Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas Atzinums par tematu "Sociālais tūrisms Eiropā"

(2006/C 318/12)

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja 2006. gada 19. janvārī saskaņā ar Reglamenta 29. panta 2. punktu nolēma izstrādāt atzinumu par "Sociālais tūrisms Eiropā".

Par dokumenta sagatavošanu atbildīgā Vienotā tirgus, ražošanas un patēriņa specializētā nodaļa Komitejas atzinumu pieņēma 2006. gada 26. jūlijā. Ziņotājs — *MENDOZA CASTRO* kgs.

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja 429. plenārajā sesijā, kas notika 2006. gada 13. un 14. septembrī (14. septembra sēdē) ar 138 balsīm par, 2 balsīm pret un 4 atturoties, pieņēma šo atzinumu.

A. **PIRMĀ DAĻA: PAŠREIZĒJĀS SITUĀCIJAS ANALĪZE**

1. *Ievads.*

1.1 Lai apvienotu dažādos atzinumus, kas izstrādāti kā ieguldījums Eiropas tūrisma politikas izveidē, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja pieņēmusi lēmumu izstrādāt atzinumu par tā saukto sociālo tūrismu, analizējot tā rašanos un pašreizējo situāciju sociālā tūrisma jomā Eiropā, dažādu dalībvalstu atšķirīgo pieredzi un minētā tūrisma veida vērtību; jo īpaši atzinumā tiks apskatīti ieteikumi dažādām valsts vai pašvaldību un privātajām iestādēm, lai veicinātu plašāku sociālā tūrisma attīstību un pieejamību Eiropā. Turklāt minētais atzinums sniedz ieguldījumu pašreizējās diskusijās par Eiropas tūrisma politiku, apskatot sociālo tūrismu kā Eiropas tūrisma modeļa neatņemamu sastāvdaļu.

1.2 **Tūrisms Eiropā**: pašreizējā situācija un nākotnes perspektīvas. No vienas puses, dažādos pētījumos, ziņojumos un atzinumos pašreizējā situācija tūrisma jomā apskatīta no ļoti dažādiem aspektiem: no ekonomikas, sociālā un vides aspekta; tūrisma lielā nozīme gan Eiropas ekonomikā kopumā, gan dažādu valstu ekonomikās atsevišķi; tūrisma attīstības pozitīvais ieguldījums Eiropas labklājībā un nodarbinātībā — šie faktori kopumā veido situāciju, kurai raksturīgas labas nākotnes perspektīvas, stabilitāte un izaugsme. No otras puses, minētas arī ar tūrismu saistītās dažādās iekšējās un ārējās problēmas īstermiņā, vidējā vai ilgtermiņā: sezonalitāte, dabas resursu izmantošana, kas reizēm ir pārmērīga, nepietiekams kultūras mantojuma un vietējās vides novērtējums, kā arī bažas par terorismu, kas ietekmē vietējo iedzīvotāju un tūristu drošību. Minētie faktori nozīmē to, ka jāņem vērā ar tūrisma nozari saistītie nozīmīgie problēmjautājumi, ja vēlamies, lai šai nozarei būtu ilgtspējīgas attīstības iespējas. Kā piemērus šiem problēmjautājumiem varētu minēt jautājumu par tūrisma pieejamību visiem iedzīvotājiem, tā vērtīgo ieguldījumu daudzu pasaules mazattīstīto valstu attīstībā, vides ilgtspējību, Tūrisma ētikas kodeksa ievērošanu, nodarbinātības stabilitāti un kvalitāti un ieguldījumu miera nostiprināšanā pasaulē. Attiecībā uz tādu stratēģisku nozari kā tūrisms Eiropā minētie problēmjautājumi un vēl daudzi citi ir nepieciešams starpposms virzībā uz to, lai uzlabotu dzīves kvalitāti visiem iedzīvotājiem.

1.3 **Tūrisma politika Eiropas Savienībā**. 2005. gada 6. aprīlī Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja jau pieņēma atzinumu par tematu ***"Tūrisma politika paplašinātajā Eiropas Savienībā"***, kurā tika sīki izanalizēta kā pašreizējā tūrisma politika atbilstoši Konstitucionālajam līgumam, tā arī gan nupat notikušās, gan nākotnes paplašināšanas ietekme. Minētajā atzinumā atzinīgi novērtēta tūrisma loma pārējo Eiropas politiku atbalstam, koordinēšanai un papildināšanai. Piemēram, tūrismam ir cieša saikne ar nodarbinātības un sociālo politiku, kvalitātes uzlabošanu, tehnoloģisko izpēti un attīstību, patērētāju tiesību aizsardzību, vides politiku un citām ļoti atšķirīgām politikām. Jo īpaši jānorāda tas, ka šis atzinums izstrādāts ar mērķi precizēt un analizēt sociālā tūrisma ieguldījumu iepriekš minētajā nodarbinātības un sociālajā politikā. EESK atbilstoši dažādajiem atzinumiem par tūrismu atbalsta tādu Eiropas politiku izstrādi, kas pievēršas Eiropas tūrisma modeļa izveidei, kuram nebūt nav jābalstās uz tiesību aktiem, bet gan uz vērtībām. Sociālais tūrisms un ar to saistītās vērtības varētu veidot šī modeļa būtisku sastāvdaļu, palīdzot to izveidot un izplatīt.

1.4 **Lisabonas programmas problēmjautājumi un sociālais tūrisms.** Jāveltī uzmanība problēmjautājumam, kas Lisabonas programmā saistīts ar tūrismu, jo īpaši attiecībā uz sociālo tūrismu. Tā kā Lisabonas programmas stratēģiskais mērķis ir **"padarīt Eiropu par viskonkurētspējīgāko un dinamiskāko uz zināšanām balstīto ekonomiku pasaulē, kas ekonomikas jomā var ilgtspējīgi attīstīties, radot vairāk un labākas kvalitātes darba vietas un plašāku sociālo kohēziju"**, jāanalizē, vai sociālais tūrisms sniedz pietiekamu un pozitīvu ieguldījumu šī mērķa sasniegšanā, kā tas tiek darīts, un kā šo ieguldījumu varētu veicināt. Kā minēts šajā atzinumā, EESK jau sākotnēji uzskatījusi, ka šāds ieguldījums patiešām pastāv, bet nepieciešams to stiprināt, un tādēļ tiks piedāvāti risinājumi dažādajām sociālajā tūrisma iesaistītajām pusēm.

1.5 **Atzinuma pamatojums**. Šī atzinuma pamatā ir gan daudzi un dažādi teorētiskie materiāli, kā, piemēram, pētījumi, ziņojumi, konferenču materiāli, gan praktiskie piemēri un pasākumi sociālā tūrisma jomā Eiropā. Dažādas valsts, pašvaldību un privātas iestādes sniegušas lielu ieguldījumu, un attiecībā uz EESK ir vērts minēt 2003. gada 29. oktobrī pieņemto atzinumu -***"Par visiem pieejamu un sociāli ilgtspējīgu tūrismu"***; kura 5.5.2. punktā sociālais tūrisms ietverts kā viena no 100 iniciatīvām, un 2005. gada 6. aprīlī pieņemto atzinumu ***"Tūrisma politika paplašinātajā Eiropas Savienībā"***, kurā Eiropas sociālā tūrisma projekts minēts kā iespējamais izmēģinājuma projekts Eiropas iestāžu sadarbībai.

2. *Sociālā tūrisma koncepcija.*

2.1 **Tiesības uz tūrismu kā sociālā tūrisma pamatnosacījums**. Visiem cilvēkiem ir tiesības uz atpūtu dažādos laika periodos: gan ikdienā, gan katru nedēļu un katru gadu, kā arī tiesības uz brīvo laiku, kas sniedz iespēju attīstīt dažādus personības un sociālās integrācijas aspektus. Protams, visiem cilvēkiem ir tiesības praktiski izmantot šīs vispārējās tiesības uz personības attīstību. Tiesības uz tūrismu neapšaubāmi ir viena no šo vispārējo tiesību izpausmēm, un sociālais tūrisms pamatojas uz vēlmi padarīt tūrismu praktiski pieejamu visiem. Sociālais tūrisms nav vispārējās tūrisma darbības nenozīmīga piedeva un nav atdalīts no šīs nozares, kas ir ļoti spēcīga pasaulē, Eiropā kopumā un dažādās ES valstīs, gluži otrādi, tas ir veids, kā praktiski izmantot vispārējās tiesības piedalīties tūrisma pasākumos, ceļot, iepazīt citus reģionus un valstis, kas ir visas tūrisma darbības pamatā. Jāuzsver, ka šīs tiesības minētas Vispārējā tūrisma ētikas kodeksa 7. pantā, ko 1999. gada 1. oktobrī *Santiago de Chile* apstiprināja Pasaules tūrisma organizācija (*OMT*) un 2001. gada 21. decembrī pieņēma ANO.

