

LT

LT

LT



EUROPOS KOMISIJA

Bruselis, 2010.6.30
KOM(2010) 352 galutinis

**KOMISIJOS KOMUNIKATAS EUROPOS PARLAMENTUI, TARYBAI, EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI IR REGIONŲ
KOMITETUI**

**Turistų lankomiausias žemynas – Europa.
Nauja turizmo politika**

**KOMISIJOS KOMUNIKATAS EUROPOS PARLAMENTUI, TARYBAI, EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI IR REGIONŲ
KOMITETUI**

**Turistų lankomiausias žemynas – Europa.
Nauja turizmo politika**

1. ĮŽANGA

Turizmas – svarbi ekonominė veikla, daranti teigiamą poveikį ekonomikos augimui ir užimtumui Europoje. Be to, turizmas tampa vis svarbesnis Europos piliečių gyvenime: keliaujančiųjų darbo reikalais ir laisvalaikiu skaičius nuolat didėja. Šis sektorius susijęs su kultūros bei gamtos paveldu, taip pat su Europos tautų tradicijomis ir šiuolaikine kultūra. Jį plėtojant būtina derinti ekonomikos augimą, darnų vystymąsi ir etinius aspektus. Be to, turizmas padeda propaguoti Europos įvaizdį pasaulyje, skleisti mūsų vertybes ir didinti Europos – kaip daug amžių vykusių kultūrinių mainų, kalbinės įvairovės ir kūrybiškumo pavyzdžio – patrauklumą.

Pastaruoju metu Europos turizmo sektoriaus ekonominė padėtis buvo sunki, o išsiveržus Ejaftadlajokudlio ugnikalniui ji dar labiau pablogėjo. Atsiskleidė ne tik šio sektoriaus pažeidžiamumas, bet ir atsparumas, nes Europos gyventojams kelionės ir atostogos yra labai svarbios. Nuo 2008 m. visą ekonomiką apėmusi ekonomikos ir finansų krizė turėjo didelės įtakos turizmo paslaugų paklausai. Vėliau, 2010 m. balandžio ir gegužės mėn., dėl ugnikalnio pelenų nutraukti skrydžiai turėjo didelės įtakos kelionėms Europoje ir padarė daug žalos oro transporto bendrovėms, kelionių agentūroms, kelionių organizatoriams bei turistams.

Dėl šių turizmo pramonei nepalankių aplinkybių išryškėjo keletas iššūkių, kuriuos Europos turizmo sektorius turi įveikti. Todėl labai svarbu, kad visos Europos turizmo sektoriaus suinteresuotosios pusės sutelktų jėgas ir bendradarbiautų vykdydamos bendrą politiką, kuria būtų atsižvelgiama į naujus strategijoje „Europa 2020“ numatytus ES prioritetus. Europa turi išlikti turistų lankomiausiu žemynu, kur mokama vertinti savo regionų svarbą ir įvairovę.

Šiuo komunikatu Europos Komisija nori sudaryti palankias sąlygas koordinuoti turizmo srities iniciatyvas ir nustatyti naują veiksmų programą, kuria siekiama didinti Europos turizmo konkurencingumą ir skatinti darnų jo augimą. Todėl, naudodamasi Lisabonos sutartimi Europos Sąjungai suteiktais šios srities įgaliojimais, Komisija siūlo nemažai Europos ar tarptautinio lygmens iniciatyvų, kuriomis siekia įgyvendinti minėtus tikslus.

**2. NUO ŠIOL AIŠKIOS EUROPOS TURIZMO PRAMONĖS – VIENO IŠ SVARBIAUSIŲ
EKONOMIKOS AUGIMO VEIKSNIŲ – KOMPETENCIJOS SRITYS**

2.1. Didėjanti ekonominė svarba

Turizmas yra ekonominė veikla, skatinanti ES ekonomikos ir užimtumo augimą ir prisidedanti prie kaimo ir kalnų vietovių, pakrančių ir salų, atokių, atokiausių ar

konvergencijos siekiančių regionų vystymosi, ekonominės ir socialinės integracijos. Europos turizmo pramonėje¹ veikia maždaug 1,8 mln. įmonių (daugiausia MVI), dirba 5,2 proc. visų dirbančiųjų (tai yra maždaug 9,7 mln. darbo vietų, kurių didelė dalis tenka jauniems žmonėms). Daugiau kaip 5 proc. Europos Sąjungos BVP sudaro šio sektoriaus pajamos, kurios nuolat auga². Turizmas – trečia pagal mastą socialinė ir ekonominė veikla Europos Sąjungoje po prekybos ir platinimo bei statybos pramonės. Atsižvelgiant į kitus su turizmu susijusius pramonės sektorius³, galima teigti, kad turizmo sektoriaus indėlis kuriant BVP yra dar didesnis: jame sukuriama daugiau nei 10 proc. Europos Sąjungos BVP ir apie 12 proc. visų darbo vietų. Paskutinių dešimties metų tendencijos rodo, kad užimtumo didėjimas turizmo sektoriuje beveik visuomet buvo didesnis nei kituose ekonomikos sektoriuose.

Be to, Europos Sąjunga išlieka turistų lankomiausiu regionu: 2008 m. ES aplankė 370 mln. turistų iš viso pasaulio (tai daugiau nei 40 proc. visų pasaulio turistų⁴). 7,6 mln. turistų atvyko iš BRIK šalių (Brazilijos, Rusijos, Indijos ir Kinijos), o tai gerokai daugiau, palyginti su 4,2 mln. turistų 2004 m. Atvykstančių turistų dėka gauta 266 mlrd. eurų pajamų, iš kurių 75 mlrd. eurų gauta iš turistų, atvykstančių iš ne Europos Sąjungos šalių⁵. Keliaujančių Europos gyventojų buvo apie 1,4 mlrd., iš kurių apie 90 proc. keliavo po Europos Sąjungą. Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) tyrimai rodo, kad ateinančiais metais iš viso pasaulio į Europą atvykstančių turistų turėtų daugėti. Europos gyventojai sudaro ir didžiausią besilankančių trečiojoje pasaulio šalyse turistų dalį, o daugeliui šių šalių tai yra labai svarbus pajamų šaltinis. Šie duomenys rodo, kad turi būti stiprinama ES įvažiuojamojo turizmo politika, siekiant išlaikyti turistų iš trečiųjų šalių srautus ir paremti ES partnerius, ypač Viduržemio jūros regione.

