

**Генеральная Ассамблея**

Distr.: General
31 July 2015
Russian
Original: English

Семидесятая сессия
Пункт 20 предварительной повестки дня*
Устойчивое развитие

**Доклад Генерального секретаря о Глобальном
этическом кодексе туризма***Резюме*

Глобальный этический кодекс туризма был одобрен Генеральной ассамблей Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в 1999 году и признан Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций в 2001 году в качестве опорной системы норм в области устойчивого развития туризма. Кодекс представляет собой всесторонний набор принципов, адресованных различным заинтересованным сторонам, в частности правительствам, частному сектору, принимающим сообществам, туристам и СМИ, и нацеленных на максимизацию пользы туристического сектора и минимизацию потенциального негативного воздействия туризма на окружающую среду, общества и культурное наследие народов мира. Этический кодекс является добровольным инструментом и, таким образом, не имеет обязательной юридической силы. Однако в настоящее время ЮНВТО рассматривает проект предложения по преобразованию Кодекса в международную конвенцию, обладающую юридической силой.

Всемирный комитет по этике туризма был создан в 2001 году во исполнение резолюции Генеральной ассамблеи ЮНВТО как беспристрастное третье лицо, которому поручено толкование Кодекса, а также оценка его соблюдения. Председатель и члены Комитета являются независимыми лицами государственного и частного сектора, участвующие в работе Комитета в личном качестве в рамках возобновляемых четырехлетних сроков. Структура и функции Всемирного комитета были пересмотрены Генеральной ассамблеей ЮНВТО в 2011 году, а в 2013 году той же Ассамблеей были назначены члены Комитета новой структуры.

* A/70/150.



Со времени принятия Глобального этического кодекса туризма в 1999 году Секретариат ЮНВТО провел четыре опроса государств — членов организации (в 2000, 2004, 2009 и 2014 годах) для отслеживания хода соблюдения Кодекса национальными управлениями по туризму. В ходе последнего опроса (являющегося темой настоящего доклада) было получено 62 ответа на тему соблюдения Кодекса от государств и территорий — членов ЮНВТО, в том числе и от одного государства, не являющегося членом организации (Финляндии). Всего с 2000 года по крайней мере в одном из четырех опросов на тему соблюдения Кодекса, проведенных организацией, приняло участие 128 государств и территорий, т. е. 82 процента ее членов.

В 2011 году Организация начала кампанию по повышению степени соблюдения Кодекса частным сектором, представители которого занимаются непосредственной практикой развития туризма. Для этого Организация призвала туристические компании и их отраслевые ассоциации публично принять Этический кодекс, подписав обязательство поддерживать и поощрять его этические принципы и представлять Всемирному комитету по этике туризма доклады о ходе реализации этих принципов в их предпринимательской деятельности. По состоянию на 30 июня 2015 года 417 компаний и ассоциаций из 57 стран всего мира подписали Обязательство частного сектора по этическому кодексу туризма ЮНВТО; 134 из них уже подали во Всемирный комитет свои анкеты-доклады. **Необходимо отметить, что Обязательство частного сектора по Этическому кодексу не предусматривает механизма сертификации и что ответы на опросы о ходе его осуществления основаны на самооценке компаний.**

Содержание

	<i>Стр.</i>
I. Введение	4
II. Деятельность Всемирного комитета по этике туризма	6
III. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма членами ЮНВТО	6
IV. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма частным сектором	9
А. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма компаниями	10
В. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма ассоциациями	13
V. Прочая деятельность ЮНВТО в соответствии с принципами Глобального этического кодекса туризма	14
А. Программа устойчивого туризма Десятилетней стратегии действий по рациональным моделям потребления и производства	14
В. Актуализация аспекта вседоступности в туризме	16
С. Кампания по борьбе с торговлей людьми в сфере туризма	16
VI. Заключение	17
Приложения	
I. Всемирный комитет по этике туризма (2013—2017 годы)	19
II. Опросы ЮНВТО на тему претворения в жизнь Глобального этического кодекса туризма; государства — члены ЮНВТО, ассоциированные члены и наблюдатели	20
III. Опрос на тему претворения в жизнь Глобального этического кодекса туризма, 2014/2015 годы; государства — члены ЮНВТО, ассоциированные члены и наблюдатели	23
IV. Анкеты-доклады представителей частного сектора, подписавших Глобальный этический кодекс туризма; компании	25
V. Анкеты-доклады представителей частного сектора, подписавших Глобальный этический кодекс туризма; ассоциации	27

I. Введение

1. Всемирная туристская организация (ЮНВТО) является специализированным учреждением Организации Объединенных Наций, ответственным за развитие устойчивого, ответственного и вседоступного туризма. Она стремится к включению туризма в глобальную повестку дня в качестве сектора, выступающего одним из двигателей экономического роста, инклюзивного развития, а также экологической и социокультурной устойчивости. В соответствии с принципами Глобального этического кодекса туризма организация стремится максимизировать положительное экономическое и социокультурное влияние туризма и минимизировать его негативное воздействие на окружающую среду и общество. В этой связи организация стремится к достижению целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия Организации Объединенных Наций, и в настоящее время привержена цели продвижения новой программы устойчивого развития, которая будет начата с принятием Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций целей в области устойчивого развития в сентябре 2015 года.

2. 1 октября 1999 года Генеральная ассамблея ЮНВТО резолюцией 406 (XIII) приняла Глобальный этический кодекс туризма в качестве своего основного директивного документа. В 2001 году резолюцией 56/212 Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций документ был признан всесторонним набором принципов, призванных служить ориентиром при развитии туризма для различных заинтересованных сторон, в частности для правительств, туристического сектора, принимающих сообществ и туристов.

3. Глобальный этический кодекс является добровольным инструментом и, таким образом, не имеет обязательной юридической силы. Вместе с тем применение Кодекса можно усилить за счет включения элементов его содержания и положений в законодательство, правила и профессиональные кодексы; именно такую меру рекомендует ЮНВТО как для национальных управлений по туризму, так и для предприятий сектора туризма. В настоящее время ЮНВТО рассматривает возможность преобразования Этического кодекса в конвенцию обязательной юридической силы.

4. Кодекс включает в себя преамбулу, принципы (9 статей) и механизм их осуществления (статья 10). В статье 10 имеется прямая ссылка на Всемирный комитет по этике туризма как беспристрастный третий орган, ответственный за осуществление и толкование Этического кодекса, а также за урегулирование споров путем примирения.

5. Утвержденный Генеральной Ассамблеей в 2003 году, Всемирный комитет по этике туризма до 2013 года работал в начальном составе: один Председатель, 11 членов и 11 заместителей, избравшихся государствами и территориями — членами организации, а также ее аффилированными членами из оперативного сектора туризма. В основные задачи Всемирного комитета входит толкование, применение и оценка положений Глобального этического кодекса.

6. В 2011 году по рекомендации Генерального секретаря ЮНВТО Генеральной ассамблеей ЮНВТО была принята резолюция 607 (XIX), утвердившая предложение о реформировании Всемирного комитета по этике туризма в целях повышения степени его независимости, эффективности, а также повыше-

ния информированности населения всего мира о положениях Глобального этического кодекса и расширения их осуществления.

7. Реформа предполагала пересмотр процедур назначения членов Всемирного комитета, а также изменение его состава и функций. Кульминацией данного процесса стало назначение Председателя, восьми членов и трех заместителей нового Комитета в августе 2013 года резолюцией 636 (XX) Генеральной ассамблеи ЮНВТО. Обновление Комитета способствовало формированию более динамичного органа из 12 членов вместо 23 (см. приложение I к настоящему докладу).

