

Montrealská deklarácia o sociálnom turizme

Montrealská deklarácia

Čo sa myslí dnes pod pojmom sociálny turizmus? Ako kľúčoví aktéri v sociálnom turizme vnímajú svoju rolu? Aké sú ich očakávania a ambície?

Aké sú sporné otázky a vyhliadky, ktorým čelíme dnes na prahu 3. milénia?

Pred 25 rokmi vo Viedenskej charte, Medzinárodný úrad sociálneho turizmu (BITS) stanovil sociálne, kultúrne, politické a ekonomické dimenzie turizmu – prehlásenie zásadného významu pre súčasnosť.

Svetová organizácia turizmu (WTO) vo svojej Manilskej deklarácii formálne potvrdila ciele sociálneho turizmu. Čo bude znamenať sociálny turizmus v nadchádzajúcich rokoch? Toto je veľmi dôležitá otázka, ktorou sa zaoberá Montrealska deklarácia.

1. Sociálny turizmus

Veľký ideál navzdory diskriminácii a výzva k integrácii.

V dnešnom svete,

je prudký nárast najbohatších krajín a celé skupiny populácie trpia narastajúcou chudobou, ktorej výsledkom je vážny sociálny nepokoj,

svet, v ktorom pokrok vo vede a informačných technológiách ide ruka v ruku so znižovaním pracovnej sily

svet otvárajúci sa netušeným spoločenským a kultúrnym príležitostiam,

svet, v ktorom sú vytvárané veľké ekonomické aliancie, ktoré fungujú podľa svojej vlastnej logiky voľného trhu,

svet, v ktorom niektoré krajiny poznajú rýchly rast, otvárajúce sa možnostiam domáceho turizmu,

svet, v ktorom iné krajiny a dokonca celé kontinenty sú v bezvýhodiskovej situácii a v desivej chudobe,

svet, v ktorom je všade dožadované právo hľadať zmysel,

v tomto svete sa turizmus prudko rozrástá.

Sme svedkami nápadného nárastu v podnikaní a cestovaní vo voľnom čase, otvárania hraníc, rozmanitosti destinácií a nových komunikačných a dopravných prostriedkov.

Paralelne k celkovej deľbe medzi časom venovaným práci a časom na voľno a cestovanie sme v určitých krajinách svedkami neprijateľných foriem zneužívania miestnych obyvateľov aj v tak extrémnych prípadoch ako je prostitúcia detí.

Článok 1. Všeobecná deklarácia ľudských práv ustanovuje, že všetci ľudia majú právo na odpočinok, voľný čas, ohraničenie pracovného času a právo zaplatiť si dovolenku.

Toto právo je ďaleko od toho, aby bolo všeobecne akceptované, podrobenie voľného času a turizmu pod službu potrebám ľudí musí byť realizované „pod vlajkou“ sociálneho turizmu, ktorého základným cieľom je vždy prístup k cestovateľským a voľnočasovým príležitostiam pre všetkých.

Článok 2

Základným cieľom všetkých iniciatív rozvoja turizmu by mala byť plná realizácia možností každého jednotlivca, aj ako osoby aj ako občana.

2. Sociálny turizmus : výhody pre budúcnosť

Sociálny turizmus: faktor formujúci spoločnosť

Článok 3. Cieľ sprístupniť turizmus pre všetkých vrátane rodín, mládeže a starých ľudí, nevyhnutne znamená zapojenie do boja proti nerovnosti a vylúčeniu kultúrne odlišných, tých, ktorí sú limitovaní prostriedkami a schopnosťami alebo tých, ktorí žijú

v rozvojových krajinách. Za týmto účelom je potrebné stanoviť a implementovať špecifické opatrenia: definícia turizmu v sociálnych stratégiách, tvorba infraštruktúry, vytvorenie podporných systémov pre znevýhodnené skupiny, zvyšovanie informovanosti a ďalšie vzdelávanie personálu atď. Skromné iniciatívy tvoriace časť celkovej stratégie môžu často byť efektívnejším formujúcim faktorom spoločnosti ako rozsiahle projekty.