2.2. Lisabonos sutartimi patikslintos kompetencijos sritys ir daugelis kitų ankstesnių ES veiksmų

Jau keletą metų Europos Komisija, konsultuodamasi su valstybėmis narėmis ir turizmo asociacijomis, deda nemenkas pastangas, kad būtų įgyvendinti Europos turizmą ir jo konkurencingumą skatinantys veiksmai⁶. Be to, Komisija įdiegė integruotą ir labai pažangią keleivių ir vartotojų (įskaitant neįgaliuosius ir riboto judumo asmenis) apsaugos sistemą visose transporto priemonėse⁷.

Ilgainiui Europos Sąjunga padėjo Europos turizmo politikos pagrindus, didžiausią dėmesį skirdama turizmo konkurencingumą lemiantiems veiksniams ir atsižvelgdama į darnaus vystymosi reikalavimus. Turizmo svarba pripažinta įsigaliojusioje Lisabonos sutartyje. Įsigaliojus sutarčiai Europos Sąjunga gali remti, koordinuoti ir papildyti valstybių narių

¹ Tradiciniai kelionių organizatoriai ir kitų turizmo paslaugų teikėjai (viešbučiai, restoranai, kelionių agentūros, automobilių nuomos bendrovės, užsakomųjų skrydžių bendrovės, turistiniai autobusai, kruiziniai laivai ir t. t.), kurie tiesiogiai klientams tiekia prekes ir teikia paslaugas.

² 2009 m. rugsėjo mėn. Europos Sąjungos turizmo sektoriaus konkurencingumo analizė (http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

³ Platinimo, statybos sektoriai, transporto bendrovės (oro, geležinkelių, jūrų transporto, tolimojo susisiekimo autobusų bendrovės ir t. t.), taip pat kultūros sektorius (kultūros ir kūrybos pramonė).

⁴ 2010 sausio mėn. Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) tyrimas, 8 tomas.

⁵ Eurostato leidinys „Statistics in Focus“, 23/2009 (mokėjimų balanso statistika).

⁶ Komisijos komunikatas „Darnaus ir konkurencingo Europos turizmo darbotvarkė“, COM(2007) 621 galutinis; „Atnaujinta ES turizmo politika: glaudesnė partnerystė Europos turizmui skatinti“, COM(2006)134 galutinis.

⁷ http://ec.europa.eu/transport/passengers/index_en.htm.

veiksmus šioje srityje. Aiškiau apibrėžtos turizmo sektoriaus kompetencijos sritys yra didžiulis laimėjimas, leidžiantis pradėti suderintus veiksmus.

Pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 195 straipsnį Europos Sąjunga gali:

- skatinti įmonių konkurencingumą šiame sektoriuje ir sukurti įmonių plėtrai palankią aplinką,
- remti valstybių narių bendradarbiavimą, ypač keičiantis geraja patirtimi,
- ir plėtoti integruotą turizmo strategiją, užtikrinant, kad į turizmą būtų atsižvelgiama kitose šios politikos srityse.

Ši nauja teisinė sistema suteikia galimybę įgyvendinti Europai ypač palankius veiksmus, kuriais taip pat siekiama sumažinti administracinę naštą. Šie veiksmai bus naudingi visoms Europos Sąjungos šalims, labiau ar mažiau besistengiančioms vystyti turizmo sektorių.

3. EUROPOS TURIZMO PRAMONĖ. IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS

Europos turizmo sektoriui keliami dideli iššūkiai, tačiau kartu tai ir naujos galimybės. Viena vertus, turizmo pramonė turi prisitaikyti prie visuomenės pokyčių, kurie nulemia turizmo paslaugų poreikį. Kita vertus, ji turi atsižvelgti į dabartinės sektoriaus struktūros nulemtus apribojimus, šio sektoriaus savitumą bei ekonomines ir socialines aplinkybes.

Sudėtinga Europos turizmo padėtis dar labiau pablogėjo išsiveržus Ejařjadlajokudlio ugnikalniui.

Visų pirma, nuo 2008 m. visą ekonomiką apėmusi ekonomikos ir finansų krizė turėjo didelės įtakos turizmo paslaugų paklausai. Europos gyventojai nenustojo keliauti, bet prisitaikė prie pakitusių aplinkybių: dažniau rinkosi artimesnes lankytinas vietas, trumpino viešnagę ar mažino išlaidas⁸. 2009 m. turizmo veikla Europoje sumažėjo apie 5,6 proc. Šis bendras skaičius neatspindi didelių skirtumų: kai kurie regionai (ypač Rytų ir Šiaurės Europos) labai nukentėjo, juose turistų skaičius sumažėjo net iki 8 proc. Krizė tęsiasi, o turizmo veiklos augimo perspektyvos vis dar nedidelės. Nors PTO numato, kad nuo 2010 m. daugės turistų iš viso pasaulio, gali būti, kad Europos turizmo sektorius atsigaus lėčiau nei kitų regionų (pvz., Azijos).

Padėtis pasunkėjo 2010 m. balandžio ir gegužės mėn. nutrūkus skrydžiams dėl vulkaninių pelenų debesų. Nors padarytą žalą sunku įvertinti, remiantis kai kuriais skaičiavimais teigiama, kad daugiau nei 2 mln. turistų iš viso pasaulio atšaukė keliones, o kelionių organizatoriai patyrė beveik 1 mlrd. eurų tiesioginių išlaidų. Reikia pridurti, kad viešbučių verslo ir kitų su turizmu susijusių sričių sektorių patirtus nuostolius vos ne vos kompensavo kai kurių kitų paslaugų sektorių (pvz., automobilių nuomos ar taksi) gautas pelnas. Siekiant įvertinti dėl vulkaninių pelenų kilusios krizės poveikį turizmui, per 2010 m. balandžio 28 d. Europos Komisijos surengtą vaizdo konferenciją su už turizmą atsakingais valstybių ministrais ir sekretoriais **buvo nagrinėjamos atšauktų skrydžių pasekmės ir tam tikri galimi veiksmai.**

⁸ 2009 m. Europoje turistų iš viso pasaulio skaičius sumažėjo maždaug 5,6 proc., o kai kuriuose regionuose (ypač Rytų ir Šiaurės Europos) – 8 proc. (2010 sausio mėn. Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) tyrimas, 8 tomas).