8. Независимость членов Всемирного комитета от номинировавшего их лица (правительства, аффилированной компании или университета) обеспечивается в два этапа: во-первых, кандидаты проходят строгий отбор отборочного комитета, созываемого Генеральной ассамблеей ЮНВТО и состоящего из Председателя Генеральной ассамблеи, Председателя Исполнительного совета, Председателя по аффилированным членам, Генерального секретаря и советника ЮНВТО по правовым вопросам. Во-вторых, с принятием новых правил, согласно которым все командировочные расходы, связанные с участием членов Комитета в его заседаниях, компенсируются Секретариатом ЮНВТО (вместо соответствующих номинировавших лиц, как было ранее), исключаются любые предполагаемые обязанности членов по предоставлению отчетов национальным управлениям по туризму, туристическим компаниям или научным учреждениям, которые ранее спонсировали их участие в заседаниях.

9. Среди функций обновленного Всемирного комитета по этике туризма, изложенных в его Правилах процедуры от 2014 года:

- a) распространение принципов, изложенных в Глобальном этическом кодексе туризма;
- b) проведение мониторинга, оценки и представление информации об осуществлении Глобального этического кодекса туризма;
- c) проведение исследований и публикация докладов, рекомендаций и замечаний по этическим вопросам, связанным с туризмом;
- d) внесение предложений и одобрение текстов соглашений и других юридических документов по определенным вопросам, относящихся к положениям Этического кодекса.

10. В 2013 году правительством Италии и ЮНВТО было подписано соглашение, согласно которому секретариат Всемирного комитета по этике туризма, учрежденный в Риме в ноябре 2008 года, был преобразован в Центр по продвижению Глобального этического кодекса туризма для активизации распространения Этического кодекса и более эффективного содействия Всемирному комитету в распространении знаний об этом документе и его понимании.

II. Деятельность Всемирного комитета по этике туризма

11. С августа 2010 года, даты последнего доклада Генерального секретаря об осуществлении Глобального этического кодекса туризма, представленного Генеральной Ассамблее Организации Объединенных Наций (A/65/275), Всемирный комитет по этике туризма собирался шесть раз: три раза в старом составе (на Бали в июне 2011 года; в Риме в июле 2012 года; в Мадриде в марте 2012 года) и три — в новом (в Мадриде в феврале 2014 года; в Риме в ноябре 2014 года; в Ровине в мае 2015 года), рассмотрев широкий спектр этических проблем, стоящих перед туристическим сектором.

12. Среди наиболее актуальных тем, рассмотренных на предыдущих заседаниях Комитета, — ответственный туризм и его социально-экономическое воздействие на местные сообщества, расширение экономических прав и возможностей женщин через туризм, справедливый туризм, защита детей от всех форм эксплуатации в сфере туризма, предотвращение торговли людьми и культурными артефактами; уважение неосозанного культурного наследия; защита туристов как потребителей, а также предоставление туристам непредвзятой информации.

13. В текущем составе (2013–2017 годы) Всемирный комитет наметил для себя шесть основных направлений работы, концентрируя внимание, как и в предыдущих составах, на защите детей, решении проблемы торговли людьми и обеспечение доступности туризма для всех (в особенности для инвалидов и лиц с особыми потребностями) и одновременно включая в круг рассматриваемых вопросов такие новые задачи, как борьба с браконьерством и незаконной торговлей объектами дикой природы, распространение справедливых моделей туров по системе «все включено», а также решение вопроса влияния необоснованных рейтингов на туристических порталах на репутацию компаний и стран отдыха.

14. В ходе прошлого заседания, состоявшегося в мае 2015 года, Всемирный комитет рассмотрел вопрос целесообразности преобразования Глобального этического кодекса в документ, обладающий юридической силой. Для этого был рассмотрен первый проект конвенции, подготовленный советником организации по правовым вопросам, который Всемирный комитет единогласно решил передать на рассмотрение двадцать пятой сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО (которая пройдет в Медельине (Колумбия) 12–17 сентября 2015 года).

III. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма государствами — членами ЮНВТО

15. Одной из основных функций Всемирного комитета по этике туризма является контроль осуществления Глобального этического кодекса туризма правительствами и частным сектором, проводимый в основном посредством опросов.

16. Со времени принятия Глобального этического кодекса туризма в 1999 году секретариат ЮНВТО провел четыре опроса среди своих государств-членов (в 2000, 2004, 2009 и 2014 годах) для отслеживания практического

осуществления принципов Кодекса заинтересованными сторонами в сфере туризма.

17. Всего с 2000 года по крайней мере в одном из четырех опросов на тему соблюдения Кодекса, проведенных организацией, приняло участие 128 государств и территорий, т. е. 82 процента ее членов (см. приложение II к настоящему докладу). В ходе последнего опроса, результаты которого рассматриваются в настоящем докладе, было получено 62 ответа на тему соблюдения Кодекса от государств и территорий — членов ЮНВТО, в том числе и от одного государства, не являющегося членом организации, — Финляндии (см. приложение III).

18. Самая высокая доля респондентов пришлась на следующие регионы: Европа (43 процента государств-членов), Африка (24 процента), а также Северная и Южная Америка (22 процента).

19. В дополнение к официальному принятию Кодекса всеми государствами — членами ЮНВТО на тринадцатой сессии Генеральной ассамблеи в Сантьяго в 1999 году, Этический кодекс введен в действие рядом стран через их соответствующие институциональные органы. В предыдущих докладах приводились тому примеры, в частности принятие Кодекса Национальным конгрессом Гондураса, Советом министров Испании, а также принятие на парламентском или министерском уровне резолюций в осуществление принципов Кодекса, в Аргентине, Коста-Рике, Объединенной Республике Танзания, Уругвае и Фламандском сообществе Бельгии. В рамках текущего раунда представления информации Албания, Аргентина, Гаити, Доминиканская Республика, Индонезия, Марокко, Нигерия и Уругвай указали, что в их странах были приняты резолюции на парламентском или министерском уровне в целях осуществления Глобального этического кодекса. Кроме того, город Пуэрто-Принсеса на Филиппинах в сентябре 2014 года принял резолюцию, которой был формально принят Глобальный этический кодекс.

20. Еще 29 государств-членов сообщили о включении принципов Глобального этического кодекса в свое национальное законодательство, а 27 других использовали принципы Кодекса в качестве основы при разработке национальных нормативных актов. Например, правительство Индии в сотрудничестве с Управлением Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности (УНП ООН), Фондом «Спаси детей» и Туристской ассоциацией стран Азии и Тихого океана (ПАТА) в 2010 году выпустила «Кодекс поведения для безопасного и достойного туризма», нацеленный на обеспечение безопасности туризма как для туристов, так и для местных общин.

21. Государства-члены для продвижения Этического кодекса чаще всего прибегают к такой мере, как его распространение среди различных участников туристического процесса (66 процентов респондентов), а также перевод на национальные и местные языки. В момент его принятия в 1999 году Глобальный этический кодекс туризма существовал на пяти официальных языках ЮНВТО (английском, арабском, испанском, русском и французском); впоследствии он был переведен силами государств-членов еще на 46 национальных и местных языков.

22. Еще одна часто применяемая практика состоит в распространении Кодекса при помощи интернет-инструментов (через вебсайты, подписи электронной

почты и обучение на онлайн семинарах). Правительство Испании представило подробное описание каналов, используемых для продвижения Кодекса, которые включают распространение через вебсайт Министерства; посылку Кодекса высокопоставленным испанским органам власти в области туризма и туристическим ассоциациям; координацию с латиноамериканскими правительствами трех онлайн-семинаров, касающихся удачной практики корпоративной социальной ответственности; и, наконец, непривычный, но интересный метод распространения, состоящий в том, что Этический кодекс становится частью формы контракта, используемого при подписании соглашения о сотрудничестве с туристическими органами власти других стран.

23. Некоторые страны Европы заявили, что они полагаются на частный сектор в осуществлении Этического кодекса, и поэтому сосредоточили усилия по распространению на корпоративных структурах. Например, представители Нидерландов пояснили, что, поскольку отдельных законодательных источников, регулирующих туризм, в их стране нет, Министерство экономики Нидерландов создало в 2004 году портал, имеющий целью стимулировать, связать между собой и укрепить компании, с тем чтобы они сделали далеко идущие шаги в области корпоративной социальной ответственности, и поручило распространение этических принципов Кодекса тем организациям голландского частного сектора, которые поставили свои подписи под Обязательством по Этическому кодексу.