2.2 **Sociālā tūrisma definīcija**. Ir daudz uzskatu par to, kas ir sociālais tūrisms vai ko par tādu uzskatīt, un nav viegli precīzi definēt sociālā tūrisma koncepciju, jo dažādas iestādes, kas apskatījušas šo jautājumu, izmantojušas ļoti atšķirīgas pieejas, nosakot, piemēram, saturu, sagaidāmos rezultātus, mērķus, idejas un uzskatus, bet visas šīs pieejas pamatojas uz vienu principu: visiem cilvēkiem, tajā skaitā arī vismaznodrošinātākajiem, katru dienu, katru nedēļu un katru gadu ir tiesības uz atpūtu, izklaidi un no darba brīvu laiku. Saskaņā ar Starptautiskā sociālā tūrisma biroja (*BITS*) definīciju sociālais tūrisms ir "*Visu uzskatu un parādību kopums, kas izriet no to iedzīvotāju, kuriem ir zems ienākumu līmenis, piedalīšanās tūrisma pasākumos, kas iespējama, pateicoties labi izstrādātiem sociālajiem pasākumiem.*" Šobrīd *BITS* pārskata un paplašina minēto definīciju, lai tajā iekļautu tūrisma darbības ieguldījumu attīstībā un solidaritātē.

2.2.1 Atbilstoši Eiropas Komisijas formulējumam ([1]) *"Sociālā tūrisma pasākumus dažās valstīs organizē apvienības, kooperatīvi un arodbiedrības, un šie pasākumi izstrādāti ar mērķi padarīt ceļošanu pieejamu vislielākajam cilvēku skaitam, jo īpaši vismaznodrošinātākajiem iedzīvotāju slāņiem"*. Minētais formulējums ir zaudējis savu aktualitāti un tiek pārstrādāts, ņemot vērā pēdējos gados notikušās tehniskās sanāksmes. EESK neuzskata nevienu no minētajām definīcijām par pietiekami precīzu, tomēr, kā tas bieži vien ir vērojams sociālo zinātņu jomā, precīza definīcija ir mazāk svarīga par konkrētam izpausmēm.

2.2.2 Līdz ar to, necenšoties precīzi definēt sociālo tūrismu, bet vadoties no priekšnoteikuma, ka tūrisms ir vispārējas tiesības, kas jācenšas padarīt pieejamas jebkuram, var sacīt, ka darbība atbilst sociālā tūrisma jomai, ja ir ievēroti trīs nosacījumi:

— Ir reāla situācija, kurā pilnīgi vai daļēji nav iespējams realizēt tiesības uz tūrismu. Tam var būt šādi iemesli: ekonomiskie nosacījumi, fiziska vai garīga invaliditāte, personīgā vai ģimenes izolācija, kustību traucējumi, ģeogrāfiska rakstura grūtības un daudz dažādu iemeslu, kas rezultātā rada patiesu šķērsli.

— Kāds — sabiedriska vai privāta organizācija, uzņēmums, arodbiedrība vai vienkārši organizētu cilvēku grupa — apņemas rīkoties un rīkojas, lai pārvarētu vai samazinātu šķēršļus, kas kavē cilvēkiem izmantot savas tiesības uz tūrismu.

— Šī darbība ir efektīva un patiešām palīdz cilvēku grupai piedalīties tūrisma pasākumā, kas organizēts atbilstoši ilgtspējības, pieejamības un solidaritātes vērtībām.

2.2.3 Visbeidzot, tāpat kā tūrisms kopumā ir integrēta aktivitāte, kas aptver dažādas nozares, darbības vai attīstības jomas, sociālais tūrisms savukārt ietver visas tās iniciatīvas, kas padara tūrismu pieejamu cilvēkiem ar īpašām vajadzībām, vienlaicīgi radot sociālos un saimnieciskos labumus dažādām nozarēm, darbībām un grupām.

2.3 **Sociālā tūrisma vēsture.**

— Nav skaidra mūsdienās pazīstamo sociālā tūrisma pasākumu izcelsme; iespējams, ka sociālais tūrisms izveidojies organizācijās, kas radās 20. gadsimta sākumā un specializējās brīvdienu organizēšanā kalnos, iekļaujot aktīvā sporta pasākumus, vai arī brīvdienu nometnēs, kas izveidojās Šveicē un Francijā, un tika organizētas bērniem no maznodrošinātām ģimenēm.

([1]) Sociālā tūrisma dažādās koncepcijas — piedāvājuma un pieprasījuma attīstība, XXIII ģenerāldirektorāts, Tūrisma nodaļa, 1993.g.

— Valsts iestādes sāka iesaistīties pirmajos sociālā tūrisma pasākumos pēc Otrā pasaules kara; šī iesaistīšanās bija saistīta ar strādnieku kustībām, un dažas Eiropas valstis (Francija, Itālija, Portugāle un Spānija) organizēja sociālā tūrisma pasākumus, savukārt citas valstis (Lielbritānija, Nīderlande) uzskatīja, ka valstij šajā jomā nav jāiesaistās.

— 50. un 60. gados parādījās plaši centieni veicināt sociālo tūrismu, un tika izveidotas daudzas apvienības, koordinēšanas iestādes un organizācijas, tostarp Starptautiskais sociālā tūrisma birojs (*BITS*), kas atradās Briselē, un kas vēl aizvien veic plašu reklāmas un pārstāvības darbu.

2.4 **Sociālā tūrisma pamatprincipi**. Atbilstoši *BITS* norādījumiem sociālais tūrisms pamatojas uz pieciem kritērijiem.

2.4.1 **Iespējami lielākas iedzīvotāju daļas tiesības izmantot tūrisma pakalpojumus.** Iespējams, ka tieši vēlēšanās īstenot šīs tiesības dzīvē ir dažādu sociālā tūrisma iniciatīvu pamatā. Mūsdienās ievērojami pieaudzis to cilvēku skaits, kuri izmanto atvaļinājuma periodu, pateicoties tūrisma izplatībai sabiedrībā, bet vēl aizvien ir daudzas iedzīvotāju grupas, kas dažādu iemeslu dēļ atvaļinājumu nevar izmantot. Visbiežākais iemesls, kas kavē efektīvi realizēt šīs tiesības vispārējā līmenī, ir līdzekļu trūkums. Ir maz ticama valsts iestāžu vēlme vai iespēja piešķirt valsts līdzekļus, lai garantētu tiesības uz tūrismu vai uz iespēju atvaļinājuma laikā doties ceļojumā. Reālā situācija dažādās valstīs ir ļoti atšķirīga; dažās valstīs vairāk tiek risināti sociālie jautājumi, bet citās ir mazāka aktivitāte, lai risinātu jautājumu par to, ka atvaļinājums nav visiem pieejams. Ir svarīgi uzsvērt to, ka sociālais tūrisms nevar un nekādi nedrīkst nozīmēt zemākas kvalitātes vai kategorijas tūrismu; gluži pretēji, sociālā tūrisma pasākumiem jāraksturojas ar izcilu kvalitāti gan no infrastruktūras, gan pakalpojumu viedokļa.

2.4.2 **Sociālā tūrisma ieguldījums sociālajā integrācijā.** Tūrisms ir ievērojams sociālās integrācijas instruments, kas veicina saskarsmi ar citām kultūrām, reģioniem, paradumiem un jo īpaši cilvēkiem, dodot viņiem iespēju satikties, sazināties un iepazīt vienam otru kā līdzīgiem, tomēr ar kultūras atšķirībām, tādā veidā, kāds nebūtu iespējams bez ceļojumiem, atvaļinājuma un tūrisma. Šī kultūras apmaiņa un brīvā laika izmantošana ir svarīgs līdzeklis personības attīstībai gan tūristiem, gan tiem, kuri viņus uzņem vietējā vidē. Tūrisma veicināta kultūras apmaiņa ir īpaši svarīga jauniešiem, sekmējot viņu intelektuālo attīstību un paplašinot pasaules uzskatu. Eiropas Savienības gadījumā sociālais tūrisms varētu būt lietderīgs, veidojot "pilsoņu Eiropu". Ir svarīgi uzsvērt, ka pastāv vispārējais uzskats par to, ka sociālā tūrisma darbību nevajadzētu nošķirt no vispārējiem tūrisma pasākumiem, bet tam vajadzētu veicināt sociālo integrāciju. Struktūrām, kas nodrošina vispārējo tūrisma apriti, vajadzētu nodrošināt sociālā tūrisma grupas ar piemērotiem nosacījumiem to izmantošanai, un nevis otrādi. Neapšaubāmi tas attiecas ne tikai uz centieniem nodrošināt nepieciešamo infrastruktūru, bet arī uz apkalpošanas veidu un ar to saistītajām īpašām apmācībām, kas nepieciešamas nozarē nodarbinātajiem.