Dėl tokios padėties turizmo sektorius turi prisitaikyti prie naujų sunkumų. Šiuo metu turizmo veiklos raidą Europoje lemia daugelis veiksnių.

Turizmo pramonė, kaip ir bet kuris kitas ekonomikos sektorius, susiduria vis didėjančia pasauline konkurencija: besiformuojančios ekonomikos šalys arba besivystančios šalys pritraukia vis daugiau turistų. Siekdama atlaikyti šią konkurenciją Europa turi pasiūlyti ilgalaikių ir kokybiškų turizmo paslaugų, pabrėždama savo pranašumus: kraštovaizdžio įvairovę ir išsivysčiusią kultūros lobyną⁹. Europa taip pat turi stiprinti bendradarbiavimą su tomis šalimis, kurių gyventojus, gerėję jį gyvenimo lygiui, galėtų sudominti Europos lankytinos vietos.

Kitas svarbus uždavinys yra susijęs su Europos demografinė raida ir dėl to pakitusiu turistų elgesiu ar atsiradusiais naujais jų lūkesčiais. Kad turizmo pramonė išliktų konkurencinga, ji turi greitai reaguoti į šiuos pokyčius. Manoma, kad 2020 m. 20 % visų gyventojų sudarys vyresni nei 65 metų žmonės. Ši gyventojų grupė (perkamąją galią ir laisvo laiko turintys žmonės) yra labai svarbi turizmo rinkai. Antra vertus, sektorius turi prisitaikyti prie šios grupės poreikių. Be to, siūlant turizmo paslaugas, reikia atsižvelgti į vis gausesnį specialiųjų poreikių turinčių riboto judumo turistų būrį (naujausiais duomenimis – 127 mln. žmonių).

Kiti struktūriniai uždaviniai irgi turi būti įtraukti į turizmo politiką. Siūlant turizmo paslaugas reikia atsižvelgti į su klimato kaita susijusius sunkumus, vandens ir energijos išteklių stoką, suvaržymus saugant biologinę įvairovę ir dėl masinio turizmo kultūros paveldui kylantį pavojų. Turizmo įmonės turi suvartoti mažiau geriamojo vandens kilus sausros pavojui, mažinti išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį ir poveikį aplinkai.

Kintančios Europos klimato sąlygos galėtų lemti artimiausių metų kelionių struktūros pokyčius ir turėti įtakos turizmui kai kuriose lankytinose vietose. Sumažėjus sniego dangai Europos kalnuose galėtų sumažėti žiemos turizmo mastas. Be to, dėl kylančio jūros lygio galėtų pasikeisti turizmo pakrančių zonose ypatybės. Vykdamas Europos ir nacionalinę turizmo politiką reikės atsižvelgti į visus šiuos struktūrinius pokyčius: reikės ne tik priimti struktūrinį nedarbą mažinančių priemonių, bet ir užtikrinti veiksmingą investicijų į turizmą paskirstymą.

Dėl informacinių ir ryšių technologijų (IRT) raidos ir vis dažnesnio jų naudojimo labai pasikeitė ir turizmo pramonės ir jos klientų santykis. Įvertinus susijusių suinteresuotųjų pusių žinias apie šias technologijas, šių technologijų prieinamumo ir naudojimo lygį paaiškėjo, kad IRT naudojamos skirtingai ir tai priklauso nuo suinteresuotųjų pusių bendrųjų įgūdžių, dydžio ir padėties turizmo sektoriuje.

Susidūrusios su šiomis problemomis ir galimybėmis, turizmo sektoriaus įmonės, ypač MVĮ, dėl ribotų finansinių išteklių ir nepakankamos darbuotojų kvalifikacijos ne visuomet sugeba greitai prisitaikyti.

Galiausiai, Europos turizmo sektoriui keliami specifiniai uždaviniai, atsirandantys dėl tik jam būdingų savybių. Šie uždaviniai visų pirma susiję su vartojimo įpročiais (sezoniškumas, turistinės kelionės), o antra – su paslaugų modeliais (vertybių skalė ir lankytinos vietos). Įprasta, kad turizmo paslaugų poreikis būna labai didelis liepos ir rugpjūčio mėnesiais. Sezoniškumas ne tik turi įtakos pajamų srautams, bet ir neleidžia optimaliai išnaudoti turimos infrastruktūros ir darbuotojų.

⁹ 300 iš 800 UNESCO pasaulio paveldo objektų yra Europos Sąjungoje.

4. AMBICINGI NAUJOS VEIKSMŲ PROGRAMOS TIKSLAI

Veikiamas krizės ir vis labiau slegiančių suvaržymų Europos turizmo sektorius turi keistis ir prisitaikyti prie visų pokyčių. Europos Sąjunga turi prie to prisidėti ir remti politiką, kuria skatinamas augimas ir sudaromos patrauklesnės sąlygos turizmui.

Lisabonos sutartyje nustatytas Europos turizmo politikos pagrindinis tikslas – skatinti šio sektoriaus konkurencingumą atsižvelgiant į tai, kad ilgainiui konkurencingumas ir darni plėtra tampa neatsiejami. Šis tikslas glaudžiai susijęs su naujos Sąjungos ekonomikos strategijos „Europa 2020“ tikslais, o būtent su jos pavyzdine iniciatyva „Globalizacijos erai pritaikyta pramonės politika“. Be to, turizmas gali būti naudingas įgyvendinant kitas pavyzdines iniciatyvas (pvz., iniciatyvas „Inovacijų Sąjunga“, „Europos skaitmeninė darbotvarkė“¹⁰ ir „Naujų įgūdžių ir darbo vietų kūrimo darbotvarkė“). Aktyvesnės turizmo politikos plėtojimas, pasinaudojant sutartyse nustatytais įgaliojimais, gali padėti stiprinant bendrąją rinką.