24. Ряд отдельных передовых методов, описанных в анкетах-докладах, иллюстрируют интересные тенденции в регионах. К примеру, в Американском регионе в центре особого внимания, судя по всему, находятся кампании и законодательство, посвященные защите прав детей в туризме. Например, Министерство туризма Аргентины приняло в 2013 году программу под названием «Ответственный туризм и защита детей», которая включает в себя несколько межминистерских мероприятий в сфере сотрудничества, меры по привлечению более пристального внимания академических кругов и сотрудничество с частным сектором. Перу информировало, что с 2005 года Министерство туризма проводит кампанию по недопущению сексуальной эксплуатации детей в туризме и разработало национальный Кодекс поведения, нацеленный на частный сектор, который к 2013 году уже насчитывал 1206 подписантов. Уругвай принял в декабре 2013 года нормативный акт, обязывающий туристические организации принимать меры, нацеленные на недопущение эксплуатации детей в туризме.

25. Заслуживает внимание и работа стран данного региона по улучшению жизни местных сообществ. Аргентина, Доминиканская Республика и Колумбия сообщили о проектах, направленных на повышение взаимопонимания между культурами. Аргентина и Колумбия сотрудничают с коренным населением в развитии туристических объектов, а Доминиканская Республика сосредоточилась на вопросе воздействия комплексной модели туризма на местные сообщества.

26. Из ответов на вопросы анкет можно сделать вывод, что правительства стран Африки в целом больше внимания уделяют стимулированию устойчивого туризма посредством проведения политики в области окружающей среды. Восемьдесят процентов респондентов в этом регионе (12 из 15) указали, что их законы и нормативные акты регулируют вопросы устойчивого развития, в частности охрану окружающей природной среды, биоразнообразия, дикой

природы и ландшафтов. Хорошим примером является Национальная туристическая администрация Ботсваны, которая представила организации Экологическую политику Ботсваны, в основу которой легли Руководство по современным методам работы в туризме, Система экологической сертификации в туризме и Политика рационального использования природных ресурсов на уровне местных сообществ. Национальная туристическая администрация Ганы также сообщила о двух направлениях в политике — одном в области окружающей среды и другом в области лесоводства и дикой природы.

27. В целом, хотя доля респондентов оказалась выше, чем в предыдущем опросе на тему осуществления Кодекса (проведенного в 2010 году), разочаровывает низкий уровень участия таких регионов, как Южная Азия и Тихоокеанский регион и Ближний Восток. Добровольный характер самого Этического кодекса является, вероятно, одним из решающих факторов, которым объясняется пока умеренный уровень участия в опросе. Поэтому Всемирный комитет по этике туризма считает необходимым добиться более полного соблюдения Кодекса, для чего, как указано выше, следует подготовить предложения о преобразовании Кодекса международную конвенцию, обладающую обязательной юридической силой.

IV. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма частным сектором

28. Во многих секторах экономики, включая туризм, возникают новые проблемы в связи с глобализацией, повышением мобильности и конкуренции, а также защитой прав человека, окружающей среды и общества в контексте предпринимательской деятельности. Преобладание корпоративных деловых интересов порой порождает практику, которая в определенных ситуациях не может считаться ответственной и этичной. Одним из путей борьбы с негативным влиянием бизнеса на общество и планету является добровольное выражение приверженности принципу корпоративной социальной ответственности.

29. В целях внедрения транспарентной и ответственной практики ведения дел и повышения степени соблюдения основных этических принципов устойчивого развития туризма секретариат ЮНВТО в 2011 году запустил кампанию, целевой аудиторией которой стали туристические предприятия и их отраслевые ассоциации, непосредственно вовлеченные в практику международного туризма.

30. В этой связи секретариат ЮНВТО и Всемирный комитет по этике туризма в сотрудничестве с национальными управлениями по туризму призвали туристические компании выразить свою приверженность идеям Кодекса путем публичного подписания Обязательства частного сектора по Глобальному этическому кодексу туризма ЮНВТО. В ходе специальной церемонии в присутствии Генерального секретаря ЮНВТО или Председателя Всемирного комитета по этике туризма подписанты официально берут на себя обязательства по поддержанию, продвижению и осуществлению принципов ответственного и устойчивого туризма, изложенных в Кодексе, а также регулярному представлению Всемирному комитету по этике туризма докладов о принимаемых ими мерах по применению Обязательства на практике. Все подписавшиеся компании и ассоциации вправе использовать в своих коммуникационных материалах осо-

бые логотипы при условии выполнения ими требований по представлению докладов и отсутствия в их отношении признаков неэтичной практики или жалоб на таковые. Обязательство по представлению докладов выполняется всеми подписантами частного сектора путем заполнения специальной анкеты каждые два года.

31. В этой связи важно обратить внимание на тот факт, что обязательство частного сектора не содержит механизма сертификации, а является скорее заявлением о намерениях подписавших его предприятий и ассоциаций. Анкета на тему осуществления Кодекса, которую предлагается заполнять подписантам, является инструментом самооценки.

32. Соответственно, опрос на тему осуществления Кодекса должен рассматриваться как средство получения информации о существующей политике, программах и практике сектора туризма в области корпоративной социальной ответственности, с тем чтобы Комитет по этике мог составлять перечень уже реализуемых в ряде сфер мероприятий, и на основании его идентифицировать потенциальные пробелы, которые могут потребовать более углубленного анализа и подготовки руководств или рекомендаций. С этой целью было определено пять следующих областей: а) корпоративное управление и деловая этика; б) качество занятости; в) социальная справедливость и права человека; г) благополучие местных сообществ; е) экологическая устойчивость.

33. По состоянию на 30 июня 2015 года подписи под Обязательством частного сектора по этическому кодексу поставили 417 компаний и ассоциаций из 57 стран. Однако лишь 363 организации, подписавшие обязательство до 1 января 2015 года, получили анкету (подписантам требуется не менее шести месяцев для подготовки к выполнению требования о представлении докладов и организации процесса). Из этих 363 организаций анкеты заполнили 134 (82 компании и 52 отраслевых ассоциации). Процесс сбора данных ведется непрерывно по мере присоединения новых организаций к этой инициативе.

А. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма компаниями

34. По состоянию на конец июня 2015 года ЮНВТО получила ответы от 82 компаний из 189, от которых ожидался ответ на вопросы анкеты на тему осуществления Глобального этического кодекса туризма (43 процента) (см. приложение IV к настоящему докладу). Удивительно, что по результатам обзора ответов выяснилось, что все компании-респонденты сосредоточены лишь в 10 странах: Армении, Германии, Индонезии, Испании, Катаре, Коста-Рике, Мексике, Филиппинах, Чили и Японии. Большая часть ответов (52 процента) приходится на компании Северной и Южной Америки.

35. В отношении распространения Кодекса компании указывали, что распространяют его текст в основном среди своих сотрудников (97 процентов респондентов), а также посредством таких интернет-каналов распространения, как корпоративные веб-сайты и порталы.

36. Методы обеспечения соблюдения принципов Кодекса, избранные компаниями, были весьма разнообразны: 15 компаний делали это при помощи отраслевых кодексов этики, 11 указали в анкете, что организовали для сотрудников

курсы обучения положениям Кодекса, 9 включили принципы Кодекса в политику корпоративной социальной ответственности; остальные же ответы варьировались от разработки пособия по проведению вводного курса для новых сотрудников до включения ссылок на Кодекс в формы регистрации постояльцев в гостиницах.

37. Судя по ответам компаний, предпринимаемые усилия равномерно распределены в пяти вышеобозначенных сферах корпоративной социальной ответственности. Что же касается конкретных примеров, то несколько компаний проявили новаторство в сфере обеспечения благополучия местных сообществ и экологической устойчивости, однако примеров удачной практики в области управления, качества занятости и социальной справедливости меньше.