2.4.3 **Ilgtspējīgu tūrisma struktūru izveide.** Patiesībā infrastruktūras tūrisma reģionos un tūrisma galamērķos ne vienmēr var raksturot kā ilgtspējīgas, jo īpaši tādēļ, ka tūrisms bieži vien attīstījies saskaņā ar īstermiņā gūstamas peļņas kritērijiem, pārmērīgi izmantojot dabas resursus un aizņemot labākās teritorijas, jo īpaši piekrastē un augstu kalnos. Sociālais tūrisms, kas vairāk pievēršas sociālajiem, nevis ekonomiskajiem aspektiem, var palīdzēt izveidot vai atjaunot tūrisma galamērķus atbilstoši ekonomiskajiem, sociālajiem un vides ilgtspējības kritērijiem. Dažādo sociālā tūrisma pasākumu vadības forma ir pamatnosacījums, lai sniegtu lielāku ieguldījumu tūrisma reģionu un galamērķu ilgtspējības nodrošināšanā. Ja ilgtspējība būtībā ir līdzsvars starp cilvēka darbības dažādajiem aspektiem, tad sociālais tūrisms ir ilgtspējīgas attīstības instruments dažādām šobrīd mazāk attīstītam valstīm, kas tūrismā redz saimnieciskās darbības avotu, kas var palīdzēt izrauties no nabadzības.

2.4.4 **Ieguldījums nodarbinātībā un ekonomiskajā attīstībā.** Iespējams, ka tūrisms jau ir un nākotnē noteikti kļūs par vispēcīgāko nozari pasaules līmenī, kas sniedz vislielāko ieguldījumu to iedzīvotāju nodarbinātībā, attīstībā, labklājībā un dzīves kvalitātē, kas dzīvo tūrisma galamērķu reģionos. Lai gan sociālais tūrisms sniedz nozīmīgu ieguldījumu ekonomikā, vēl nav pietiekami apzinātas tā iespējas, ekonomiskais nozīmīgums un, protams, tā spēja padarīt ceļojuma galamērķu izvēli atkarīgu no ilgtspējības. Uzņēmumiem un organizācijām, kas darbojas sociālā tūrisma jomā, savu pakalpojumu pilnveidošanā jāapsver ne tikai ekonomiskie kritēriji. Viens no izmantojamajiem kritērijiem ir stabilu un kvalitatīvu darbavietu izveide, kas ir tūrisma galamērķu ilgtspējīgas attīstības pamatā. Sociālā tūrisma lielāks vai mazāks ieguldījums cīņā ar sezonalitāti ir pamatkritērijs, cenšoties nodrošināt darbavietu kvalitāti un stabilitāti. Tam jābūt Eiropas tūrisma modeļa pamatkritērijam. Partnerattiecības starp valsts un privāto sektoru sociālā tūrisma vadībā var būt lietderīgs instruments un minētā kritērija izpildes rādītājs.

2.4.5 **Sociālā tūrisma ieguldījums vispārējā attīstībā.** Jau iepriekš minēts, ka tūrisms un jo īpaši sociālais tūrisms daudzām tautām var sniegt iespēju izrauties no nepietiekamas attīstības

līmeņa vai piedāvāt risinājumu rūpnieciskas krīzes situācijā un situācijā, kad kalnrūpniecības, rūpniecības vai lauksaimniecības nozarē tiek pārtraukts darbs. Sociālā tūrisma attīstībai nepieciešamie nosacījumi ir tādi paši kā tie, kas nepieciešami attiecīgā reģiona attīstībai, lai iedzīvotāji varētu uzskatīt tūrisma pasākumus par attīstības virzītājspēku. Atkarībā no tā, kā iedzīvotāji var nopelnīt iztiku no tūrisma pasākumiem, nostiprināsies vietējā ekonomika un sociālā stabilitāte. Kā norāda daudzas starptautiskas organizācijas, tūrisma darbība ir labs pretlīdzeklis kariem un visu veidu katastrofām. Tūrisms nozīmē uzņemšanu, apmaiņu, vietējo priekšrocību novērtēšanu, draudzību un cilvēku savstarpējo saskarsmi pretstatā karam, kas nozīmē agresiju, iebrukumu un dabas izpostīšanu. Ja mīl vien to, ko pazīst, tad tūrisms var veicināt cilvēku tuvināšanos un iespēju vairāk uzzināt vienam par otru, tādējādi stiprinot mieru, saskaņu un attīstību. Sociālo tūrismu var, un to vajag nostiprināt, palīdzot veicināt vienlīdzības, taisnīguma, demokrātijas un labklājības nosacījumus, kas padara iespējamu visu pasaules tautu attīstību uz vienlīdzīgiem pamatiem.

2.5 **Sociālā tūrisma un tā vadības principi un nosacījumi.** Ir svarīgi analizēt tos faktorus un kritērijus, kas raksturo sociālā tūrisma darbību un tā vadības veidu, lai nošķirtu pasākumus, kuriem var piemērot apzīmējumu "sociālais tūrisms", no tādiem, kuri to nav pelnījuši. Atsaucoties uz *BITS*, varam minēt dažus no kritērijiem, kas raksturo vispārējo tūrisma koncepciju:

— galvenajam mērķim jābūt tūrisma pieejamības palielināšanai attiecībā uz visām iedzīvotāju grupām, kam ir grūtības ceļot, vai kādai no šīm grupām;

— tūrismam jābūt pieejamam ļoti plašam cilvēku lokam; tāpat tam jābūt atvērtam dažādiem vadības veidiem un dažādiem sociālā tūrisma pakalpojumu piedāvātājiem;

— pareizi jānosaka iedzīvotāju grupas, kam paredzēti pasākumi: sociālās grupas, vecuma grupas, invalīdi, nekad nepieļaujot diskrimināciju attiecībā uz rasi, kultūru vai sociālo situāciju;

— jāiekļauj tādas iniciatīvas un mērķi, kam ir humāns, uz kultūru vērsts un izglītojošs raksturs un kas veicina uz personības attīstību kopumā;

— darbības saimnieciskajai pusei jābūt pārredzamai, samazinot ieņēmumus līdz sociālo mērķu sasniegšanai nepieciešamajam līmenim;

— tūrisma produktā jāiekļauj papildvērtība, kas nav izsakāma naudas izteiksmē;

— jābūt skaidri izteiktai vēlmei ilgtspējīgā veidā integrēt tūrisma darbību vietējā vidē;

— jārealizē tādi personāla vadības principi, kas veicina apmierinātību ar darbu un integrāciju, pamatojoties uz sociālā tūrisma organizācijās strādājošo darbavietu kvalitāti.

Šos un citus kritērijus var izmantot kā darbības vadlīnijas sociālā tūrisma organizācijās un sociālā tūrisma darbības noteikšanā.

2.6 **Uzņēmumu peļņa un sociālais tūrisms**. Sociālajam tūrismam jābūt, un tas ir saimnieciskās darbības veids, lai gan tas saistīts ne tikai ar saimniecisko darbību, bet šai darbībai jābalstās uz ieguldījumu rentabilitātes pamatprincipiem un peļņu, kas nepieciešama, lai sekotu pamatmērķiem un tos sasniegtu. Vienīgi tie uzņēmumi, kuri ir konkurētspējīgi un peļņu nesoši plašā nozīmē, var darboties kvalitatīvi un droši, nodrošinot garantijas patērētājiem. Daudzveidība sociālā tūrisma jomā mūsdienās parāda to, ka uzņēmumi un organizācijas, kas sniedz sociālā tūrisma pakalpojumus, darbojas rentabli, jo izveidota stabila struktūra, atrasts pareizais tirgus un noteiktas šim tirgum atbilstošas cenas. Īpaši jāpiemin fakts, ka sociālā tūrisma organizācijas rada darba vietas visu gadu, arī periodos ar zemu nodarbinātības līmeni, tādējādi novēršot bezdarbu strādājošo vidū.