Europos veiksmų programos pagrindinis tikslas – skatinti Europos turizmo klestėjimą. Įgyvendinant šią programą taip pat reikia išspręsti nerimą keliančius klausimus, susijusius su socialinėmis problemomis, teritorijų sanglauda ir apsauga, gamtos ir kultūros paveldo vertinimu. Be to, programoje numatyti veiksmai padės didinti turizmo sektoriaus atsparumą klimato kaitai ir mažinti jo struktūrinių pokyčių poveikį. Turizmas netiesiogiai padeda stiprinti Europos pilietiškumo jausmą, skatindamas Europos piliečių bendravimą ir mainus, nekreipiant dėmesio į kalbų, kultūrų ar tradicijų skirtumus. Svarbu, kad Europos piliečiai žinotų savo teises ir galėtų jomis pasinaudoti keliaudami po Europos Sąjungą ar už jos ribų: jie turi galėti naudotis Europos piliečių teisėmis taip pat lengvai, kaip savo šalyje. Komisija pasiūlys, kaip pašalinti kliūtis, su kuriomis susiduria Europos piliečiai, norėdami pasinaudoti turizmo paslaugomis ne savo šalyje.

Šie ambicingi Europos politikos tikslai buvo nustatyti 2010 m. balandžio 15 d. Tarybai pirmininkaujantios Ispanijos iniciatyva surengtame neoficialiame ministrų susitikime turizmo klausimais. Šis ministrų susitikimas pratęsė 2010 m. balandžio 14 d. Madride įvykusią aukščiausio lygio konferenciją, kuri tapo visuotiniu sektoriaus atstovų susirinkimu Europos turizmo klausimais. Susitikime žengtas svarbus žingsnis, kad Sąjunga ir visos valstybės narės įsipareigotų skatinti konkurencingą, tausų, šiuolaikišką ir atsakingą turizmą. ES ministrai pritarė Madrido deklaracijai, kurioje išdėstytos su Europos turizmo politikos kūrimu susijusios rekomendacijos, pabrėžiama, kad būtina stiprinti šio sektoriaus tausų konkurencingumą ir pripažįstama ES veiksmų (papildančių valstybių narių veiksmus integruota turizmo strategija) nauda turizmui.

Siekiant šių tikslų, turizmą skatinantys veiksmai gali būti suskirstyti į keturias grupes:

- (1) didinti Europos turizmo sektoriaus konkurencingumą,
- (2) skatinti tausaus, atsakingo ir kokybiško turizmo vystymąsi,
- (3) įtvirtinti ir propaguoti tausaus ir kokybiško Europos – kaip lankytinų vietų visumos – turizmo įvaizdį,
- (4) atsižvelgti į turizmą rengiant politines ir finansines ES priemones.

¹⁰ Komisijos komunikatas „Europos skaitmeninė darbotvarkė“, COM(2010) 245.

Šios keturios veiksmų grupės sudaro naujos turizmo veiksmų programos, kurią Komisija siekia įgyvendinti glaudžiai bendradarbiaudama su valstybėmis narėmis ir turizmo pramonės suinteresuotomis pusėmis, pagrindą.

5. NAUJA VEIKSMŲ PROGRAMA, PRITAIKYTA DABARTINIAMS IŠŠŪKIAMS

Atsižvelgdama į pirmiau išdėstytus tikslus ir į naują Lisabonos sutartimi nustatytą institucinę sistemą, Europos Komisija mano, kad tam tikri veiksmai gali būti įgyvendinami Europos ar pasaulio mastu, laikantis šioje sutartyje apibrėžto subsidiarumo principo ir atsižvelgiant į valstybių narių kompetenciją turizmo srityje.

5.1. Didinti Europos turizmo sektoriaus konkurencingumą

Didinti ES turizmo konkurencingumą yra labai svarbu – tai prisideda prie sektoriaus dinamiško ir darnaus augimo. Siekiant šio tikslo reikėtų skatinti naujoves turizmo sektoriuje, gerinti visų turizmo paslaugų kokybę, tobulinti profesinius darbuotojų įgūdžius, spręsti sezoniškumo problemą, siūlyti įvairesnių paslaugų ir, galiausiai, tikslinti statistinius turizmo duomenis ir analizę. Turizmo sektoriaus įtaka verslumo plėtrai labai didelė, nes daugelis turizmo įmonių yra mažosios ir vidutinės įmonės (MVI). Be to, turizmas glaudžiai susijęs su amatais ir menais, kurie taip pat svarbūs saugant kultūros paveldą ir vystantis vietos ekonomikai.

Siūlyti įvairesnių turizmo paslaugų

Europos Sąjunga gali prisidėti įvairinant turizmo paslaugas, skatindama jų mainus Europoje. Šią užduotį gali palengvinti teminių produktų pripažinimas Europos mastu. Valstybių sąveika gali skatinti turizmą ir daryti jį patrauklesniu. Tai gali apimti labai įvairų paveldą: kultūros paveldą (įskaitant ekskursijas po kultūros objektus), šiuolaikinę kultūrinę veiklą, saugomas gamtos vietas, sveikatos turizmą (įskaitant gydomąjį turizmą), šviečiamąsias keliones, gastronomiją ir vynininkystę, istorinį, sportinį ar religinį turizmą, agroturizmą ir kaimo turizmą, jūrų ir povandeninės kultūros paveldą, pramoninį paveldą ar regiono ūkinę veiklą.

Komisija pradėjo bendradarbiauti su Europos Taryba kultūros turizmo srityje, siekdama geriau įvertinti jo poveikį ir užtikrinti, kad apie tokį turizmą būtų plačiau žinoma. Pastaraisiais metais buvo pradėta kitų tarpvalstybinių iniciatyvų, pvz., nutiestos Europos dviračių trasos arba nustatyti piligriminių kelionių maršrutai (*Via Francigena* arba Santjago de Kompostelos kelias). Komisija mano, kad valstybėms būtų naudinga pripažinti ir įteisinti šias iniciatyvas Europos mastu, nes taip būtų užtikrintas jų tarptautinis pobūdis. Šis europinių iniciatyvų pripažinimas gali būti toks pat naudingas, kaip ir Europos kultūros sostinių iniciatyva, kuri yra ambicinga ir visoje Europoje žinoma kasmetinė kultūrinė programa¹¹, skatinanti vietos plėtrą ir turizmą. Šia patirtimi gali pasinaudoti ir „Natura 2000“ tinklui, kurį sudaro 17 proc. turizmo požiūriu vertingų Europos teritorijų, priklausantys regionai, jei bus laikomasi tų gamtos teritorijų apsaugos reikalavimų.