38. Среди интересного передового опыта в сфере благополучия местных сообществ можно назвать инициативы, осуществленные глобальным туроператором «ТУИ АГ». Компания создала в 2008 году в Агадире (Марокко) Школу гостиничного персонала им. Робинсона, задачей которой является предоставление молодежи обучения и возможностей трудоустройства в растущем секторе туризма страны. Аналогичный проект, нацеленный на расширение прав и возможностей женщин, осуществляется в настоящее время (2012–2016 годы) в Тунисе, где проводится качественная профессиональная подготовка женщин — гостиничных менеджеров для улучшения положения женщин в секторе туризма. Еще один пример дает Мексика, где «Томас Кук Групп», дочерняя компания «ТУИ АГ», оказывает поддержку женщинам племени майя в производстве меда, туалетных принадлежностей и джемов из местных фруктов для продажи в гостиницах компании. Кроме того, в 2013 году компания приступила к реализации экскурсионного продукта под названием «Лоукал Лейбл» («Местная марка»), позволяющего компании измерять воздействие ее бизнеса на экономику местных сообществ.

39. Нередки также интересные примеры из сферы экологической устойчивости; ряд таких примеров получен из Латинской Америки. Например, гостиница «Парадор», расположенная недалеко от Национального парка им. Мануэля Антонио в Коста-Рике, использует систему «Озон», благодаря которой на 35 процентов сокращается потребление воды и на 50 процентов уменьшается использование моющих средств и кондиционеров для ткани. Кроме того, все используемые в гостинице шампуни, кондиционеры и мыло стопроцентно биоразлагаемы и отправляются обратно производителю для повторного использования. Гостиница также сотрудничает с Альянсом сохранения природы «Тити», занимающимся защитой некоторых видов местных приматов, находящихся под особой угрозой вымирания. В расположенном вблизи Сан-Хосе (Коста-Рика) тематическом парке «Рейнфорест Адвенчерс» охраняется 565 гектаров тропического леса, а персонал и туристы могут ознакомиться с информацией о том, как можно сделать вклад в защиту флоры и фауны. Компания ведет очистку национальных парков и пляжей, перерабатывает все потребляемые в офисах материалы, а станции водоочистки в парке экономят воду и энергию.

40. В том, что касается управления качеством занятости, многонациональная гостиничная сеть «Групо Барселло» со штаб-квартирой в Испании представила подробный план мероприятий в данной сфере. План включает в себя программы по предотвращению рисков и по безопасности труда, обеспечивает баланс между работой и частной жизнью и предусматривает размещение новых объ-

явлений о вакансиях на онлайн-портале для сотрудников в качестве меры повышения прозрачности. На портале, в частности, размещен полный текст кодекса этики компании, составленный на основе Глобального этического кодекса туризма, указание на который включено во все договорные документы. Эффективность работы персонала и его удовлетворенность работой оцениваются при помощи транспарентных инструментов. Кроме того, компания сотрудничает с неправительственными организациями для предоставления рабочих мест инвалидам. За 2014 год было проведено 689 мероприятий по наращиванию потенциала в данной сфере.

41. Ряд компаний проводит политику равных возможностей и доступности, однако примеры конкретных инициатив, нацеленных на обеспечение социальной справедливости, гендерного равенства и доступности, редки. Исключениями являются гостиница «Тьерра Атакама», расположенная в Сан-Педро-де-Атакама (Чили), в которой 40 процентов руководящих постов заняты женщинами, а также «Амадеус Ай-Ти Групп», которая продвигает гендерное равенство через сеть «Амадеус Уимен Нетуорк», нацеленную на поддержку профессионального роста женщин в организации.

42. Кроме того, гостиница «Тьерра Атакама» осуществляет ряд инициатив в области социальной справедливости и прав человека. Персонал гостиницы прошел обучение выявлению случаев эксплуатации детей, а ее здания одноэтажны, что делает гостиницу доступной для инвалидов. Гостиница сотрудничает с Фондом «Смартрип» и проводит для микропредпринимателей учебные курсы по созданию бизнеса, с тем чтобы они не покидали свои коренные общины и сохранили свою культурную самобытность.

43. В целом, респонденты, выразившие особый интерес к вопросам, связанным с защитой коренных общин, в анкете указывали, что дают клиентам советы относительно общения с местными общинами, чтобы дать им определенную культурную подготовку перед взаимодействием с ними.

44. Из ответов следует, что крупные туристические компании беспокоит (или начинает беспокоить) тема воздействия их предпринимательской деятельности на местные сообщества. Примером этому является инициатива «Томас Кук Групп», одного из крупнейших международных туроператоров, в 2013 году осуществившего запуск экскурсионного продукта под названием «Лоукал Лейбл» («Местная марка»), позволяющего компании измерять воздействие ее бизнеса на местную экономику. Средний объем дискреционных расходов в странах, где проводятся экскурсии «Местной марки», в 2013 году составил порядка 650 000 фунтов стерлингов. В Мексике этот туроператор поддержал инициативы женщин майя по сохранению лесов, в которых проживают их племена, и спонсировал установку ульев для пчел мелипона, находящихся под угрозой вымирания. Для производства туалетных принадлежностей, опробовать которые предлагается клиентам «Томас Кук», требуются считанные капли производимого пчелами меда. Эта продукция теперь реализуется отелям, а бренд и соответствующее предприятие официально оформлены и признаны на местном уровне.

45. У большинства респондентов уже имеется накопившийся опыт реализации политики корпоративной социальной ответственности. Большинству компаний осуществление Глобального этического кодекса туризма позволит рас-

ширить сферу политики корпоративной социальной ответственности в рамках международного туризма, став частью глобальной инициативы.

В. Претворение в жизнь Глобального этического кодекса туризма ассоциациями

46. ЮНВТО получила ответы от 52 из 175 ассоциаций (30 процентов), которые должны были представить доклады о ходе осуществления Глобального этического кодекса туризма (см. приложение V к настоящему докладу). Самая высокая доля респондентов приходилась на европейские ассоциации; вторым по активности регионом была Северная и Южная Америка.

47. Относительно распространения Кодекса 76 процентов ассоциаций-респондентов указали, что дают ссылки на Кодекс на своих веб-сайтах, и почти половина из них начали коммуникационные кампании на этические темы, связанные с положениями Кодекса. Инновационным способом распространения стала инициатива Германской туристической ассоциации (DRV), разместившей удобный для туристов текст Кодекса на своем веб-сайте; туроператоры могут скачивать его как памятку и добавлять в путевочные пакеты документов.

48. Многие ассоциации сделали лишь самые элементарные шаги в сторону осуществления Кодекса. Тем не менее Кодекс вдохновил некоторые ассоциации к разработке или совершенствованию собственных этических правил и стратегий корпоративной социальной ответственности. Например, Ассоциация датских турагентов и туроператоров руководствовалась принципами Кодекса при разработке своего инструментария корпоративной социальной ответственности. Австралийская федерация турагентов сообщила о том, что Глобальный этический кодекс был использован при создании Австралийской системы туристической аккредитации, задающей критерии качества в отрасли. Компании, желающие получить аккредитацию по данной системе, обязаны соблюдать Глобальный этический кодекс.

49. Согласно результатам опроса, в области корпоративной социальной ответственности чаще всего принимаются меры в сфере управления и деловой этики; однако инновационные проекты в сфере корпоративной социальной ответственности чаще всего относятся к направлениям социальной справедливости и прав человека, а также экологической устойчивости.

50. В области прав человека признается необходимость защиты детей — ассоциации-подписанты участвуют в соответствующей деятельности в рамках различных проектов. К примеру, Германская туристическая ассоциация (DRV) является одним из инициаторов кампании информирования «Не отводи взгляд», проводимой в Австрии, Германии и Швейцарии, а Нидерландская ассоциация турагентов и туроператоров запустила в аэропорту Схипхол кампанию, призывающую пассажиров, отправляющихся в отдаленные страны, сообщать о предполагаемых случаях детского сексуального туризма.