2.7 **Tūrisma sociālā rentabilitāte**. Lai gan sociālais tūrisms ir saimnieciskās darbības veids, tas noteikti ir arī sociālās darbības veids, kas labvēlīgi ietekmē šo jomu. Ceļotājs gūst labumu atvaļinājumā, tūrisma nozares darbinieki gūst labumu strādājot, savukārt sabiedrība kopumā ir ieguvēja sociālajā jomā. Runājot par Eiropu, sociālais tūrisms ietekmē "pilsoņu Eiropas" veidošanu, un šo ietekmi noteikti varētu palielināt. Pēc iespējas lielāka iedzīvotāju skaita ceļojumi pa Eiropu neapšaubāmi radīs plašākas zināšanas, lielāku sapratni un iecietību.

2.8 **Dažādas koncepcijas un uzskati par sociālo tūrismu Eiropā**. Dažādās Eiropas Savienības valstīs, kurās tiek izstrādātas sociālā tūrisma programmas, ir atšķirīgas koncepcijas par sociālo tūrismu mūsdienās, bet ir trīs kopīgas iezīmes:

— faktiskas brīvā laika iespējas, lai dotos atvaļinājumā;

— finansiālās iespējas ceļošanai,

— tādas struktūras vai instrumenta esamība, kas padara šīs tiesības praktiski īstenojamas.

2.8.1 Tādējādi sociālā tūrisma jomā jāiekļauj visi ceļojumi un pasākumi, ko organizē arodbiedrības, ģimenes ceļojumi, ceļojumi ar reliģisku mērķi, ceļojumi, ko uzņēmumi organizē saviem darbiniekiem, ceļojumi, ko organizē publiskās iestādes, ceļojumi invalīdiem, ceļojumi jauniešiem vai gados vecākiem cilvēkiem, kā arī cita veida ceļojumi.

2.9 **Sociālā tūrisma organizācijas**. Tāpat pastāv daudzas organizācijas, kas visā Eiropā nodarbojas ar sociālā tūrisma organizēšanu un vadību. Var minēt šādas organizācijas:

— valsts līmeņa federācijas vai konsorciji,

— sabiedriskās iestādes, kuru darbības būtiska daļa veltīta sociālajam tūrismam vai kas nodarbojas tikai ar sociālo tūrismu;

— sociālā tūrisma, sporta vai kultūras apvienības,

— sadarbības organizācijas,

— arodbiedrības,

— kopuzņēmumi.

3. *Sociālajā tūrismā iesaistītās puses un to loma.*

3.1 **Eiropas iestādes**. Kā liecina dažādi pētījumi, atzinumi, pārskati un konferences, kuru izstrādi vai organizēšanu veicina vai koordinē Eiropas Parlaments, Komisija un EESK, dažādas Eiropas iestādes izrāda pieaugošu interesi par sociālo tūrismu. To darbība galvenokārt vērsta uz dažādo Eiropas valstu plašās pieredzes apkopošanu, klasificēšanu un izplatīšanu. Īpaši jāatzīmē Komisijas loma jaunas pieredzes atbalstīšanā katras valsts līmenī un attiecīgo valstu atbildīgo darbinieku tuvināšanā, lai sadarbotos starpvalstu iniciatīvu īstenošanā. Šķiet, ka šobrīd Komisija nav uzņēmusies iespējamo sociālā tūrisma pieredzes saskaņotājas lomu visas Eiropas līmenī. Īpaši jāatzīmē Uzņēmumu ģenerāldirektorāta Tūrisma nodaļas nesen veiktais pētījums par to, kā Eiropas valstu iedzīvotāji izmanto atvaļinājumus un iemesliem, kāpēc apmēram 40 % no Eiropas iedzīvotājiem nepiedalās tūrisma pasākumos. Ir iespējams, ka Komisija nākotnē varētu uzņemties sociālā tūrisma platformas vispārējo koordināciju un vadību Eiropas līmenī. Iespējams, ka minētajam uzdevumam nebūtu nepieciešams Eiropas iestāžu finansiālais ieguldījums, lai attīstītu šādu kopīgu starpvalstu platformu.

3.2 **Dalībvalstu valdības.** Kā iepriekš minēts, Eiropas Savienības dalībvalstu valdību iesaistīšanās sociālā tūrisma pasākumos ir ļoti dažāda, ņemot vērā vēsturiskos, ideoloģiskos un sociālos iemeslus. Dažās valstīs valdība un reģionālās vai vietējās pašvaldības sniedz ievērojamu finansiālo atbalstu. Šie līdzekļi bieži vien domāti dažādām iedzīvotāju grupām: jauniešiem, vecāka gadagājuma cilvēkiem, invalīdiem, maznodrošinātajiem, utt. Šobrīd valstu valdības izstrādā pasākumus, lai sociālā tūrisma programmu ietvaros pārsniegtu valstu robežas, izmantojot starpvalstu apmaiņu.

3.3 **Darba devēji**. Svarīgi atzīmēt to, ka ir tādas iniciatīvas, kā, piemēram, "Brīvdienu kuponi", kuras darba devēji finansiāli atbalsta, lai veicinātu savu darbinieku atvaļinājumu pavadīšanas iespējas. Turklāt nedrīkst aizmirst, ka sociālais tūrisms ir nozīmīga saimnieciskā darbība ar lielu potenciālu, kas līdz ar to piesaista tūrisma nozares uzņēmējus, kuri redz iespējas paplašināt savu darbību pakalpojumu vai starpniecības jomā. Viens no piemēriem, ko vērts minēt, ir uzņēmums "*Mundo Senior*" Spānijā, kas apvieno vairākus lielus tūrisma uzņēmumus un sākotnēji tika veidots, lai vadītu Nodarbinātības un sociālās drošības lietu ministrijas tūrisma programmu, un kura sociālais mērogs un darbības joma paplašinājusies, piedāvājot īpašus tūrismam produktus vecāka gadagājuma cilvēkiem. Skaidri redzams, ka konkurētspēju nekavē minētās darbības sociālais raksturs. Neapšaubāmi nākotnē būs nepieciešamība izveidot publiskā un privātā sektora partnerības iniciatīvas, lai attīstītu sociālā tūrisma programmas gan ES dalībvalstīs, gan starp dažādām valstīm.

3.4 **Darba ņēmēji.** Kopš sociālā tūrisma rašanās pirmsākumiem arodbiedrības kā organizācijas, kas aizstāv strādājošo tiesības, ievērojami ietekmējušas tūrisma darbību kā līdzekli, lai gūtu labumu arodbiedrību biedriem. To darbība izpaužas kā atbalsts infrastruktūrām, brīvdienu kompleksiem, viesu namiem, utt., kā arī specializētiem pakalpojumiem. Pieredze un iesaistīšanās līmenis dažādās valstīs ir atšķirīgs, vienā valstī tas ir lielāks, citā mazāks, bet gandrīz visās valstīs arodbiedrības organizē sociālā tūrisma pasākumus. Noteikti būtu jāatzīmē arodbiedrību organizācijas valstīs, kas nesen iestājušās ES un cenšas veidot stabilu sociālā tūrisma modeli un attiecības ar pieredzes bagātākām organizācijām. Ir vērts atzīmēt arī 2005. gada maijā *BITS* veikto interesanto pētījumu par tūrisma pasākumiem, ko strādājošajiem organizēja dažādas arodbiedrības, kurā uzskaitīti pasākumi, kas jau tiek organizēti pašreizējās 25 ES valstīs. Tas neapšaubāmi ir lietderīgs informācijas un analīzes instruments par pašreizējo situāciju minētajā jomā.

3.5 **Specializētās apvienības**. Būtu jāatzīmē patērētāju kooperatīvi, kam atsevišķās valstīs (Itālijā un Lielbritānijā) ir plaši aģentūru tīkli sociālā tūrisma pasākumu organizēšanai. Jāatzīmē arī jaunatnes un vides organizācijas, kas darbojas minētajā jomā. Šajā sakarā būtu jāmin arī apvienības, kas darbojas sociālā tūrisma organizāciju ietvaros. Tā tas ir *BITS* gadījumā, kas veic ļoti nozīmīgu atbalsta, koordinācijas un veicināšanas darbu.

3.6 **Grupas, kas tieši vai netieši ir sociālā tūrisma mērķauditorija**. Ir skaidrs, ka galvenā loma dažādajās sociālā tūrisma programmās un pasākumos ir to izmantotājiem. Pirmkārt, viņi iegūst no ekonomiskajām priekšrocībām, kas ļauj viņiem labi izmantot brīvo laiku un atvaļinājumu, piedaloties sev tīkamajos sporta vai kultūras pasākumos. Otrkārt, viņi ir ieguvēji no tūrisma pakalpojumiem, kuru sniegšanā ņemti vērā ģeogrāfiskie resursi, kultūras mantojums un vides prasības, un no attiecībām starp tūristiem un vietējiem iedzīvotājiem, kas palīdz veicināt savstarpējo izziņu, atpūtu un līdzsvaru. Arī vietējā sabiedrība, kura uzņem sociālā tūrisma pasākumu dalībniekus, ir ieguvēja nodarbinātības, saimnieciskās darbības un attīstības ziņā.