Článok 4

Dovolenky a cestovanie môžu poskytnúť najmä vhodné príležitosti pre osobné obohatenie prostredníctvom odhalenia nových miest, kultúr a civilizácií, prostredníctvom fyzických, umeleckých, športových a voľnočasových aktivít, stretávaním ľudí bez rozdielu vzdelania a veku, prostredníctvom ďalších záväzkov, ku ktorým sa turisti slobodne zaväzujú.

Ľudia pracujúci v sociálnom turizme si želajú prispieť k zlepšeniu medziľudských vzťahov, aj prostredníctvom ich vzdelávania a ich záujmových aktivít, sociálny turizmus je prostriedok pre sociálnu kohéziu.

Sociálny turizmus : faktor podporujúci ekonomický rast

Článok 5:

Stovky miliónov ľudí na celom svete, ktorí cestujú, vítajú sociálny turizmus, ktorí apeluje na všetky príjmové a vekové skupiny. Sociálny turizmus prospieva ekonomickej klíme, majúci zdroj v solidarite a sociálnej politike.

Sociálny turizmus ponúka a bude ponúkať v zvýšenej miere výnimočné ekonomické príležitosti. Turizmus pre všetkých je kľúč k ekonomickej sile. To vytvára nepretržitý tok ľudí, investícií, ktoré prispievajú k regionálnemu rozvoju, vytvára národné medzinárodné bohatstvo a stimuluje transfer zdrojov z bohatších ekonomík do chudobnejších krajín.

Článok 6 Turizmus musí prospievať celej spoločnosti. Jeho podpora musí prispievať k spoločenskému a ekonomickému rozvoju regiónov a občanov ako celku. Turistický sektor by mal aj poskytovať zamestnanie a zaručovať základné práva pre všetkých zamestnancov.

Článok 7 Všetci kľúčoví aktéri, ktorí sa podieľajú na rozvoji turizmu, sú predmetom toho istého ekonomického nátlaku či ako podnikatelia, manažéri zariadenia, organizátori turistických ciest alebo turistickí sprievodcovia, vychovávatelia alebo zabávači, všetci sú ekonomickí činitelia, predmet tých istých očakávaní kompetencie, profesionalizmu a výkonu.

Napĺňanie cieľa sociálneho rozvoja závisí od vzorného manažmentu a zlepšujúcich sa výsledkov.

Sociálny turizmus: participácia na skúsenostiach manažmentu krajiny

Článok 8 Dávno predtým ako ho podporili medzinárodné organizácie, bola prijatá koncepcia „udržateľnosti rozvoja“ okolo sociálneho turizmu a vyjadrené nasledovné ciele: zaviesť súlad do rozvoja turizmu, ochranu životného prostredia a rešpektovať identitu miestnej komunity;

Priniesť nové zdroje do zanedbaných regiónov;

Podporiť rozvoj bez vyčerpania zdrojov, vytvárať miestny ekonomický, spoločenský a kultúrny prínos.

Kým turizmus je celkovo jedným z hnacích motorov pre regionálny rozvoj, nemal by nikdy viesť k nekontrolovateľnej invázii do oblasti, zneužívaniu miestneho obyvateľstva alebo deštrukcii kultúry v danej oblasti.

Článok 9

Turizmus môže a mal by predstavovať nádej pre mnoho krehkých ekonomík. Ochrana prírodného prostredia musí odolať zisťnému nátlaku organizácií a jednotlivcov s úmyslom komerčného alebo osobného zisku.

Článok 10 Sociálny turizmus, ako podnikateľ a manažér projektov turistického rozvoja, zohráva kľúčovú úlohu vo vzťahu k turistom. Jeho povinnosťou je zvyšovať povedomie, informovať a prísne vštepovať rešpektovanie prostredia a miestnych komunít.

Sociálny turizmus: partner programov globálneho rozvoja

Článok 11. Štokholmská konferencia o populácii a životnom prostredí, programy OSN a Summit o Zemi v Riu o .i. jasne stanovili zodpovednosť súčasných generácií pri určení limitov rastu.