51. Еще одним приоритетным направлением для ассоциаций является экологическая устойчивость. Ряд ассоциаций сообщили, что они участвуют в поддерживаемой Европейским союзом Системе обеспечения экологической устойчивости для туроператоров и турагентств «Трэвелайф» — программе обучения, управления и сертификации туристических компаний, стремящихся

к достижению экологической устойчивости. Кампания в первую очередь нацелена на работу с гостиницами и другими организациями, предоставляющими размещение, туроператорами и турагентствами. Программой предусмотрен широкий спектр критериев устойчивости, которым должны соответствовать агентства и операторы для участия в проекте.

52. Еще одним хорошим примером содействия устойчивому развитию являются инициативы, о которых сообщила Федерация туристических компаний Чили, которая с 2012 года руководит государственно-частной программой по внедрению принципов устойчивости туристическими предприятиями Чили. Федерация разработала семь руководств по надлежащей практике, в том числе для гостиниц, ресторанов, конференц-центров и муниципалитетов, с рекомендациями о том, как повысить степень экологической устойчивости их деятельности.

53. Четко прослеживается тенденция к использованию подписантами Этического кодекса в качестве выверенного базового документа для распространения этических принципов в сфере туризма. По сообщениям ассоциаций, их присоединение к Кодексу повысило их авторитет как ответственных игроков в отрасли.

V. Прочая деятельность ЮНВТО в соответствии с принципами Глобального этического кодекса туризма

A. Программа устойчивого туризма Десятилетней стратегии действий по переходу к использованию рациональных моделей потребления и производства

54. На Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию, состоявшейся в 2012 году в Рио-де-Жанейро, главами государств была утверждена Десятилетняя стратегия действий по переходу к использованию рациональных моделей потребления и производства в качестве глобального плана действий по активизации международного сотрудничества в целях перехода к устойчивым моделям потребления и производства как в развитых, так и в развивающихся странах. Десятилетняя стратегия действий нацелена на развитие, распространение и расширение масштаба инициатив по обеспечению рационального потребления и производства и эффективного использования ресурсов на национальном и региональном уровнях, разрушение связи между ухудшением окружающей среды и экономическим ростом и, как следствие, увеличение непосредственной пользы от экономической деятельности для искоренения нищеты и для социального развития. Цели Десятилетней стратегии действий будут реализовываться посредством различных программ, которые изначально предполагается осуществлять по следующим направлениям: информирование потребителей; устойчивое жилье и строительство; устойчивые продовольственные системы; устойчивый образ жизни и образование; устойчивые государственные закупки, а также устойчивый туризм.

55. Программа устойчивого туризма как часть Десятилетней стратегии действий была начата 5 ноября 2014 года и приурочена к мероприятиям Всемирного дня ответственного туризма в ходе Всемирной туристической выставки в

Лондоне. Программа нацелена на использование во благо потенциала ежегодного мирового потока туристов объемом более миллиарда человек. Десятилетняя стратегия действий дает отличную возможность обеспечить эффективный вклад туризма в устойчивое развитие путем внедрения методов устойчивого потребления и производства для улучшения экологических и социальных показателей и стимулирования экономики в рамках целей в области устойчивого развития. ЮНВТО является руководящей организацией по осуществлению Программы устойчивого туризма Десятилетней стратегии действий; ответственными организациями выступают правительства Марокко (Министерство туризма), Республики Кореи (Министерство культуры, туризма и спорта) и Франции (Министерство экологии, устойчивого развития и энергетики). Руководящей и ответственным организациям оказывает поддержку Многосторонний консультативный комитет, состоящий из 23 членов, а также Секретариат Десятилетней стратегии действий на базе Отдела технологии, промышленности и экономики Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде (ЮНЕП), ответственной за общую координацию проекта и представление докладов Экономическому и Социальному Совету. Еще 65 партнерских организаций согласных с целями и задачами Программы устойчивого туризма Десятилетней стратегии действий, также приняли на себя обязательства по поддержке осуществления программы работы в четырех основных ее сферах: а) интеграция идей устойчивого потребления и производства в политику и рамочные программы в сфере туризма; б) сотрудничество заинтересованных сторон в целях повышения устойчивости потребления и производства в секторе туризма; в) стимулирование применения руководств, инструментов и технических решений для улучшения характера взаимодействия туристического сектора с окружающей средой и обществом, минимизации и предотвращения его пагубного влияния, а также распространение моделей устойчивого потребления и производства среди заинтересованных сторон в сфере туризма; г) развитие инвестирования и финансирования в проекты устойчивого туризма.

56. Важным подтверждением признания туризма в качестве инструмента устойчивого развития стало единогласное принятие Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций резолюции 69/233 «Содействие развитию устойчивого туризма, включая экотуризм, в интересах ликвидации нищеты и охраны окружающей среды». Текст, проект которого представила рекордно большая группа из 107 делегаций, основан на рекомендациях, изложенных в докладе по существу данного вопроса, представленного ЮНВТО Генеральной Ассамблее. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО в резолюции подчеркивается важность разработки на национальном уровне, где это необходимо, надлежащих стратегий, руководящих принципов и положений для содействия развитию и поддержки устойчивого туризма, включая экотуризм, а государства — члены Организации Объединенных Наций, а также региональные и международные финансовые учреждения призываются к оказанию поддержки проектам, связанным с устойчивым туризмом, в том числе путем обеспечения условий для создания малых и средних предприятий, содействия развитию кооперативов и облегчения доступа к источникам финансирования посредством оказания инклюзивных финансовых услуг, в том числе в рамках инициатив по микрокредитованию в интересах малоимущих, общин коренных народов и местных сообществ. В положениях данной резолюции Генеральной Ассамблеей также признается, что «устойчивый туризм, включая экотуризм, представляет собой важную движущую силу устойчивого экономического роста и со-

здания достойных рабочих мест, что он может оказывать позитивное воздействие на формирование доходов и образование и тем самым на борьбу с нищетой и голодом и что он может вносить непосредственный вклад в достижение согласованных на международном уровне целей в области развития». Учреждения системы Организации Объединенных Наций призываются содействовать развитию устойчивого туризма, включая экотуризм, в качестве одного из инструментов, который может способствовать достижению целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия.

В. Актуализация аспекта вседоступности в туризме

57. Глобальным этическим кодексом прямо предусмотрено, то прямой и личный доступ к туризму должен быть правом, одинаково открытым для всех, а потому рекомендуется поощрение развития туризма для инвалидов и содействие ему. В соответствии с этим принципом ЮНВТО способствует установлению всеобщего доступа к туристической инфраструктуре, продуктам и услугам как одному из основных элементов любой политики ответственного и устойчивого туризма.

58. В тесном сотрудничестве с организациями инвалидов и профильными организациями гражданского общества ЮНВТО и Всемирный комитет по этике туризма подготовили издание под названием «Руководство по доступному туризму для всех: партнерство государственного и частного секторов и передовая практика», принятое Генеральной ассамблеей ЮНВТО в 2013 году. В ходе предстоящей сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО в сентябре 2015 года будет представлен для утверждения пакет более конкретных рекомендаций, касающихся темы доступности информации в туризме.

59. Дополняет эти рекомендации серия технических руководств для национальных управлений по туризму, организаций по выбору туристических маршрутов и туристических компаний. В руководствах приводится анализ факторов спроса и предложения, связанных с концепцией доступного туризма, и предлагаются к использованию целевые показатели для создания доступных маршрутов в соответствии с принципами документа «Планирование с учетом интересов каждого». Повышение доступности туристического сектора открывает большие возможности в сфере бизнеса, однако важнее всего то, что оно сделает туристические маршруты приятнее как для путешественников, так и для местного населения.

С. Кампания по борьбе с торговлей людьми в сфере туризма

60. В 2014 году ЮНВТО объединила усилия с Управлением Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности, а также Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры для проведения всемирной кампании по мобилизации путешественников на поддержку борьбы с незаконной торговлей, в особенности торговлей людьми, а также объектами дикой природы и культурными артефактами.