4. **Eiropas sociālā tūrisma pašreizējā situācija**.

4.1 **Teorētiskais, tiesiskais un plānošanas aspekts**. Šobrīd Eiropā teorētiskais, tiesiskais un plānošanas aspekts sociālajā tūrismā nav ļoti plašs, tomēr ir virkne diezgan izsmeļošu pētījumu un ziņojumu, kuros atspoguļoti centieni izpētīt un veikt salīdzinošo analīzi par situāciju sociālā tūrisma pasākumu jomā Eiropā. Daži no tiem minēti šī atzinuma D daļā kā tehniskās un dokumentālās atsauces.

4.2 **Dažādi praktiskās darbības piemēri Eiropā**. Kā jau iepriekš minēts, izpētes grupas darba gaitā, uzklausīšanas sēdē, kas notika 2006. gada 4. un 5. maijā Barselonā, un, izmantojot informāciju par pieredzi, kas apskatīta *BITS* un Komisijas organizētajā konferencē "Tūrisms visiem", radusies iespēja noteikt un iepazīt daudzus praktiskās pieredzes piemērus Eiropā, ko noteikti var uzskatīt par veiksmīgiem. Šī atzinuma uzdevums nav detalizēti izpētīt šo pieredzi, bet būtu lietderīgi minēt dažus visnozīmīgākos piemērus, kas neapšaubāmi palīdzēs atzinīgāk vērtēt sociālo tūrismu un sniegs ieteikumus citām organizācijām, kas darbojas sociālā tūrisma jomā, kā arī valstīm vai reģioniem, kuriem dažādu iemeslu dēļ nav programmu minētajā jomā.

4.2.1 Francijas tūrisma uzņēmumam ***"L'Agence Nacionale pour les Chèques-Vacances"*** (*ANCV; Brīvdienu kuponu valsts aģentūra*) 2005. gadā bija apmēram 1 miljardu *euro* liels apgrozījums. Uzņēmums tika izveidots 1982. gadā kā "rūpnieciska un komerciāla rakstura publiska organizācija", un pēc vairāk nekā 23 darbības gadiem tas saglabājas kā lietderīgs sociālās politikas instruments tūrismam.

4.2.1.1 Uzņēmuma darbības mērķi ir trejādi:

— palīdzēt pēc iespējas lielākam cilvēku skaitam doties atvaļinājumā, jo īpaši tiem, kuriem ir zems ienākumu līmenis;

— nodrošināt iespēju izmantot plašu tūrisma profesionāļu tīklu, kas var kvalitatīvi izpildīt visas prasības;

— sadarboties tūrisma attīstības jomā, palīdzot sasniegt līdzsvarotāku tūrisma darbību reģionos.

4.2.1.2 Jāatzīmē, ka brīvdienu kuponus katru gadu saņem apmēram 2.5 miljoni cilvēku, un tos izmanto apmēram 7 miljoni ceļotāju. *ANCV* ir vairāk nekā 21 000 piesaistītu organizāciju, kas piedalās tās finansēšanā, un apmēram 135 000 tūrisma un atpūtas jomas darbinieku, kuri iesaistīti pakalpojumu sniegšanā.

4.2.1.3 Turklāt programma ļauj nodrošināt atvaļinājumus sociāli visneaizsargātākajām iedzīvotāju grupām, invalīdiem, jauniešiem, utt., izsniedzot ceļošanas pabalstus apmēram 4, 5 miljonu *euro* apmērā. Svarīgs ir arī aģentūras finansiālais ieguldījums sociālā tūrisma infrastruktūru uzlabošanā.

4.2.1.4 Kopumā šķiet, ka programmas nepārtrauktība un rentabilitāte ir nodrošināta; neapšaubāmi, ekonomiskie pētījumi apstiprina to, ka programmas saimnieciskās darbības ietekme palīdz atgūt finansiālās izmaksas.

4.2.1.5 Aģentūras mērķi nākamajos gados ir turpināt tās sniegto pakalpojumu paplašināšanu un izplatīšanu pakalpojumu izmantotāju un tūrisma nozares profesionāļu vidū. Varbūt šie mērķi varētu iekļaut starpvalstu raksturu, panākot vienošanās ar citām Eiropas valstīm; neapšaubāmi, ieguvumi būtu savstarpēji, un tā būtu paraugprakse ar lielu saimniecisko un sociālo nozīmi.

4.2.2 **Sociālā tūrisma programmai *IMSERSO*** Spānijā ir līdzīgi mērķi, bet tajā tiek izmantota atšķirīga pieeja un instrumenti. Ar tās palīdzību katru gadu vairāk nekā 1 miljons cilvēku, jo īpaši vecāka gadagājuma cilvēki, dodas organizētos grupu ceļojumos, kas notiek ārpus tūrisma sezonas. Spānijas valdība katru gadu programmā iegulda apmēram 75 miljonus *euro*, bet, izmantojot dažādus nodokļu mehānismus (PVA, uzņēmējdarbības nodokļus, uzņēmumu peļņas nodokļus un fizisko personu ienākuma nodokļus), kā arī palielinātus ieņēmumus no sociālās apdrošināšanas iemaksām un bezdarbnieku pabalstu uzkrājumiem, programma dod ieņēmumus apmēram 125 miljonu *euro* apmērā, un tādēļ tā ekonomiski ir ļoti rentabla.

4.2.2.1 Šīs programmas sociālā un ekonomiskā rentabilitāte ir skaidri redzama, jo tā devusi iespēju ļoti daudziem vecākās paaudzes cilvēkiem ceļot pirmo reizi, iepazīt citas pilsētas un citu vidi, paplašināt sociālos kontaktus uz vienlīdzīgiem noteikumiem, uzlabot fizisko stāvokli, tās dalībnieki atzinīgi novērtējuši kvalitāti, turklāt par katru programmā ieguldīto 1 *euro* tiek atgūti 1,7 *eur*.

4.2.2.2 Jāmin arī šīs programmas ietekme uz nodarbinātību — aptuveni 10 000 strādājošo ārpus tūrisma sezonas nekļūst par bezdarbniekiem, jo viesnīcas un citi uzņēmumi turpina darboties.

4.2.2.3 Šī programma pastāvīgi paplašinās un attīstās, meklējot jaunas sociālā tūrisma formas ar lielāku vērtību kultūras, veselības aprūpes un sociālajā jomā, piedāvājot, piemēram, uzturēšanos kūrvietās, kas ir ļoti populāra, vai ceļojumus, kuros iekļauti kultūras pasākumu apmeklējumi.

4.2.2.4 Tāpat kā Francijas programmai, arī Spānijas programmai ir loti lielas paplašināšanās iespējas ne vien attiecīgajā valstī, bet arī ārpus tās. Šobrīd Spānijas *IMSERSO* jau panākusi vienošanos par tūristu apmaiņu ar līdzīgu organizāciju Portugālē un tiek pētītas iespējas par tādu pašu vienošanos ar Franciju. Tas varētu būt ļoti vērtīgs piemērs, ko varētu pārņemt pārējās Eiropas valstis.

4.2.3 **Cita pieredze**. Bez šīm divām lielajām sociālā tūrisma programmām Eiropā ir arī citi labi piemēri, kas varbūt ir mazāka mēroga, attiecināti uz šaurākām mērķa grupām, bet tādēļ tie nav mazāk vērtīgi. Tā tas ir gadījumā ar Barselonas uzklausīšanas sēdē analizēto piemēru — organizāciju ***Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos (PREDIF),*** kas pievērš uzmanību ļoti īpašai iedzīvotāju grupai un veiksmīgi realizē brīvdienu programmu šai grupai.

4.2.3.1 Atšķirīgs, bet arī ļoti interesants piemērs, ko vērts pieminēt, ir triju organizāciju kopīga iniciatīva: viena organizācija ir no Lielbritānijas (***Family Holiday Association***), otra no Beļģijas (***Toerisme Vlaanderen***) un trešā no Francijas (***Vacances Ouvertes***), **un tās** koordinē darbību, lai savās trijās valstīs atvieglotu "tūrismu visiem".

4.2.3.2 Arī citās Eiropas valstīs ir sociālā tūrisma piedāvājumi, tajā skaitā **Portugālē, Polijā un Ungārijā,** kur liela nozīme ir arodbiedrībām, vai **Itālijā**, kur programmu atbalsta patērētāju kooperatīvi. Noteikti var apgalvot, ka iniciatīvu daudzveidība, programmu izmantotāju skaits un dažādība palielinās visās Eiropas valstīs.

