zināšanu par konkrētiem jautājumiem. Ar dialoguing un tīklu ar saviem vienaudžiem, MVU īpašnieki var būt daudz labāka izpratne un lielāku izpratni par KSA. Vēl viens veids, kā uzlabot MVU zināšanas par KSA ir nodrošināt apmācību un seminārus par šo jautājumu. Vadlīnijas un apmācības KSA īstenošanas procesa laikā, ir arī ļoti svarīgi, kā mācīšanās darot, ir efektīvs veids, kā iegūt zināšanas. Lai sasniegtu šo mērķi, atbalsts no valdības iestāde vai atbalsta organizācijas ir ļoti svarīga. Tā kā MVU ir daudz, un ģeogrāfiski izkaisīti, tikai ar palīdzību no dažiem jumta organizācija tos var pulcēt un apmaiņa par KSA. Tikai ar sponsorēšanu no pilnvarota organizācija, kas norādījumi un apmācība var sniegt. Tāpēc zinātnieki jācenšas izpētīt, kā, lai veicinātu dialogu un tīklu starp MVU par KSA un to, kā iegūt norādījumus un apmācības no sponsorēšanas organizācijām.

Turklāt tiek apgalvots, ka pētnieki ir jāiet tālāk par jautājumu par uzlabotu zināšanas par MVU par KSA izpētīt, kā motivēt to pieņemšanu un īstenošanu KSA. Nav pietiekami daudz zināšanu par biznesa scenāriju un šķēršļiem un vadītājiem MVU-KSA attiecības (2004 Castka et al.). Kas mums ir zināms tik tālu, ka MVU KSA motīvi un iniciatīvas atšķiras no lielākiem uzņēmumiem. Mums ir arī dažas teorijas, paskaidrojot mašīnistus MVU pieņemšanas KSA. Tie ietver institucionālo teoriju, ieinteresēto pušu teoriju un sociālā kapitāla teorijas. Empīriski pētījumi par vadītājiem KSA MVU var raksturot kā trūcīgi. No otras puses, galvenie šķēršļi KSA darbības ir MVU īpašnieku raksturojums un organizatoriskie līdzekļi, kas ir unikāla ar MVU. Šie autovadītāji un barjeras ir minēts literatūrā. Bet ir neizpratne, kā rīkoties ar tām. Pētījumi par šo tēmu var izgatavot rezultātus, kas norāda, kā tikt galā ar barjerām KSA pieņemšanu un īstenošanu MVU.

Treškārt, ņemot vērā īpašo raksturu MVU, darbinieki ir svarīgas ieinteresētās puses. Mūsu literatūras apskats parādīja, ka MVU vadītāji patiesi rūpējas par saviem darbiniekiem. Tomēr lielu plaisu literatūrā ietver lomu darbinieku KSA MVU. Pētniecībai būtu pārsniegt tādos jautājumos kā nodokļi par firmas saviem darbiniekiem vai KSA ietekmi uz darbinieku labklājību un darbā, lai pārbaudītu, kā KSA var gūt labumu un darbojas sadarbībā ar KSA praksi. Cilvēku resursu vadība (CRV), var dot nozīmīgu ieguldījumu veiksmīgā KSA MVU. Šo mērķi var sasniegt vairākos veidos. Pētījumi var veikt, sadarbojoties starp KSA un CRV pētniekiem. Katrs no zinātnieku grupa var sniegt savu skatījumu uz kopējo projektu, tā ka saikne starp KSA un CRV var pilnībā izmeklēti. Darbinieku piedalīšanos pētniecības procesā, ir arī svarīga. Viņu piedalīšanās sniedz ieskatu no cilvēkiem šajā jomā, kas attiecas uz faktisko kontekstu MVU. Viņi var piedalīties kā avotu, datu vākšanu vai kā sarunu partnerus pētniecības procesā. Kad darbinieki aktīvi iesaistīties akadēmiskie pētnieki savā pētniecības projektā, tie kļūst aktīvis kādā rīcību pētniecības procesā.

Godīgā Tūrisma Projekta Eiropas Aptauja ir uzsvērusi jomas, kurās darbība ir vajadzīgi MVU iekļaut KSA savā biznesā. Šīs jomas ir parādīti zemāk, kopā ar politikas ieteikumiem par katru no tiem.