NUMATYTI VEIKSMAI

- (1) Parengti nuoseklią strategiją, kuria būtų skatinama siūlyti įvairesnes turizmo

¹¹ Palyginti su praėjusiais metais, 1995–2004 m. Europos kultūros sostinėmis paskelbtuose miestuose nakvynių skaičius išaugo vidutiniškai 12 proc.

paslaugas ir atskleisti bendro Europos paveldo vertę; visų pirma, sukurti Europos paveldo ženklą ir įgyvendinti kitas iniciatyvas, pvz., rengti Europos paveldo dienas ar teikti Europos Sąjungos kultūros paveldo apdovanojimą.

- (2) Skatinti gamtos paveldo (kurio ženklą taip pat numatoma kurti) integraciją į turizmo strategijas.

Diegti naujoves turizmo pramonėje

Naujovės ir naujos informacinės technologijos turi didelę reikšmę didinant turizmo pramonės konkurencingumą ir stiprinant mainus su kitais su turizmu susijusiais sektoriais. Įgyvendinant sąmoningumo ugdymo ir partnerystės iniciatyvas bei tinkamai naudojant įvairias nacionalines ir europines programas reikėtų skatinti nacionalines turizmo organizacijas ir privačias įmones (ypač MVI) naudoti naujas technologijas. Taip pat būtina spartinti informacinės visuomenės priemonių ir paslaugų diegimą į turizmo veiklą (ypač į MVI vykdomą veiklą), o turizmo sektoriaus suinteresuotosioms pusėms sudaryti sąlygas lengviau gauti finansavimą.

NUMATYTI VEIKSMAI

- (3) Sukurti suinteresuotosioms pusėms skirtą Turizmo informacinių ir ryšių technologijų platformą, kad turizmo sektorius ir jame dirbančios įmonės galėtų lengviau prisitaikyti prie informacinių ir ryšių technologijų rinkos raidos ir didinti savo konkurencingumą, gaunant kuo daugiau naudos iš galimos abiejų sektorių sąveikos.
- (4) Išnagrinėti galimybes stiprinti turizmo sektoriaus integraciją. Tai Komisija atliks rengdama savo būsimą komunikatą dėl elektroninės prekybos vidaus rinkoje, kuriuo bus įvertintas elektroninės prekybos direktyvos įgyvendinimas.

Tobulinti profesinius įgūdžius

Modernizuojant turizmo veiklą reikėtų stiprinti pastangas, dedamas sektoriaus darbuotojų profesiniams įgūdžiams gerinti, kad darbuotojai lengviau prisitaikytų prie naujų rinkos technologijų ir lūkesčių (pvz., sveikatos turizmo srityje) ir kad pagerėtų jų profesinis judumas. Šie veiksmai yra ir strategijos „Europa 2020“ dalis (pvz., pavyzdinė iniciatyva „Naujų įgūdžių ir darbo vietų kūrimo darbotvarkė“).

NUMATYTI VEIKSMAI

- (5) Skatinant darbuotojų mokymus turizmo sektoriuje, siūlyti kuo daugiau galimybių dalyvauti įvairiose ES programose, pvz., programoje „Leonardo“ arba Konkurencingumo ir inovacijų bendrojoje programoje bei jos paprogramėse „Erasmus“ jauniems verslininkams ir „Naujovėms reikalingi e. įgūdžiai“.

Ilginti turizmo sezoną

Optimaliau išnaudodamos esamą turizmo infrastruktūrą ir darbuotojų gebėjimus ne sezono metu, įmonės galėtų dar geriau išnaudoti infrastruktūrą ir didinti našumą, turėdamos

pastovesnį ir labiau motyvuotą personalą. Pirmas žingsnis šioje srityje – iniciatyva „CALYPSO“¹², kuria siekiama kaupti gerąją valstybių narių patirtį.

NUMATYTI VEIKSMAI

- (6) Sukurti savanoriškų turizmo mainų programą tarp valstybių narių¹³, kad tam tikros visuomenės grupės, pvz., jaunimas, vyresnio amžiaus žmonės, riboto judumo asmenys ir piniginių sunkumų turinčios šeimos, galėtų keliauti ne sezono metu.
- (7) Sukurti savanoriškų informacijos mainų sistemą, kad valstybės narės galėtų geriau derinti mokyklinių atostogų laiką ir atsižvelgti į valstybių narių kultūros tradicijas.

Gerinti turizmo sektoriaus socialines ir ekonomines žinias

Komisija mano, kad, siekiant stiprinti šio sektoriaus konkurencingumą, labai svarbu turėti geresnių Europos masto socialinių ir ekonominių žinių apie turizmą ir jo įtaką aplinkai. Svarbus žingsnis įgyvendinant šį tikslą – Direktyvos 95/57/EB dėl statistinės informacijos turizmo srityje rinkimo peržiūra, kurios metu bus atsižvelgiama į Europos turizmo raidą ir vartotojų poreikius.

Vis dėlto reikėtų žengti dar vieną žingsnį ir skatinti Europos masto bendradarbiavimą tarp valstybių narių, lankytinų vietų ir turizmo pramonės atstovų bei viešojo ir privačiojo sektoriaus atstovų, kad būtų gerinami turizmo sektoriaus statistiniai duomenys ir analizė. Todėl Komisija, kaip statistinės veiklos koordinatorė Europoje (tai pavesta Eurostatui), mano, kad būtina plėtoti mokslinių tyrimų įstaigų, universitetų, viešų ir privačių stebėsenos centrų tinklus, glaudžiai bendradarbiaujant su regionų ir nacionalinėmis valdžios institucijomis, nacionaliniais turizmo informacijos centrais, statistikos tarnybomis ir kitais šio sektoriaus atstovais. Kuriant integruotą strategiją ir siekiant didesnės sąveikos, būtina koordinuoti ir vystyti turizmo srities mokslinius tyrimus Europos lygmeniu. Taip pat svarbu bendradarbiauti su Europos ir pasaulio organizacijomis (pvz., OECD ar PTO).