61. Кампания, проводимая под лозунгом «Ваши действия имеют значение — будьте ответственным путешественником», направлена на информирование населения о самых распространенных видах товаров и услуг, оборот которых является незаконным и с которыми могут столкнуться туристы в путешествии. Ежегодный мировой поток туристов в настоящее время превышает миллиард человек, и сектору туризма необходимо признать, что он обладает обширным потенциалом изменения мира в лучшую сторону.

62. В распространении материалов кампании среди клиентов и сотрудников через различные электронные каналы участвуют представители частного сектора, например, «Мариотт Интернэшнл» и «Сейбр».

VI. Заключение

63. С момента принятия Глобального этического кодекса туризма Генеральной ассамблеей ЮНВТО в 1999 году Всемирная туристская организация активно распространяет изложенные в нем девять принципов для достижения устойчивого, ответственного и доступного развития туризма как через деятельность Всемирного комитета по этике туризма, так и посредством текущей программной деятельности, тесно связанной с целями в области развития, сформулированными в Декларации тысячелетия Организации Объединенных Наций, а также с будущими целями в области устойчивого развития.

64. Ход осуществления Глобального этического кодекса национальными управлениями по туризму отслеживается с 2000 года и, несмотря на определенные заметные достижения в этой сфере, остается значительный потенциал более существенных улучшений в области практического применения принципов Кодекса. Одной из основных причин тому, вероятно, является отсутствие обязательной силы у самого Глобального этического кодекса. Для повышения эффективности Кодекса и обязательности его осуществления правительствами Всемирный комитет по этике туризма сделал первые шаги на пути к преобразованию его в международную конвенцию. Первый проект конвенции будет представлен на рассмотрение участников двадцать первой сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО, которая пройдет в сентябре 2015 года в г. Медельин (Колумбия).

65. Проведенная в последнее время частным сектором работа по распространению принципов Глобального этического кодекса вылилась в успешную инициативу, которая менее чем на четыре года привлекла 417 подписантов из 57 стран, не только повысив информированность общественности о положениях Этического кодекса и его известность в целом, но и распространив среди мирового туристического сообщества понимание необходимости внедрения более этической деловой практики, а также обмена такой практикой между различными компаниями и странами. По результатам первого раунда представления докладов можно уверенно сказать, что большинство туристических компаний и ассоциаций в рамках политики корпоративной социальной ответственности уже реализуют ряд мер, соответствующих принципам Глобального этического кодекса. Воодушевляет и разнообразие программ и мероприятий, проводимых частным сектором, а также проявляемый им интерес к деятельности в новых сферах корпоративной социальной ответственности, хотя работа по созданию Всемирным комитетом по этике туризма надлежащего механизма

оценки фактической степени осуществления Кодекса по сравнению с докладами компаний и ассоциаций пока не завершена.

66. В целом, Глобальный этический кодекс туризма на сегодняшний день зарекомендовал себя как эффективное средство содействия развитию туризма в русле этичности, ответственности и устойчивости в соответствии с важнейшими целями и ценностями Организации Объединенных Наций. Однако предстоит еще многое сделать, и для осуществления текущих усилий по приданию Кодексу большего веса будет полезна поддержка Генеральной Ассамблеи.

Приложение I

Всемирный комитет по этике туризма (2013—2017 годы)

Председатель:

Г-н Паскаль ЛАМИ (Франция)
Бывший Генеральный директор Всемирной торговой организации (ВТО)

Члены:

Г-н И Геде АРДИКА (Индонезия)
Бывший министр туризма Индонезии

Г-н Ёсиаки ХОМПО (Япония)
Бывший комиссар Агентства по туризму Японии

Г-жа Фиона ДЖЕФФРИ (Соединенное Королевство)
Бывший председатель Всемирной туристической выставки

Г-н Хелил ЛАДЖИМИ (Тунис)
Бывший министр туризма Туниса

Г-н Жан-Марк МИНЬОН (Франция)
Президент Международной организации социального туризма (ОИТС)

Г-жа Таня МИХАЛИЧ (Словения)
Руководитель Института туризма, Люблянский университет, Словения

Г-н Рон ОСВАЛЬД (Соединенное Королевство)
Генеральный секретарь Международного объединения профсоюзов работников пищевой промышленности, сельского, ресторанного и гостиничного хозяйства, общественного питания, табачной промышленности и смежных отраслей (МОРП)

Г-н Эухенио ЮНИС (Чили)
Исполнительный вице-президент Федерации туристических предприятий Чили

Заместители членов:

Г-н Хиран КУРЕЙ (Шри-Ланка)
Председатель компании «Джетуинг»

Г-жа Сузи ХАТУГ (Иордания)
Директор консалтинговой компании «Дар ад-Диафа» по развитию людских ресурсов в сфере туризма

Г-жа Гуннур ДИКЕР (Турция)
Советник президента, Ассоциация туристических агентств Турции (TÜRSAB)

Приложение II

Опросы ЮНВТО на тему претворения в жизнь Глобального этического кодекса туризма: государства — члены ЮНВТО, ассоциированные члены и наблюдатели

Список респондентов (все опросы: 2000, 2004, 2008 и 2015 годов)

1. Австралия (2008 год)
2. Австрия (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
3. Азербайджан (2004, 2015 годы)
4. Албания (2004, 2015 годы)
5. Алжир (2004 год)
6. Ангола (2004, 2015 годы)
7. Андорра (2015 год)
8. Аргентина (2004, 2008, 2015 годы)
9. Армения (2004 год)
10. Багамские острова (2015 год)
11. Бангладеш (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
12. Беларусь (2015 год)
13. Бенин (2004, 2015)
14. Боливия (2004 год)
15. Босния и Герцеговина (2008, 2015 годы)
16. Ботсвана (2000, 2008, 2015 годы)
17. Бразилия (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
18. Бруней-Даруссалам (2015 год)
19. Бурунди (2000, 2004 годы)
20. Бутан (2004 год)
21. Бывшая югославская Республика Македония (2015 год)
22. Венгрия (2000, 2004, 2015 годы)
23. Венесуэла (Боливарианская Республика) (2000, 2004, 2015 годы)
24. Вьетнам (2004 год)
25. Габон (2004, 2015 годы)
26. Гаити (2015 год)
27. Гамбия (2015 год)
28. Гана (2000, 2015 годы)
29. Гватемала (2000, 2004 годы)
30. Гвинея (2004 год)
31. Гвинея-Бисау (2000 год)
32. Германия (2004, 2008, 2015 годы)
33. Гондурас (2004 год)
34. Гонконг, Китай (2004 год)
35. Греция (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
36. Грузия (2000, 2015 годы)
37. Доминиканская Республика (2004, 2015 годы)
38. Египет (2000, 2004 годы)
39. Замбия (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
40. Зимбабве (2000 год)
41. Израиль (2004, 2015 годы)

42. Индонезия (2000,2004, 2008, 2015 годы)
43. Иордания (2004, 2008 годы)
44. Иран (Исламская республика) (2004 год)
45. Испания (2004, 2008, 2015 годы)
46. Италия (2000, 2004, 2008 годы)
47. Камбоджа (2004 год)
48. Камерун (2000,2004,2008, 2015 годы)
49. Канада (2000,2004, 2008 годы)
50. Кения (2000, 2004, 2008, 2010 годы)
51. Кипр (2000, 2004, 2008 годы)
52. Колумбия (2004, 2008, 2015 годы)
53. Конго (2004, 2015 годы)
54. Коста-Рика (2004, 2008, 2015 годы)
55. Кот-д'Ивуар (2004 год)
56. Кыргызстан (2004 год)
57. Латвия (2008 год)
58. Лесото (2000, 2004 годы)
59. Литва (2004, 2015 годы)
60. Маврикий (2000, 2004 годы)
61. Мадейра, Португалия (2004 год)
62. Макао, Специальный административный район, Китай (2000, 2008 годы)
63. Малави (2004 год)
64. Малайзия (2004 год)
65. Мали (2004 год)
66. Мальдивские Острова (2015 год)
67. Мальта (2004 год)
68. Марокко (2004, 2015 годы)
69. Мексика (2004, 2015 годы)
70. Монако (2004 год)
71. Мьянма (2015 год)
72. Нигер (2000, 2004 годы)
73. Нигерия (2004, 2008, 2015 годы)
74. Нидерланды (2004, 2015 годы)
75. Никарагуа (2000, 2015 годы)
76. Объединенная Республика Танзания (2000, 2004, 2008 годы)
77. Объединенные Арабские Эмираты (2015 год)
78. Оман (2004 год)
79. Панама (2000, 2004, 2015 годы)
80. Парагвай (2004 год)
81. Перу (2004, 2008 годы)
82. Польша (2004 год)
83. Португалия (2004, 2008, 2015 годы)
84. Пуэрто-Рико (2004 год)
85. Республика Корея (2004 год)
86. Республика Мадагаскар (2000, 2004, 2008 годы)
87. Республика Молдова (2004, 2015 годы)
88. Республика Сейшельские Острова (2000, 2004 годы)
89. Российская Федерация (2000 год)
90. Румыния (2004, 2015 годы)
91. Сальвадор (2000,2004)