4.2.3.3 Tāpat jāatzīmē tas, ka arī dažos reģionos un pašvaldībās tādā vai citādā veidā tiek attīstītas sociālā tūrisma iniciatīvas, kā, piemēram, "*Plan OCI 60*" **Baleāru salu autonomajā apgabalā**.

4.2.3.4 Tāpat reģionālajā mērogā Andalūzijas (Spānija) valdība īsteno divas iniciatīvas — programmu ***Residencias de Tiempo Libre*** un programmu"***Conoce tu Costa***", kas ietver reģionālās pārvaldes un vietējo padomju sadarbību, lai autonomajā reģionā veicinātu tūrismu vecāka gadagājuma cilvēku vidū.

4.2.3.5 Tāpat ir vērts minēt informāciju par sociālo tūrismu Eiropas Savienības interneta portālā www.visiteurope.com, kurā var atrast informāciju par visiem tūrisma pasākumiem Eiropā, tajā skaitā arī sociālā tūrisma jomā.

4.3 **Sociālā tūrisma vispārējs novērtējums**. Sociālā tūrisma vērtība un tā devums Eiropas sabiedrībai ir ļoti daudzveidīgs. Dažus piemēri:

— tūrisma pakalpojumu izmantotāju apmierinātība ne vien ar konkrētajām iespējām doties ceļojumos, bet arī ar īpašu veidu, kādā tie noris,

— darbības cilvēciskā dimensija un vērtības,

— līdzsvara uzlabošana un personības attīstības iespējas ceļotāju un vietējās sabiedrības vidū,

— rentabilitāte un ekonomiskie ieguvumi tūrisma nozarē, jo īpaši, pagarinot tūrisma sezonu,

— ieguvumi, radot stabilas, kvalitatīvas darba vietas visu gadu;

— ilgtspējības saglabāšana tūrisma galamērķos,

— apkārtējās vides, dabas, sociālo un kultūras resursu un mantojuma novērtēšana,

— zināšanu un apmaiņas veicināšana starp dažādām ES valstīm.

4.3.1 Šis vērtību kopums, kā arī sociālā tūrisma darbības panākumi, kā arī izaugsmes iespējas, izpēte un jaunu produktu ieviešana veido visaptverošu, ļoti pozitīvu sociālā tūrisma novērtējumu Eiropā.

4.3.2 Šāds visaptverošs, pozitīvs novērtējums liecina par to, ka sociālo tūrismu var uzskatīt par "brīnumu": visiem šajā jomā strādājošajiem un visiem, kuri izmanto sniegtos pakalpojumus, ir dažādi ieguvumi: ekonomiskie, sociālie, ieguvumi veselības jomā, nodarbinātībā, Eiropas pilsoniskuma jomā. Nevienu sociālās tūrisma darbība neietekmē negatīvi. Būtu patiešam grūti atrast kādu cilvēku veiktu un saimniecisku darbību, kas būtu tik vispārēji atzīta un atbalstīta.

4.3.3 Līdz ar to nav grūti šajā atzinumā iekļaut priekšlikumus un ieteikumus, kas nostiprinātu un uzlabotu esošās programmas un paplašinātu to pozitīvo ietekmi uz plašākiem iedzīvotāju slāņiem.

B. **OTRĀ DAĻA: PRIEKŠLIKUMI**

5. *Virzība uz Eiropas sociālā tūrisma platformu.*

5.1 **Priekšnosacījumi.** No iepriekš minētā var secināt, ka neatkarīgi no sociālā tūrisma definīcijas, finansēšanas un vadības tas ir spēcīgs, rentabls un stabils ekonomiskais un sociālais faktors, kas īsteno savus mērķus, nodrošinot augstu apmierinātības līmeni sociālā tūrisma pakalpojumu izmantotājiem, dodot ieguldījumu nodarbinātībā, mazinot tūrisma pakalpojumu sezonālo raksturu, un tam ir ļoti liela vērtība pasaulē, un jo īpaši mūsu Eiropā. Tādēļ jāapsver, kā būtu iespējams paplašināt un vispārināt sociālā tūrisma labvēlīgo ietekmi uz iedzīvotājiem, uzņēmumiem un sabiedrību kopumā.

5.1.1 Nav vienkārši zem viena nosaukuma apvienot visu Eiropas mēroga sociālā tūrisma darbību. Var runāt par platformu, projektu, programmu, iniciatīvu, un, lai gan minētie apzīmējumi nav viennozīmīgi, tie visi netieši norāda uz organizētu darbību, kurai ir skaidri noteikti mērķi pārvalstiskā Eiropas mērogā. Šajā atzinumā, ņemot vērā tā vispārējā priekšlikuma raksturu, minētajiem apzīmējumiem nav būtiskas nozīmes, jo darba gaitā šai nākotnes platformai tiks atrasts piemērots nosaukums.

5.1.2 Tomēr ir skaidrs, ka tūrisms Eiropā cieš no dažādiem trūkumiem un apdraudējumiem vidējā termiņā:

— aizvien pieaugošais tūrisma sezonālais raksturs kā Eiropas ziemeļos, tā arī centrālajā daļā un Vidusjūras piekrastē: ārpus tūrisma sezonas tūrisma reģioni ir tukši, trūkst atbilstošu infrastruktūru, kuras varētu izmantot visu gadu,

— nepietiekama cilvēkresursu izmantošana ārpus tūrisma sezonas un vidēji aktīvas sezonas laikā,

— ievērojams ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaita pieaugums emigrācijas dēļ, kā rezultātā jāpaplašina saimnieciskā darbība, lai saglabātu vismaz līdzšinējo dzīves līmeni,

— grūtības tūrisma nozarē visu gadu saglabāt atbilstošu cenu un nodarbinātības līmeni, lai nodrošinātu rentabilitāti vidējā termiņā,

— objektīvi ierobežojumi vietu skaitam, ko var izmantot tūrisma nolūkam,

— lai tūrisma nozarē nodrošinātu ilgtspējīgu attīstību, nepieciešams palielināt katra tūrisma reģiona pievienoto vērtību visa gada garumā, paaugstinot kvalitāti un tā rezultāta arī cenu, vai paaugstinot gada vidējo noslogojumu un pagarinot sezonu, kuras laikā ir atvērti tūristu apkalpošanas uzņēmumi;

— ļoti daudzu tūrisma galamērķu rašanās visā pasaulē, piedāvājot jaunus, konkurētspējīgus produktus un pakalpojumus; šai jaunajai konkurences formai vispirms jāveicina kvalitāte un konkurētspēja.

5.1.3 Tomēr pastāv arī faktori, kas skaidri norāda, ka Eiropas sociālā tūrisma platforma vai projekts varētu būt dzīvotspējīgs:

— to Eiropas iedzīvotāju skaita pakāpenisks pieaugums gan absolūtos, gan relatīvos skaitļos, kuri nestrādā, bet saņem pensijas, un kuriem ir pietiekams dzīves līmenis,

— pakāpenisks eiropiešu mūža ilguma pieaugums,

— viena cilvēka dzīves laikā izmantotā atvaļinājuma vidējā ilguma pieaugums, jo īpaši, cilvēkiem kļūstot vecākiem,

— transporta izmaksu samazināšanās, pateicoties zemo cenu aviosabiedrību skaita pieaugumam, kas veicina mobilitāti un tūrismu,

— aizvien pieaugošs kultūras līmenis, kas veicina atbildīgu un ilgtspējīgu tūrismu,

— laba un veiksmīga pieredze sociālā tūrisma programmu jomā visā Eiropā,

— valstu iestāšanās Eiropas Savienībā, kas paplašina tirgu un ceļošanas iespējas.

5.2 Eiropas sociālā tūrisma platformai varētu izvirzīt dažādus **mērķus**:

— vispārināt un paplašināt esošās programmas un palielināt sociālā tūrisma piedāvājumu izmantotāju skaitu visā Eiropā, līdz katrai valstij būtu izstrādāta sava programma,

— iekļaut esošo programmu pārvalstisko raksturu, izmantojot divpusējās vai daudzpusējās sadarbības līgumus,

— izveidot nosacījumus tādas Eiropas sociālā tūrisma platformas izstrādei un īstenošanai, kas nodrošinātu iespējamus ieguvumus visiem Eiropas iedzīvotājiem, kuri ilgtermiņā varētu atļauties apmeklēt citas valstis, šajā sakarā būtu interesanti uzzināt, cik daudzi Eiropas iedzīvotāji nekad nav apmeklējuši kādu citu Eiropas valsti. Šī grupa neapšaubāmi varētu būt diezgan liela, un ar to varētu pamatot minētās programmas izveidošanu,

— veicināt pakāpenisku Eiropas mēroga sociālā tūrisma īstenošanu, kurā piedalītos pēc iespējas vairāk valstu.