NUMATYTI VEIKSMAI

- (8) Metiniame pranešime „Vartotojų rinkų rezultatų suvestinė“ Komisija užtikrins rinkos priežiūrą, įvertindama, ar Europos vartotojai patenkinti įvairiomis turizmo paslaugomis (transportu, nuoma, apgyvendinimu, kelionėmis, atostogomis ir organizuotomis turistinėmis kelionėmis).
- (9) Per trumpą laikotarpį Komisija parengs bandomąjį projektą, kurio tikslas – sukurti mokslinių tyrimų įstaigų, universitetų, viešų ir privačių stebėsenos centrų, regionų ir

¹² „CALYPSO“ – 2008 m. Europos Parlamento trejų metų laikotarpiui patvirtinta parengiamoji veikla, kuria siekiama skatinti viešojo ir privačiojo sektorių partnerystę, kurią remia Komisija, ir socialinę ekonomiką. Pagrindinis tikslas – pagal programą „Calypso“ vykstantys turistų, priklausančių keturioms tikslinėms grupėms (t. y., jaunimas, vyresnio amžiaus žmonės, riboto judumo asmenys ir piniginių sunkumų turinčios šeimos), mainai ne sezono metu, kuriuose dalyvauja bent dvi valstybės narės ir (arba) šalys kandidatės.

¹³ Geroji patirtis, ypač sukaupta Pirėnų pusiasalio šalyse, rodo, kad viešasis sektorius gali finansuoti tokias programas ir susigrąžinti investicijas (gauti daugiau nei 1,5 euro už 1 išleistą eurą), jei atsižvelgiama į pelną, gautą kuriant darbo vietas, privačiam sektoriui suteiktas papildomas galimybės ir dėl įvairesnės veiklos surinktas biudžeto pajamas. Šios pajamos taip pat daro teigiamą poveikį kilmės šalyje.

nacionalinių valdžios institucijų ir turizmo informacijos centrų tinklą.

- (10) Per vidutinės trukmės laikotarpį, atsižvelgdama į bandomojo projekto rezultatus, Komisija skatins kurti virtualaus Europos turizmo stebėsenos centrą, kad būtų remiama ir koordinuojama įvairių nacionalinių mokslinių tyrimų įstaigų veikla ir būtų teikiami Europos masto socialiniai ir ekonominiai duomenys apie turizmą.

5.2. Skatinti tausaus, atsakingo ir kokybiško turizmo vystymąsi

Turizmo sektoriaus konkurencingumas ir darni jo plėtra neatsiejami: lankytinų turistinių vietų kokybė labai priklauso nuo gamtinės ir kultūrinės aplinkos bei jų integracijos į vietos bendriją. Sąvoką „tausus turizmas“ sudaro daug aspektų: atsakingas gamtos išteklių naudojimas, atsižvelgimas į įvairios veiklos (atliekų susidarymo, veiklos, susijusios su vandeniu, dirva ir biologine įvairove) poveikį aplinkai, švarios energijos vartojimas, paveldo, turistinių lankytinų vietų gamtinio ir kultūrinio vientisumo apsauga, darbo vietų kokybės ir stabilumo užtikrinimas, atsižvelgimas į poveikį vietos ekonomikai ir turistų priėmimo kokybę. Šie principai apibrėžti nacionalinio ar regiono lygmens turizmo strategijose, nors dar nepakankamai gerai įgyvendinami konkrečiais veiksmais.

Siekdama padėti įmonėms aplinkosaugos vadybos srityje, Europos Komisija ES mastu įdiegė keletą priemonių, pavyzdžiui, Europos ekologinį ženklą, Bendrijos aplinkosaugos vadybos ir audito sistemą (AVAS). Vis dėlto Europos turizmo įmonių požiūris į tausaus turizmo vystymą yra labai įvairus. Valstybės narės taip pat gali naudotis Komisijos parengtais dokumentais, kuriais joms padedama įgyvendinti aplinkosaugos teisės aktus (tiek individualius projektus, tiek strateginio planavimo veiksmus)¹⁴.

Šiomis aplinkybėmis Komisija sieks kurti lankytinų vietų darnaus valdymo rodiklių sistemą: tuo tikslu ji galės remtis iniciatyva NECSTouR, pradėta bendradarbiaujant su konkurencingų ir tvarių Europos regionų tinklu, ir lankytinų vietų tinklu EDEN. Ši praktika turi būti taikoma plačiau, kad būtų didinama Europos lankytinų turizmo vietų, kuriose įgyvendinami veiksmingi, tausų turizmą skatinantys veiksmai, vertė. Todėl labai svarbu skatinti iniciatyvas, kuriomis propaguojamas atsakingas išteklių (energijos, vandens, žaliavų ir t. t.) valdymas, sudaromos sąlygos užtikrinti saugumą ir teikti aukščiausio lygio paslaugas, ypač pagyvenusiems ir riboto mobilumo žmonėms.

NUMATYTI VEIKSMAI

- (11) Remiantis NECSTouR ir EDEN iniciatyvomis sukurti lankytinų vietų darnaus valdymo rodiklių sistemą. Šių rodiklių pagrindu sukurti ženklą, kad būtų skatinama lankyti turizmo vietas.
- (12) Organizuoti Europos turistų sąmoningumo ugdymo kampanijas, susijusias su lankytinų vietų ir transporto priemonių pasirinkimu, ryšių užmezgimu su vietos gyventojais, kova prieš vaikų ir moterų išnaudojimą.
- (13) Remiantis nacionaline patirtimi sukurti Europos „Kokybiško turizmo“ ženklą, siekiant didinti vartotojų pasitikėjimą turizmo produktais ir jų saugumą ir apdovanoti

¹⁴ http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm.

turizmo sektoriaus specialistus už kokybiškas, klientus tenkinančias turizmo paslaugas.