92. Сан-Марино (2000, 2008 годы)
93. Саудовская Аравия (2004, 2008 годы)
94. Свазиленд (2008, 2015 годы)
95. Сенегал (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
96. Сербия (2004, 2015 годы)
97. Синт-Эстатиус, Нидерландские Антильские острова (2000 год)
98. Сирийская Арабская Республика (2000, 2004 годы)
99. Словакия (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
100. Словения (2004, 2015 годы)
101. Судан (2008, 2015 годы)
102. Таиланд (2000, 2004 годы)
103. Того (2004, 2008 годы)
104. Тунис (2015 год)
105. Турция (2004, 2008, 2015 годы)
106. Уганда (2004 год)
107. Украина (2000, 2004 годы)
108. Уругвай (2008, 2015 годы)
109. Фиджи (2000, 2004 годы)
110. Филиппины (2000, 2004 годы)
111. Финляндия^a (2015 год)
112. Фландрия, Бельгия (2004, 2008, 2015 годы)
113. Франция (2000 год)
114. Хорватия (2000, 2015 годы)
115. Центральноафриканская Республика (2000 год)
116. Черногория (2004 год)
117. Чешская Республика (2000, 2004, 2015 годы)
118. Чили (2004, 2008 годы)
119. Швейцария (2015 год)
120. Шри-Ланка (2000, 2004 годы)
121. Эквадор (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
122. Эритрея (2004 год)
123. Эфиопия (2000 год)
124. Южная Африка (2004, 2008 годы)
125. Ямайка (2000, 2004, 2008, 2015 годы)
126. Япония (2000, 2015 годы)
127. Святой Престол (постоянный наблюдатель) (2000 год)
128. Палестина (специальный наблюдатель) (2000 год)

^a Не является членом ЮНВТО.

Приложение III

Опрос на тему претворения в жизнь Глобального этического кодекса туризма, 2014/2015 годы: государства — члены ЮНВТО, ассоциированные члены и наблюдатели

Список респондентов (по состоянию на 30 июня 2015 года)

Всего: 62

АФРИКА (15)

1. Ангола
2. Бенин
3. Ботсвана
4. Габон
5. Гамбия
6. Гана
7. Замбия
8. Камерун
9. Конго
10. Марокко
11. Нигерия
12. Свазиленд
13. Сенегал
14. Судан
15. Эфиопия

СЕВЕРНАЯ И ЮЖНАЯ АМЕРИКА (14)

16. Аргентина
17. Багамские острова
18. Бразилия
19. Венесуэла (Боливарианская Республика)
20. Гаити
21. Доминиканская Республика
22. Колумбия
23. Коста-Рика
24. Мексика
25. Никарагуа
26. Панама
27. Уругвай
28. Эквадор
29. Ямайка

АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН (4)

30. Бруней-Даруссалам
31. Индонезия
32. Мьянма
33. Япония

ЮЖНАЯ АЗИЯ (1)

34. Мальдивские Острова

ЕВРОПА (27)

35. Австрия
36. Азербайджан
37. Албания
38. Андорра
39. Беларусь
40. Босния и Герцеговина
41. Бывшая югославская Республика Македония
42. Венгрия
43. Германия
44. Греция
45. Грузия
46. Израиль
47. Испания
48. Литва
49. Нидерланды
50. Португалия
51. Республика Молдова
52. Румыния
53. Сербия
54. Словакия
55. Словения
56. Турция
57. Финляндия^a
58. Фландрия, Бельгия
59. Хорватия
60. Чешская Республика
61. Швейцария

БЛИЖНИЙ ВОСТОК (1)

62. Объединенные Арабские Эмираты

^a Не является членом ЮНВТО.

Приложение IV

Анкеты-доклады представителей частного сектора, подписавших Глобальный этический кодекс туризма: компаний

(в скобках приводятся даты принятия обязательств)

Список респондентов (по состоянию на 30 июня 2015 года)

1. «Амадеус Ай-Ти Груп», Испания (16 сентября 2011 года)
2. «Групо Барсело», Испания (16 сентября 2011 года)
3. «Групо Иберостар», Испания (16 сентября 2011 года)
4. «Иберия», Испания (16 сентября 2011 года)
5. «Мелия Хоутелз Интернэшнл», Испания (16 сентября 2011 года)
6. «Эн-Аче Отелес», Испания (16 сентября 2011 года)
7. «АрмХоутелз», Армения (19 октября 2012 года)
8. «Аэромехико», Мексика (24 октября 2012 года)
9. «Корпоративо Седис — Групо Пэлас Ресорте», Мексика (24 октября 2012 года)
10. «РСИ — Латинская Америка и страны Карибского бассейна», Мексика (24 октября 2012 года)
11. «АЙДА Круизз», Германия (17 ноября 2012 года)
12. «ФТИ Груп», Германия (17 ноября 2012 года)
13. «Шауинсланд-Райзен ГмбХ», Германия (17 ноября 2012 года)
14. «Штудиозус Райзен Мюнхен ГмбХ», Германия (17 ноября 2012 года)
15. «Томас Кук АГ», Германия (17 ноября 2012 года)
16. «ТУИ АГ», Германия (17 ноября 2012 года)
17. Туристическое агентство «Коколимон», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
18. Сеть спа-отелей «Каса Луна», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
19. «Коопрена энд Симбиосис Турз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
20. «Коста-Рика Экспедишн» (13 мая 2013 года)
21. «СРС Турз — Потасио К Дьесинуэве С.А.», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
22. Компания по организации выездных мероприятий «СРТ Тим», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
23. «Дискавери Трэвел», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
24. «Дока Эстате Коффи Турз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
25. «Эколе Тревел», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
26. «Грин Уорлд Адвенчерз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
27. «Отель Кампо Верде», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
28. «Отель Колониаль», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
29. «Отель Парадор», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
30. «Хотел Пайрат Коув», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
31. «Отель Террасас де Гольф», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
32. «Иль Виаджио Тревел», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
33. «Мапаче Рент э Кар», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
34. «Панорама Турз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
35. «Рейн Форест Адвенчерз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
36. «Риос Тропикалес», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
37. «Суис Тревел», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
38. «Тойота Рент э Кар» («Сосиедад Рентакар Сентроамерикана С.А.»), Коста-Рика (13 мая 2013 года)