5.3 **Eiropas sociālā tūrisma platformas izstrādē iesaistītās ieinteresētās puses un grupas**. Kā iespējamās iesaistītās struktūras varētu minēt:

— organizācijas, kas šobrīd vada sociālā tūrisma programmas dažādās valstīs,

— arodbiedrību organizācijas un kooperatīvi, kas ieinteresēti programmas attīstībā,

— darba devēji tūrisma nozarē plašākā nozīmē, kas ieinteresēti savu uzņēmumu ilgtspējīgas rentabilitātes uzlabošanā,

— valstu valdības un reģionālās un vietējās pašvaldības, kas ieinteresētas darboties tūrisma jomā, nozares darbības uzlabošanā un iedzīvotāju personīgajā un sociālajā attīstībā,

— Eiropas Savienība un tās iestādes, kas ieinteresētas nodarbinātības, saimnieciskās darbības un Eiropas pilsoniskuma paplašināšanā un veicināšanā, ņemot vērā platformas pārvalstisko dimensiju, Eiropas Savienības iestādēm arī vajadzētu koordinēt un uzraudzīt programmas attīstības nosacījumus, ieskaitot arī tās īstenošanu,

— sociālā tūrisma organizācijas, jo īpaši *BITS*.

5.4 **Eiropas sociālā tūrisma galvenie aspekti.** Lai Eiropas sociālā tūrisma platforma būtu sociāli un ekonomiski dzīvotspējīga, tai jāatbilst šādiem kritērijiem:

— tai jābūt vērstai uz ekonomiski, teritoriāli vai sociāli visnelabvēlīgākajā situācijā esošajām iedzīvotāju grupām, tā īpaši jāattiecina uz cilvēkiem ar fiziskiem vai garīgiem traucējumiem, kā arī uz cilvēkiem, kuriem ceļošanu apgrūtina ģeogrāfiskie apstākļi, kā, piemēram, Eiropas salās, tas nozīmē uzņemties atbildību par daļēju, taisnīgu un vienlīdzīgu finansēšanu neatkarīgi no ceļojuma garuma un uzturēšanās vietas, kompensējot līdzekļus maznodrošinātajiem visplašākajā nozīmē,

— Eiropas sociālā tūrisma platformai kā privātajā, tā valsts līmenī jābūt ekonomiski un sociāli rentablai īstermiņā, vidējā termiņā un ilgtermiņā,

— tai jārada stabilas, kvalitatīvas darba vietas visu gadu, lai sasniegtu nodarbinātības mērķi, būtu nepieciešama centralizēta vadība un centieni pēc iespējas pagarināt tūristu uzturēšanos tūristu atpūtas vietās,

— minētā platforma jāpilnveido ārpus tūrisma sezonas,

— tai jābūt ilgtspējīgai un jānodrošina personības un sociālā bagātināšanās gan tūrisma pakalpojumu izmantotājiem, gan vietējām sabiedrībām,

— tai jānodrošina augstas kvalitātes pakalpojumi atbilstoši mērķiem,

— tai jāattīstās publiskā un privātā sektora sadarbības veidā.

Ja šie nosacījumi tiktu īstenoti, sociālais tūrisms neapšaubāmi kļūtu par Eiropas tūrisma modeļa pamatsastāvdaļu.

5.5 **Publiskā un privātā sektora sadarbība minētajā projektā**. Programmas dzīvotspēja lielā mērā var būt atkarīga no efektīvas publiskā un privātā sektora sadarbības plānošanas, izstrādes un vadības jomā, bet šī sadarbība to var arī veicināt. Domājams, ka būs iespējams un varbūt pat būs viegli Eiropā atrast organizācijas un uzņēmumus, kas vēlētos uzsākt Eiropas sociālā tūrisma platformas attīstību.

6. *Eiropas sociālā tūrisma platformas ietekme un rezultāti.*

6.1 **Attiecībā uz izaugsmi un nodarbinātību**. Ja Tiktu īstenoti minētās platformas dažādie posmi, ietekme uz izaugsmi un nodarbinātību būtu ievērojama un noteikti palīdzētu sasniegt Lisabonas sammitā noteikto mērķi. Cita starpā Spānijā uzsāktā programma *IMSERSO* skaidri norāda uz sociālā tūrisma labvēlīgo ietekmi uz darba vietu saglabāšanu un izveidi ārpus tūrisma sezonas.

6.2 **Attiecībā uz faktiskajām tiesībām uz tūrisma pieejamību**. Tā kā atbilstoši pieejamajiem statistikas datiem apmēram 40 % iedzīvotāju nebrauc atvaļinājumā, Eiropas tūrisma platformai neapšaubāmi jāizvirza mērķis ievērojami samazināt šo skaitli, kas tai noteikti arī izdotos, un padarīt par realitāti tiesības uz tūrismu visiem, kā arī palīdzēt Eiropas tautām iepazīt vienai otru.

6.3 **Attiecībā uz Eiropas tūrisma modeli**. Vairākos atzinumos par tūrismu EESK izteikusi pārliecību par to, ka iespējams izveidot Eiropas tūrisma modeli, kas pamatojas nevis uz tiesību aktiem, bet uz plaši pieņemtām un piemērotām vērtībām. Viena no šīm iespējamajām vērtībām, ko varētu iekļaut minētajā modelī, ir vispārēja tūrisma pakalpojumu pieejamība, tūrisms visiem. Eiropas sociālā tūrisma platforma varētu sniegt nozīmīgu ieguldījumu Eiropas tūrisma modeļa veicināšanā.

7. *Tūrisma, jo īpaši sociālā tūrisma, ieguldījums Eiropas identitātes un dimensijas izveidē.*

7.1 Pēdējā laikā var secināt, ka Eiropas veidošana nav viegls un īslaicīgs uzdevums, un arī pašreiz ir jāpārvar daudzas neskaidrības un grūtības. Sociālais tūrisms varētu būt ietekmīgs instruments, lai veicinātu informācijas apmaiņu, iedzīvotāju savstarpējo sapratni un solidaritāti, lai palīdzētu radīt "pilsoņu Eiropu", kas veidota, nevis no kaut kā atsakoties vai smagi strādājot, bet gan baudot brīvo laiku, ceļojumus un atvaļinājumus. Jo īpaši jaunieši ir tie, kuri vairāk ceļo sezonas laikā, kad dažādas izglītības iestādes, kurās ir kopmītnes, ir brīvas, un tās uz laiku būtu iespējams izmantot tūrisma iniciatīvām līdzīgi *Erasmus* programmai.

7.2 Šķiet, ka tūrisms ir labs veids, kā veidot "pilsoņu Eiropu" — dažādās iedzīvotāju grupas, tūrisma nozare un vietējās sabiedrības varētu apvienot intereses, darot to patīkamā un visiem pieejamā veidā.

C. **TREŠĀ DAĻA: SECINĀJUMI UN IETEIKUMI**

8. *Secinājumi.*

8.1 Pirmais vispārējais secinājums, kas izriet no šī atzinuma analīzes par pašreizējo situāciju Eiropas sociālajā tūrismā, ir tā darbības ilgtspējība, ņemot vērā vides, ekonomisko un sociālo aspektu. Sociālais tūrisms ir arī prioritāra darbība katrā no minētajiem aspektiem.

8.2 Ieguvumi visiem tūrisma pakalpojumu izmantotājiem un sniedzējiem ekonomikā, sociālajā, veselības un integrācijas jomā ir vispārēji atzīti, un tiem ir liela pievienotā vērtība.

8.3 Dažādās iedzīvotāju grupas, kas izmanto sociālā tūrisma pakalpojumus, un jo īpaši invalīdi un/vai cilvēki ar kustību traucējumiem programmu ietvaros saņem ļoti lielu atbalstu viņu pilnīgai integrācijai sabiedrībā.

8.4 Pašreizējo situāciju sociālā tūrisma jomā Eiropā raksturo lielā šīs nozares uzņēmumu, attīstības veidu, mērķa grupu, finanšu instrumentu, utt. dažādība, kas to papildina, dažādo un sniedz ieguldījumu tās attīstībā un pilnveidē.

8.5 Jo īpaši var secināt, ka iespējams sasniegt to, lai sociālā tūrisma sociālais ienesīgums būtu samērojams un pozitīvi saistīts ar ekonomisko rentabilitāti.