- (14) Padėti Europos turizmo pramonei nustatyti su klimato kaita susijusią riziką, kad būtų išvengta investicijų praradimo ir išnaudotos alternatyvių turizmo paslaugų galimybės.
- (15) Siūlyti priimti tausaus ir atsakingo turizmo chartiją, kurios kriterijų besilaikančioms turizmo bendrovėms ir lankytinoms vietoms būtų skiriama Europos premija.
- (16) Pateikti tausaus pakrančių ir jūrų turizmo strategijos pasiūlymą.
- (17) Pradėti arba stiprinti Europos Sąjungos, pagrindinių besiformuojančios ekonomikos šalių (Kinijos, Rusijos, Indijos ir Brazilijos) ir Viduržemio jūros šalių bendradarbiavimą, siekiant propaguoti tausaus ir atsakingo turizmo vystymąsi ir dalytis gerąja patirtimi.

5.3. Įtvirtinti ir propaguoti tausaus ir kokybiško Europos – kaip lankytinų vietų visumos – turizmo įvaizdį

Europos – kaip lankytinų vietų visumos – įvaizdis daro didelę įtaką turizmo sektoriaus konkurencingumui¹⁵. Atsižvelgiant į pasaulinės konkurencijos intensyvumą ir didėjantį keliautojų iš trečiųjų pasaulio šalių skaičių ir galimą jo poveikį Europos turizmui, būtina įgyvendinti veiksmus, kuriais būtų skatinama turizmo į Europą paklausa. Europos lankytinos vietos trečiosioms šalims reklamuojamos portale „visiteurope.com“, kurį administruoja Europos kelionių komisija (EKK). Portalas pradėjo veikti 2006 m. Europos Komisijos iniciatyva.

Tausaus ir kokybiško Europos – kaip lankytinų vietų visumos – turizmo įvaizdis turi būti gerinamas. Europos lankytinų vietų propagavimas ir jų patrauklumo didinimas gali turėti didelį poveikį ekonomikai, didėjant turistų ne iš Europos šalių skaičiui ir pačių Europos gyventojų susidomėjimui kelionėmis savo žemyne.

Siekdama išnagrinėti, kaip geriau bendrai pristatyti Europos turizmo paslaugas, Komisija mano, kad būtina reklamuoti Europos turizmo produktus pasaulio rinkose, visų pirma kai kuriose trečiojoje šalyse (Jungtinėse Amerikos Valstijose, Japonijoje, Kinijoje, Rusijoje, Indijoje ir Brazilijoje), tuo tikslu bendradarbiaujant su valstybėmis narėmis ir Europos pramonės atstovais.

Reikia apsvarstyti įvairias galimybes, kaip reklamuoti įvairius teminius produktus Europoje ar pasaulyje, visų pirma turizmo mugėse ar parodose, ir kaip didinti svarbių kultūros ir sporto renginių (pvz., Europos kultūros sostinės, Europos paveldo dienų iniciatyvų, olimpinių žaidynių ar pasaulinių parodų), dėl kurių spartėja Europos turizmo vystymasis, populiarumą.

NUMATYTI VEIKSMAI

- (18) Bendradarbiaujant su valstybėmis narėmis sukurti „Europos ženklą“, kad būtų galima

¹⁵ 2009 m. rugsėjo mėn. Europos Sąjungos turizmo sektoriaus konkurencingumo analizė (http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

labiau išsiskirti iš kitų lankytinų pasaulio vietų. Taip būtų prisidedama prie regionų ir valstybių pastangų propaguoti turizmą.

- (19) Reklamuoti portalą „visiteurope.com“, kad būtų gerinamas tausaus ir kokybiško Europos – kaip lankytinų vietų visumos – turizmo įvaizdis, ypač besiformuojančios ekonomikos šalyse.
- (20) Skatinti bendrus turizmo propagavimo veiksmus svarbiuose tarptautiniuose renginiuose arba didelėse turizmo mugėse ir parodose.
- (21) Skatinti Europos Sąjungos dalyvavimą tarptautiniuose renginiuose, kuriuos organizuoja Pasaulio turizmo organizacija (PTO), Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (OECD), T20 grupė ir Europos ir Viduržemio jūros regiono (Euro-Med) valstybės.

5.4. Atsižvelgti į turizmą rengiant politines ir finansines ES priemones

Turizmo politika susijusi su įvairiais sektoriais. Tiesioginės arba netiesioginės įtakos turizmui turi daugelis kitų Europos politikos sričių: transporto politikos sritys (kaip antai tausų judumą, keleivių teisės ir saugumas, transporto priemonių kokybė), konkurencijos politikos sritys (įmonių koncentracija ir su ja susiję klausimai dėl turistinių paslaugų pardavimo internetu, integracijos ar valstybės pagalbos), vidaus rinkos politikos sritys (turizmo paslaugų įsisteigimo teisė ir laisvė teikti paslaugas, paslaugų kokybės reklama, elektroninės prekybos plėtra), mokesčių politikos sritys (su mokesčiais susijusios kliūtys, trukdančios vidaus rinkai tinkamai veikti; turizmo sektoriaus bendrovių, pvz., kelionių agentūrų, apmokestinimas; mokesčių lengvatos), vartotojų apsaugos politikos sritys (vartotojų teisės pasirašius sutartį, nesąžininga prekyba, nuotolinė prekyba), aplinkos, užimtumo ir mokymo, kultūros, regioninės ir kaimo plėtros politikos sritys.

Komisija nori užtikrinti geresnę turizmo ir visų minėtų politikos sričių integraciją ir siekti, kad tinkamai įgyvendinant teisės aktus didėtų šio sektoriaus konkurencingumas. Formuodama ir įgyvendinama turizmo politiką, Komisija dės dar daugiau pastangų įvairioms minėtoms politikos sritims koordinuoti, kad būtų lengviau visokeriopai atsižvelgti į turizmo pramonės interesus.