○ **Informētības paaugstināšana KSA par tūrisma MVU**

Ir labi zināms, ka korporatīvā sociālā atbildība (KSA) ir ļoti svarīga MVU. KSA var būt līdzeklis, lai MVU iegūt un turēt uz stratēģiskajiem resursiem, piemēram, inovācijas, cilvēkresursiem un klientiem. Turklāt, KSA ir pozitīva ietekme uz uzņēmumu reputāciju, kā rezultātā samazinās iekšējo un ārējo risku. Tomēr, lai gan daudzi no lielākajiem lieliem uzņēmumiem attīstīt CSR, daži MVU pieņemt šādu stratēģiju. Iemesls ir tas, ka KSA nevar uztvert būt par jebkuru vērtību īpašniekam - pārvaldnieks. Ja līderis neatzīst korporatīvās sociālās atbildības vērtības, ir mazāka iespēja CSR stratēģija tiks īstenota. Turklāt MVU nav tāda pati piekļuve informācijai, kā lieliem uzņēmumiem un varbūt institucionālā saziņa par KSA nav pietiekami vērsta uz MVU. Tad daudzi no šiem uzņēmumiem nezina principi un priekšrocības KSA.

Ieteikumi:

- Izstrādāt labākas zināšanas KSA attīstībai tūrisma MVU, un jāapzinās izaicinājumiem šādu īstenošanu ar šiem uzņēmumiem. Turklāt atbilstība un ieguvumi no KSA, lai to palielināt MVU motivāciju un to līmeni, pieņemšanas KSA.

- Pētnieki (uzņēmējdarbība un mazo uzņēmumu, ekonomika un citi sociālās zinātnes), praktiski specializēti īstenošanā KSA stratēģijas, uzņēmējiem īsteno KSA un iestādēm ir ieinteresēti šajā jautājumā (valdības, rajoni, reģioni), var veicināt šo.
- Ievadīt tūrisms MVU esošajiem instrumentiem KSA novērtējuma. Piemēram, instruments EDP izstrādāta Lielbritānijā.
- Saglabāt visām KSA principiem caur politisko, administratīvo un likumdošanas pasākumiem, ne tikai lielajiem uzņēmumiem, bet arī attiecībā uz MVU. Valsts iestādes var, piemēram, veikt publicēšanu KSA ziņojumu obligāts MVU.

2. **KSA Apmācības programmas MVU:**

Profesionālā izglītība un apmācība, kā arī augstākās izglītības iestādēs ir svarīga loma, izstrādājot un izplatot apmācību par KSA konkrēti paredzētas tūrisma MVU. Ir jau daudz lielisku apmācību kursi par KSA visā ES, bet ir ļoti ierobežots skaits specializējas apmācību MVU, kas ir tūrisma nozarē.

Ieteikumi:

- Iekļaut KSA mācību kursu tūrisms MVU šajā mācību programmās profesionālās izglītības un augstākās izglītības iestādes. Caur Godīgā Tūrisma projektu, projekta grupa (kas sastāv no iestāžu PIA un VET no dažādām ES valstīm) ir izstrādājusi šādu mācību kursu. Tā var kalpot par piemēru vai iedvesmu citām Eiropas iestādēm profesionālās izglītības iestādēm.
- Izstrādāt pielāgotus apmācības programmas par tūrisma MVU KSA. Turklāt, īstenošanas posmā KSA laikā sniegt konkrētu atbalstu.
- Izstrādājot un izplatot mācību / treniņu programmas, tas ir arī ļoti svarīgi apsvērt diferencēšanu tūrisma apakšgrupas sektora vajadzībām, piemēram, tūrisma operatori, izmitināšanas pakalpojumu sniedzējiem un pārtikas un dzērienu uzņēmēji.
- Adaptēt KSA apmācības mācību saturs stingri attiecībā uz praktiskajiem aspektiem VET / PIA programmās, kas attiecas uz MVU. Saistot teoriju ar praksi, ir būtiska, lai palielinātu motivāciju izglītojamo. Ielūgt vadītājus MVU kā vieslektori uzrādīt reālus gadījumus un problēmas no kā praktiskā viedokļa, lai studentiem piedāvāt risinājumus un atrisināt reālas problēmas.
- Izstrādāt tiešsaistes virtuālo mācību vidi piegādes KSA mācību kursu, lai darbinieki var piekļūt mācīšanos jebkurā laikā un no jebkuras vietas. Tas arī izskaustu nepieciešamību īstenojot un iepilināšanas dārgu programmatūru.

3. **KSA finansējums MVU**

MVU tūrisma nozarē bieži darbojas ļoti zemu ienesīguma uz ieguldītā kapitāla. Tādējādi padarot to ļoti grūti dažiem MVU ieguldīt saprātīgu summu finanšu budžeta un personāla laiku pret KSA.

Ieteikumi:

- Sniegt finansiālu atbalstu, kas īpaši vērsta uz MVU (tūrisma nozarē), lai īstenotu KSA
- Mudināt Eiropas Savienības, valstu valdības aģentūrām ir noteikumu par dažādiem finanšu stimuliem.

- ♦ Motivēt MVU investēt KSA caur KSA ir nodaļās shēmu MVU valsts un / vai ES līmenī.