8.6 Ir iespējams no ekonomiskā viedokļa un vēlams no sociālā viedokļa katrā Eiropas valstī attīstīt valsts sociālā tūrisma programmu, izmantojot dažādas pieejas un vadības formas.

8.7 No ekonomiskā viedokļa ir iespējams un no sociālā viedokļa ir vēlams izveidot pārvalstisku Eiropas sociālā tūrisma platformu.

8.8 Īstenojot jebkuru sociālā tūrisma pasākumu, jāņem vērā tādi Lisabonas stratēģijā ietvertie kritēriji kā ilgtspējība un darba vietu radīšana.

8.9 Sociālais tūrisms var būt ļoti vērtīgs līdzeklis "pilsoņu Eiropas" izveidei, aptverot visus iedzīvotājus, bet jauniešu nozīme minētajā procesā ir jo īpaši nozīmīga.

8.10 Sociālais tūrisms ir darbība, kam raksturīgas dažas vērtības, kuras var iekļaut Eiropas tūrisma modelī.

8.11 Sociālā tūrisma darbība varētu radīt ieguvumus visām vietējām sabiedrībām visā Eiropā, ņemot vērā tā ieguldījumu kultūras un vietējā mantojuma aizsardzībā.

8.12 Visbeidzot, var sacīt, ka sociālais tūrisms mūsdienās ir pilnvērtīgi attīstījies darbības veids daudzās Eiropas valstīs, ko veic ar labiem vadītājiem un organizatorisko struktūru; sociālais tūrisms ir gatavs turpmākai attīstībai visās valstīs, padarot tā pakalpojumu piedāvājumu pārvalstisku un tādējādi palielinot tā mērķu kvantitāti un kvalitāti.

9. *Ieteikumi.*

9.1 Pamatieteikums sociālā tūrisma programmu potenciālajiem izmantotājiem ir mudināt viņus piedalīties tūrisma pasākumos, uz ko viņiem ir tiesības, bet kas daudzu iemeslu dēļ varbūt viņiem nav biji pieejams. Sociālais tūrisms veicina integrāciju, plašākas zināšanas un personības attīstību, un tādēļ šāda līdzdalība tūrisma pasākumos ir vēlama.

9.2 Attiecībā uz plašo sociālā tūrisma programmu piedāvātāju loku vispirms jāatzīst viņu darbības pozitīvais ieguldījums, īpašie centieni un ieguldītās rūpes, nodrošinot pieejamus, bet kvalitatīvus pakalpojumus. Bet viņi jāmudina arī turpmāk uzlabot produktu un pakalpojumu piedāvājumu, investējot infrastruktūras uzlabošanā, ieviešot jaunus produktus, jo īpaši ar pārvalstisko dimensiju. Programmu koordinēšana un apvienību veidošana starp atbildīgajām organizācijām ir labs pieredzes apmaiņas un uzlabošanas veids.

9.3 Attiecībā uz tūrisma nozares uzņēmumiem ir ieteikums tiem pilnībā piedalīties sociālā tūrisma pasākumos. Sociālā tūrisma vērtības ir savienojamas ar pareizu uzņēmējdarbības vadību, konkurētspēju un rentabilitāti īstermiņā, bet jo īpaši vidējā termiņā un ilgtermiņā, dodot iespēju nodrošināt darba vietas daudziem cilvēkiem visa gada garumā.

9.4 Attiecībā uz valstu valdībām un reģionālajām un vietējām pašvaldībām būtu ieteikums izveidot sociālā tūrisma programmas, ņemot vērā to sniegtos ieguvumus gan sociālajā, gan ekonomiskajā jomā. Papildieņēmumi no nodokļiem un iemaksām, ietaupījumi no bezdarbnieku pabalstiem ir skaidri redzami stimuli, lai nodrošinātu taisnīgas subsīdijas ekonomiski, sociāli vai fiziski nelabvēlīgā situācijā esošām grupām ar pārliecību, ka ieguldījumi atmaksāsies un izrādīsies rentabli.

9.5 Eiropas iestādēm ir ieteikums ņemt vērā, ka sociālais tūrisms ir svarīga darbība, kuram ir kopīgi mērķi tūrisma un sociālajā jomā; ir nepieciešams sociālo tūrismu atzīt, veicināt, nodrošināt tam īpašu tehnisko palīdzību, atbalstīt un stimulēt to ne tikai ekonomiski. Vadība, tehniskā koordinācija, pieredzes apmaiņa un forums, kurā noslēgt pārvalstiskas vienošanās, ir daži no pasākumiem, kurus Komisija, jo īpaši izmantojot savu Tūrisma nodaļu, varētu nodrošināt ar saviem resursiem, lai izveidotu efektīvu Eiropas tūrisma platformu. Komisijas vadošā loma minētajās jomās neapšaubāmi būtu lietderīgs līdzeklis paredzēto mērķu sasniegšanai un darbības pārraudzībai.

9.6 Visām iestādēm jāapsver attiecīgo politiku veicināšana, lai novērstu visa veida šķēršļus kā saziņas, tā arī tūristu apmešanās vietu un tūrisma pakalpojumu infrastruktūru jomā. Eiropas salu piemērs skaidri parāda to, cik ļoti ģeogrāfiskā situācija ietekmē mobilitāti un tūrisma pieejamību salu iedzīvotajiem.

9.7 Ņemot vērā sociālā tūrisma politisko, sociālo un ekonomisko dimensiju, Eiropas Parlamentam būtu jāuzsāk iniciatīvas, lai veicinātu diskusijas un rezolūcijas par tā veicināšanu Eiropā.

9.8 EESK piekrīt tam, ka šis atzinums tiek publicēts un izplatīts kā "Barselonas deklarācija par sociālo tūrismu Eiropā". Tas būtu ieguldījums 2006. gada Eiropas tūrisma forumā un šī paša gada Pasaules tūrisma dienā.

D. **CETURTĀ DAĻA: IZMANTOTIE DOKUMENTI.**

— Sociālā tūrisma dažādās koncepcijas: piedāvājuma un pieprasījuma attīstība, 1993.g. Eiropas Komisija, XXIII ģenerāldirektorāts, Tūrisma nodaļa, 1993. gads.

— Monreālas deklarācija: virzība uz tūrisma humānu un sociālo attīstību. *BITS*. 1996. gada septembris.

— Pasaules tūrisma ētikas kodekss. Pasaules tūrisma organizācija (*OMT*), *Santiago de Chile*, 1999. gada 1. oktobris.

— Semināra ziņojums: atbalsts atvaļinājumu braucieniem Eiropas Savienībā. Eiropas Parlaments. Strasbūra. 2000. gada marts.

— Koncepcija par tūrismu visiem un sociālo tūrismu Eiropas Savienībā. *BITS*. Briges seminārs. 2001. gada jūnijs.

— Ziņojums par pētījuma "Tūrisms visiem" rezultātiem. 2001. gada jūnijs.

— Atzinums par tematu "Visiem pieejams un sociāli ilgtspējīgs tūrisms." EESK, 2003. gada oktobris.

— Pētījums par *IMSERSO* brīvdienu programmu vecāka gadagājuma cilvēkiem. Spānija, 2004. gada maijs.

— Eiropas sociālā tūrisma forums. *BITS*. Budapešta, 2005. gada aprīlis.

— Ziņojums par tūrismu un attīstību. Eiropas Parlaments. A6-0173/2005, 2005. gada maijs.

— Paziņojums par jaunām perspektīvām un jauniem izaicinājumiem ilgtspējīga Eiropas tūrisma jomā. Eiropas Parlaments. A6-0235/2005, 2005. gada jūlijs.

— Tūrisma pieejamība visiem. Rīcības plāns, ko sagatavojusi Spānijas pārstāvju komiteja personām ar kustību traucējumiem. *CERMI*. 2005. gada decembris.

— Konsultācijas par pasākumiem tūrisma jomā un atvaļinājumiem strādājošajiem. *BITS*. Brisele. 2005. gada maijs.

— Eiropas konference par sociālo tūrismu, ekonomisko izaugsmi un nodarbinātību. Baleāru salu valdība. *Palma de Mallorca*. 2005. gada novembris.

— Konference "Tūrisms visiem": pašreizējā situācija un pieredze ES. *BITS* un Eiropas Komisija, Uzņēmumu ģenerāldirektorāts, Tūrisma nodaļa. 2006. gada janvāris.

— Vispasaules sociālā tūrisma kongress. "Virzība uz tūrismu, kas pamatojas uz attīstību un solidaritāti." *Aubagne* (Francija), 2006. gada maijs.

Briselē, 2006. gada 14. septembrī

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas

priekšsēdētāja

Anne-Marie SIGMUND