Turizmus , keď je pod kontrolou a keď rešpektuje prírodné prostredie a miestne komunity vytvára jednu z ekonomických, sociálnych a kultúrnych nádejí mnohých rozvíjajúcich sa regiónov. Z tohto dôvodu prevádzkovatelia v súčasnom a budúcom sociálnom turizme sú a budú na pravom mieste, aby navrhovali rozvojové projekty, správne vysvetlili právny a finančný rámec a prispeli k manažmentu, tréningovým programom a oživeniu všetkých turistických projektov plánovaných pre programy globálneho rozvoja.

Článok 12

Na celom svete, existujú nové formy spolupráce a partnerstva a budú rozhodujúce, keďže turistický rozvoj vyžaduje podporu mnohých miestnych autorít, spoločenských organizácií, odborov, finančných partnerov, rodiny, mládeže, kultúrneho, športového a ekologického hnutia a samozrejme, profesionálov v turistickom priemysle medzi ktorými prevádzkovatelia sociálneho turizmu slúžia verejnemu blahu.

3. Kritériá pre definíciu sociálneho turizmu

Článok 13 Každá organizácia cestovného ruchu (asociácia, družstvo, vzájomná spoločnosť, nadácia, federácia, nezisková organizácia, spoločnosť atď) ktorá vo svojich stanovách alebo pri stanovení cieľov sa jasne stotožňuje so sociálnymi cieľmi a cieľom podieľať sa na sprístupňovaní turizmu v čo najväčšej miere, sa týmto odlišuje od jediného cieľa mať maximálny zisk – môže sa hlásiť k členstvu v hnutí sociálneho turizmu.

Slovo „sociálny“ môže evokovať zvýšený zmysel pre solidaritu a bratstvo a byť dnes zdrojom nádeje pre tých mnohých ľudí vo svete ktorí ešte nemajú voľný čas.

Článok 14 Oprávnenosť tejto požiadavky je námetom k nasledujúcim verifikovateľným podmienkam:

1. Navrhované aktivity spájajú spoločne sociálne, výchovné a kultúrne ciele preukazujú rešpektovanie a rozvoj jednotlivca.
2. cieľová verejnosť je jasne určená bez diskriminácie na základe rasy, kultúry náboženstva, politiky, filozofie a sociálneho pôvodu.
3. neekonomická pridaná hodnota tvorí integrálnu súčasť navrhovaného produktu
4. vôľa k neničiacej integrácii do miestneho prostredia je vyjadrená jasne .
5. Druh aktivity a cena sú jasne stanovené v zmluve. Ceny sú kompatibilné so stanovenými spoločenskými cieľmi .Ročný prebytok (zisk) celkovo alebo čiastočne bude znovuinvestovaný na zlepšenie služieb ponúkaných verejnosti.
6. personálny manažment je v súlade so sociálnou legislatívou a zaručuje podporu spokojnosti a poskytovať vhodné pokračujúce rozvojové školenia personálu.

článok 15 Prevádzkovatelia cestovného ruchu nemôžu hľadať oprávnenie v štatútoch alebo spôsoboch práce, ale skôr zamerať svoje aktivity tak, aby naplnili stanovené ciele.

Štatúty sa menia podľa zvyklostí, praxe a rozvíjajúcej sa legislatívy. Len toto je prostriedok na dosiahnutie cieľa. Dnes neexistuje jednotlivý model.

Akékoľvek uznané aktivity a úspechy sú dôležité a trvalý sociálny turizmus nemôže existovať bez formovania a dlhodobej podpory skutočne sociálne mienených stratégií turizmu na regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni.

Tí, ktorí sú zapojení do sociálneho turizmu majú v úmysle aktívne participovať na formulácii a implementácii týchto stratégií.

Čeliac realite dneška a výzvam do budúcnosti, BITS má v úmysle zamerať svoje úsilie na podporu sociálnej a ľudskej vízie rozvoja vo vzťahu k turizmu. BITS vyzýva tých, ktorí

Majú rovnakú víziu budúcnosti ľudí všade na svete, aby spoločne pracovali na dosiahnutí cieľov tejto deklarácie.

Prijaté v Montreale 1997