4. **Papildus pētījumi par KSA programmām MVU:**

Godīga tūrisma projekts, izmantojot Eiropas apsekojuma, ir nojume skaidrāku priekšstatu par faktisko situāciju KSA tūrisma MVU un paredzēti KSA apmācības kursā, lai kompensētu trūkumu KSA zināšanu starp MVU tūrisma nozarē. Mēs iesakām, ka turpmāka izpēte un izstrāde būtu jāveic.

Ieteikumi:

- ♦ Monitorings KSA izpratni un īstenošanu, ko MVU, kas tūrisma nozarē
- ♦ Atkārtotot Eiropas aptauju periodiski attiecīgajās valstīs, lai norādītu uz progresu, kas būtu ariattiecināt uz citām Eiropas valstīm.
- ♦ Izplatot no Godīga Tūrisma KSA apmācības kursu citiem PIA un VET iestādes visā Eiropā
- ♦ Mācību saturu periodiski apsver atgriezenisko saiti no dalībniekiem KSA mācību kursi uzlabošana
- ♦ Identificējot turpmākus treniņu nepieciešamība arī efektīvākajām un atsaucīgi mācību metodes
- ♦ Izveide valsts un starpvalstu tīkliem veltīta KSA tūrisma MVU
- ♦ Izstrāde vieglu KSA vadības sistēmu, kas būtu saistīti ar mazajiem un mikro uzņēmumiem ar tūrismanozari



Projekta partneri apmeklējums sākotnējo Stralsund "Bismarks-silķu" zivju veikalu, Vācijā, kas tika izveidota 1871. gadā

Atsauces:

Galvenie projekta dokumenti un rezultāti ir pieejami godīga tūrisma projekta mājaslapā; www.fairtourism.eu

Castka, P., Balzarova, A. and Bamber, C. (2004). *How can SMEs effectively implement the CSR agenda?* A UK case study perspective, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11, pp. 140-149.

Chi Vo, L. (2011). *Corporate social responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 9, Issue 4, 2011.

Dodds, R. & Joppe, M. (2005). *CSR in the Tourism Industry? The Status of and Potential for Certification, Codes of Conduct and Guidelines*. Study prepared for the CSR Practice, Foreign Investment Advisory Service, Investment Climate Department

European Commission. (2010). *Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe*

European Travel Commission (2004). *European Tourism: facts and figures*

European Travel Commission. (2011). *European Tourism 2011*. Trends & Prospects Quarterly Report - Q3/2011

Jonckers. EC/DG Enterprise, Tourism Unit. (2005). General trends and skill needs in the tourism sector in Europe. In: *Cedefop Panorama series*, 115, (2005), p8

Lee, M. (2008). *A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead*, *International Journal of Management Reviews*, 10, pp. 53-73.

Nielsen, A. and Thomsen, C. (2009). *Investigating CSR communication in SMEs: a case study among Danish middle managers*, *Business Ethics: A European Review*, 18, pp. 83-93.

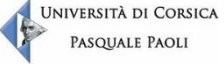
Tilley, F. (2000). *Small firm environmental ethics: how deep do they go?* *Business Ethics: A European Review*, 9, pp. 31-40.

Tuan, L.T. (2011). *Corporate Social Responsibility and Sustainable Tourism*. *Business and Economic Research*, Vol. 1, No. 1: E4, ISSN 2162-4860

UNEP, WTO (2005). *Making tourism more sustainable*. A guide for Policy Makers.

Kontakti:

Tālākiem jautājumiem, lūdzam sazināties ar projekta partneriem attiecīgajās valstīs:

 Grŵp Llandrillo Menai	Grŵp Llandrillo Menai (United Kingdom) Dr. Shyam Patiar Tel: 0044 1492 542 316  Email: s.patiar@gllm.ac.uk Web: https://www.gllm.ac.uk/
 ERNST MORITZ ARNDT UNIVERSITÄT GREIFSWALD	Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald (Germany) Prof. Wilhelm Steingrube Tel: 0049 3834 864 540  Email: steingru@uni-greifswald.de Web: http://www.uni-greifswald.de/
 Via Via TOURISM ACADEMY	ViaVia Tourism Academy (Belgium) Mr. Steven De Craen Tel: 0032 15 407 561  Email: steven@vvta.com Web: http://www.vvta.be/
 LAUKU CEĻOTĀJS	Latvijas Lauku Tūrisma Asociācija Lauku Ceļotājs (Latvija) Mrs. Antra Damberga Tel: 00371 292 857 56  Email: antra@celotajs.lv Web: http://www.celotajs.lv
	Bucharest University of Economic Studies (Romania) Mrs. Gabriela Tigu Tel: 0040 213 192 023  Email: gabriela.tigu@ase.ro Web: http://www.ase.ro
 UNIVERSITÀ DI CORSICA PASQUALE PAOLI	University of Corsica Pasquale Paoli (France) Mrs. Caroline Tafani Tel: 0033 646 411 008  Email: tafani@univ-corse.fr Web: http://www.univ-corse.fr