Vidaus rinkos politikos laimėjimai (Europos paslaugų rinkos kūrimas) turėtų būti naudingi turizmo sektoriui. 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje bus supaprastintos procedūros turizmo paslaugų teikėjams ir panaikintos teisinės ir administracinės kliūtys, dėl kurių kildavo sunkumų teikiant paslaugas ES valstybėse narėse.

Komisija mano, kad pakrančių ir jūrų turizmas yra labai svarbus ekonomikos augimui ir, siekdama skatinti jo vystymąsi, numato imtis veiksmų integruotos ES jūrų politikos srityje. Visų pirma, svarbu skatinti ekonominę įvairovę (pvz., vystant turizmo sektorių) pakrančių zonose, kadangi šiuose regionuose su žvejyba ir laivų statyba susijusios ekonominės veiklos mastas sumažėjo. Todėl sumažėjo pajamos ir išaugo nedarbas. Ši įvairovė skatinama įgyvendinant vietos plėtros strategijas Europos žuvininkystės fondo (EŽF) priemonėmis. Laivybos pramonės, įskaitant pramoginius laivus, poveikis salų, jūrų ir pakrančių regionų ekonomikos augimui taip pat bus išnagrinėtas.

Turizmo sektoriaus vystymuisi svarbi ir ES kaimo plėtros politika. Pasinaudodama Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai (EŽŪFKP) priemonėmis, Komisija gali skatinti kaimo turizmo įmonių veiklą, propaguoti ir vystyti agroturizmą ir labiau vertinti kaimo vietovių (įskaitant kalnuotas vietas) kultūros ir gamtos paveldą.

Dabartiniu programavimo laikotarpiu Komisija ir toliau remis ir skatins su turizmo sektoriumi susijusias Bendrijos paramos priemones ir programas. Tai – Europos struktūriniai fondai (ERPF, ESF), Europos žemės ūkio fondas kaimo plėtrai (EŽŪFKP), Europos žuvininkystės fondas (EŽF) ir Mokslinių tyrimų ir technologinės plėtros bendroji programa. Iš jų bus galima ir toliau finansuoti konkrečių projektų įgyvendinimą. Konkurencingumo ir inovacijų bendrosios programos (KIBP) priemonės, kuriomis nuo 2008 m. remiamas darnaus ir konkurencingo Europos turizmo tinklų kūrimas, yra labai svarbios turizmo sektoriui. Po 2013 m. įvairių Europos fondų parama turizmo sektoriui ir dabartinių parengiamųjų veiksmų įgyvendinimas priklausys nuo priimtų gairių ir jomis vadovaujantis nustatytų Europos Sąjungos veiklos prioritetų, atsižvelgiant į biudžeto galimybes.

Oro ir geležinkelių transporto keleivių teisių nustatymas yra ypač svarbus turizmo sektoriui. Kelionės metu su sunkumais susidūrę keleiviai gali remtis nauja teisine sistema. Komisija siekia, kad jūrų transporto, miesto ir tolimojo susisiekimo autobusų keleiviai galėtų naudotis panašiomis teisėmis. Šiuo metu vykstanti direktyvos dėl kelionių, atostogų ir organizuotų turistinių kelionių peržiūra taip pat daro teigiamą įtaką didinant vartotojų pasitikėjimą turizmo pramone. Be to, siekdama gerinti apgyvendinimo įstaigų saugumą (pvz., mažinti gaisro pavojų), Komisija ir toliau glaudžiai bendradarbiaus su valstybėmis narėmis, turizmo pramonės atstovais ir šio sektoriaus suinteresuotųjų pusių organizacijomis.

Pripažindama didėjančią turizmo (įskaitant turizmą iš trečiųjų šalių) reikšmę Europai, Komisija išnagrinės įvairias vizų išdavimo ir išorės sienų kirtimo politikos galimybes ir priemones, kad būtų galima jas toliau tobulinti.

Skatindama tausaus ir kokybiško Europos turizmo vystymąsi nenukrypstant nuo strategijos „Europa 2020“ tikslų ir Lisabonos sutarties, Komisija svarstys, kaip būtų galima gerinti Europos turizmo paramą ir koordinavimą.

6. IŠVADA

Europos turizmo politikai reikia naujo postūmio. Europos turizmo pramonės suinteresuotosios pusės, susidūrusios su konkrečių sprendimų ir prisitaikyti reikalaujančiais iššūkiais, turi sutelkti jėgas ir bendradarbiauti vykdydamos bendrą politiką, kuria būtų atsižvelgiama į naujus ES prioritetus. Šiuo komunikatu, atsižvelgiant į naujas Europos Sąjungos kompetencijos sritis turizmo srityje, apibrėžta ambicinga politika, kuria siekiama, kad Europos turizmo pramonė taptų konkurencinga, moderni, tausi ir atsakinga. Komisija siūlo nemažai konkrečių iniciatyvų, kad padėtų Europos turizmo sektoriui prisitaikyti ir vystytis. Nustatant Europos turizmui naudingas priemones, šiais veiksmais papildoma valstybių narių veikla ir koordinuojamos pastangos. Šios strategijos sėkmė priklausys nuo visų suinteresuotųjų pusių noro įsipareigoti ir bendradarbiauti ją įgyvendinant.

Ateityje Komisija ir toliau dės pastangas, kad reguliariai, greitai ir skaidriai būtų keičiamasi nuomonėmis apie su turizmu susijusias iniciatyvas su valstybėmis narėmis ir turizmo pramonės atstovais. Tuo tikslu Komisija bendradarbiaus su Turizmo patariamuoju komitetu. Viešojo administravimo įstaigos taip pat galės reguliariai informuoti nacionalines ir regionų suinteresuotąsias puses apie Komisijos iniciatyvas.

Žengtas pirmas žingsnis – pasiūlytas bendros politikos pagrindas. Komisija toliau svarstys turizmo iniciatyvas, o tikslesnis veiksmų planas galės būti aptartas su valstybėmis narėmis ir viešojo bei privačiojo Europos turizmo sektoriaus atstovais 2010 m. lapkričio mėn. įvyksiančiame Europos turizmo forume. Vėliau per vidutinės trukmės laikotarpį Komisija apibendrins šios strategijos rezultatus, kad galėtų įvertinti jos veiksmingumą ir imtis tolesnių veiksmų.