39. «Трэвел Экселенс», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
40. «Трип Сан Хосе, Сабана», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
41. «Юник Адвенчерз», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
42. «Уестин Голф Резорт энд Спа Плайя Кончаль», Коста-Рика (13 мая 2013 года)
43. «Бали Никсома Бутик Бич Ресорт», Индонезия (1 октября 2013 года)
44. «Фурама Виллас энд Спа», Убуд, Индонезия (1 октября 2013 года)
45. «Гриа Сантриан», Индонезия (1 октября 2013 года)
46. «Мелиа Бали», Индонезия (1 октября 2013 года)
47. «ПиТи Бантен Уест Ява» (Туризм Девелопмент Корпорейшн, Индонезия (1 октября 2013 года)
48. «Сол Бич Хаус Беноа Бали – Ол Инклузив» (Бывший «Мелиа Беноа»), Индонезия (1 октября 2013 года)
49. «Сент Реджис Бали энд Зе Лагуна Ресорт», Индонезия (1 октября 2013 года)
50. «Уапа ди Юме», Убуд, Индонезия (1 октября 2013 года)
51. «Арейбиан Адвенчерз», Катар (24 февраля 2014 года)
52. «Интерконтинентал Доха», Катар (24 февраля 2014 года)
53. «Кингсгейт», Катар (24 февраля 2014 года)
54. «Мувенпик Хотел Доха», Катар (24 февраля 2014 года)
55. «Мувенпик Тауер энд Сьюте Доха» Катар (24 февраля 2014 года)
56. «Плаза Ин Доха» (переименован, до 1 мая 2014 года — «Бест Уестерн Доха») (24 февраля 2014 года)
57. «Катар Интернэшнл Адвенчерз» (24 февраля 2014 года)
58. «Ретай Аль Райан», Катар (24 февраля 2014 года)
59. «Сент Реджис», Катар (24 февраля 2014 года)
60. «Торч Хотел», Катар (24 февраля 2014 года)
61. «Уайдхем Гранд Редженси Доха», Катар (24 февраля 2014 года)
62. «Амарела Ресорт Корпорейшн», Филиппины (18 мая 2014 года)
63. «Дайвлинк Себу», Филиппины (18 мая 2014 года)
64. «Раджа Тревел Корпорейшн», Филиппины (18 мая 2014 года)
65. «Андина дель Суд» (20 июня 2014 года)
66. «Аттон Отелес», Чили (20 июня 2014 года)
67. «Касадока Хотел Бутик», Чили (20 июня 2014 года)
68. «Эко Кэмп Патагония», Чили (20 июня 2014 года)
69. «Хотел Антумалаль», Чили (20 июня 2014 года)
70. «Хотел Ангарао Эко Вилладж энд Спа», Чили (20 июня 2014 года)
71. «Хотел Термас Пуйеуэ Уелнесс энд Спа Ресорт», Чили (20 июня 2014 года)
72. «Новоджет Чили», Чили (20 июня 2014 года)
73. «Панамерикана Отелес», Чили (20 июня 2014 года)
74. «Тьерра Атакама», Чили (20 июня 2014 года)
75. «Тьерра Патагония», Чили (20 июня 2014 года)
76. «Термас Агуас Кальентес», Чили (20 июня 2014 года)
77. «Ски Портильо», Чили (20 июня 2014 года)
78. «Сосиедад Отелера Килкилко, Чили (20 июня 2014 года)
79. «Ейч Ай Эс», Япония (25 сентября 2014 года)
80. «Джей Ти Би Корпорейшн», Япония (25 сентября 2014 года)
81. «Ниппон Тревел Эйдженси», Япония (25 сентября 2014 года)
82. «Уорлд Эр-Си Сервис», Япония (25 сентября 2014 года)

Приложение V

Анкеты-доклады представителей частного сектора, подписавших Глобальный этический кодекс туризма: ассоциации

(в скобках приводятся даты принятия обязательств)

Список респондентов (по состоянию на 30 июня 2015 года)

1. Международная федерация ассоциаций руководителей туристических фирм (12 сентября 2012 года)
2. Армянский союз туроператоров по въездному туризму (UITO) (19 октября 2012 года)
3. Мексиканская ассоциация туристических разработчиков (AMDETUR) (24 октября 2012 года)
4. Немецкая туристическая ассоциация (DRV) (17 ноября 2012 года)
5. Нидерландская ассоциация туристических агентств и туроператоров (ANVR) (9 января 2013 года)
6. Ассоциация туристических агентств Турции (TÜRSAB) (27 марта 2013)
7. Турецкая федерация владельцев отелей (TÜROFED) (27 марта 2013 года)
8. Ассоциация инвесторов туристического бизнеса Турции (TYD) (27 марта 2013 года)
9. Союз торговых палат и товарных бирж Турции (TOBB) (27 марта 2013 года)
10. Национальная федерации индустрии туризма Кот-д'Ивуара (FENITOURCI) (24 апреля 2013 года)
11. Румынская федерация работодателей в сфере туризма (FPTR) (3 июля 2013 года)
12. Организация владельцев спа Румынии (OPTBR) (3 июля 2013 года)
13. Ассоциация туроператоров и туристических агентств Индонезии (ASITA), (1 октября 2013 года)
14. Индонезийская ассоциация выставочных компаний (IECA) (1 октября 2013 года)
15. Ассоциация туристических агентств Кипра (ECTAA) (7 ноября 2013 года)
16. Ассоциация туристических агентств Канады (ACTA) (7 ноября 2013 года)
17. Федерация туристических агентств Австралии (AFTA) (7 ноября 2013 года)
18. Ассоциация европейских туристических агентств и туроператоров (ECTAA) (7 ноября 2013 года)
19. Ассоциация туристических агентств и туроператоров Дании (ECTAA) (7 ноября 2013 года)
20. Ассоциация туристических агентств Новой Зеландии (TAANZ) (7 ноября 2013 года)
21. VIRKE — Федерация предприятий Норвегии (7 ноября 2013 года)
22. Сеть сельского туризма Алентежу, Дженьюинлэнд, Португалия (2 декабря 2013 года)
23. Португальская ассоциация прогулочных портов (APPR) (2 декабря 2013 года)
24. Европейская ассоциация голубого флага (ABAE) (2 декабря 2013 года)

25. Португальская ассоциация гостиничного и ресторанного обслуживания и туризма (APHORT) (2 декабря 2013 года)
26. Ассоциация курортов Португалии (APR) (2 декабря 2013 года)
27. Португальская Федерация туризма (2 декабря 2013 года)
28. Прайвтур — Португальская ассоциация сельского туризма (2 декабря 2013 года)
29. Доминиканская ассоциация туроператоров (ADOTUR) (17 февраля 2014 года)
30. Ассоциация болгарских туроператоров и туристических агентств (29 мая 2014 года)
31. Болгарская ассоциация туристических агентств (29 мая 2014 года)
32. Болгарская ассоциация альтернативного туризма (29 мая 2014 года)
33. Туристическая палата Болгарии (29 мая 2014 года)
34. Союз туристических гидов Болгарии (29 мая 2014 года)
35. Торгово-промышленная ассоциация владельцев отелей Чили (20 июня 2014 года)
36. Федерация туризма Чили (FEDETUR) (20 июня 2014 года)
37. Колумбийская ассоциация туристических агентств Колумбии (ANATO) (25 июня 2014 года)
38. Японская ассоциация туристических агентств (JATA) (25 сентября 2014 года)
39. Японская ассоциация путешествий и туризма (JTTA) (25 сентября 2014 года)
40. Национальная торговая палата (Боливия) (7 октября 2014 года)
41. Федерация туристических гидов Боливии (FEBOGUIT) (7 октября 2014 года)
42. Ассоциация отелей Итапуа (ASHOIT), Парагвай (9 октября 2014 года)
43. Промышленная ассоциация отелей Парагвая (AHPY) (9 октября 2014 года)
44. Парагвайская ассоциации туристических агентств и туристических компаний (ASATUR) (9 октября 2014 года)
45. Союз ассоциаций по туризму Парагвая (9 октября 2014 года)
46. Ассоциация туристических агентств Хорватии (UHRA) (6 ноября 2014 года)
47. Ассоциация туристических агентств Финляндии (6 ноября 2014 года)
48. Ассоциация туристических агентств и туроператоров Швеции (6 ноября 2014 года)
49. Аргентинская ассоциация организаторов и поставщиков выставок, конференций и других мероприятий (АОСА) (4 декабря 2014 года)
50. Туристическая палата Аргентины (4 декабря 2014 года)
51. Палата гостиничного бизнеса, Аргентина (4 декабря 2014 года)
52. Федерация предпринимателей гостинично-ресторанного бизнеса Аргентины (FENGRA) (4 декабря 2014 года)