

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH

CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI DO LIÊN MINH CHÂU ÂU TÀI TRỢ



esrt thông tin ^{Tờ số 2}

Du lịch có trách nhiệm và ngành lữ hành ở Việt Nam





Du lịch lữ hành

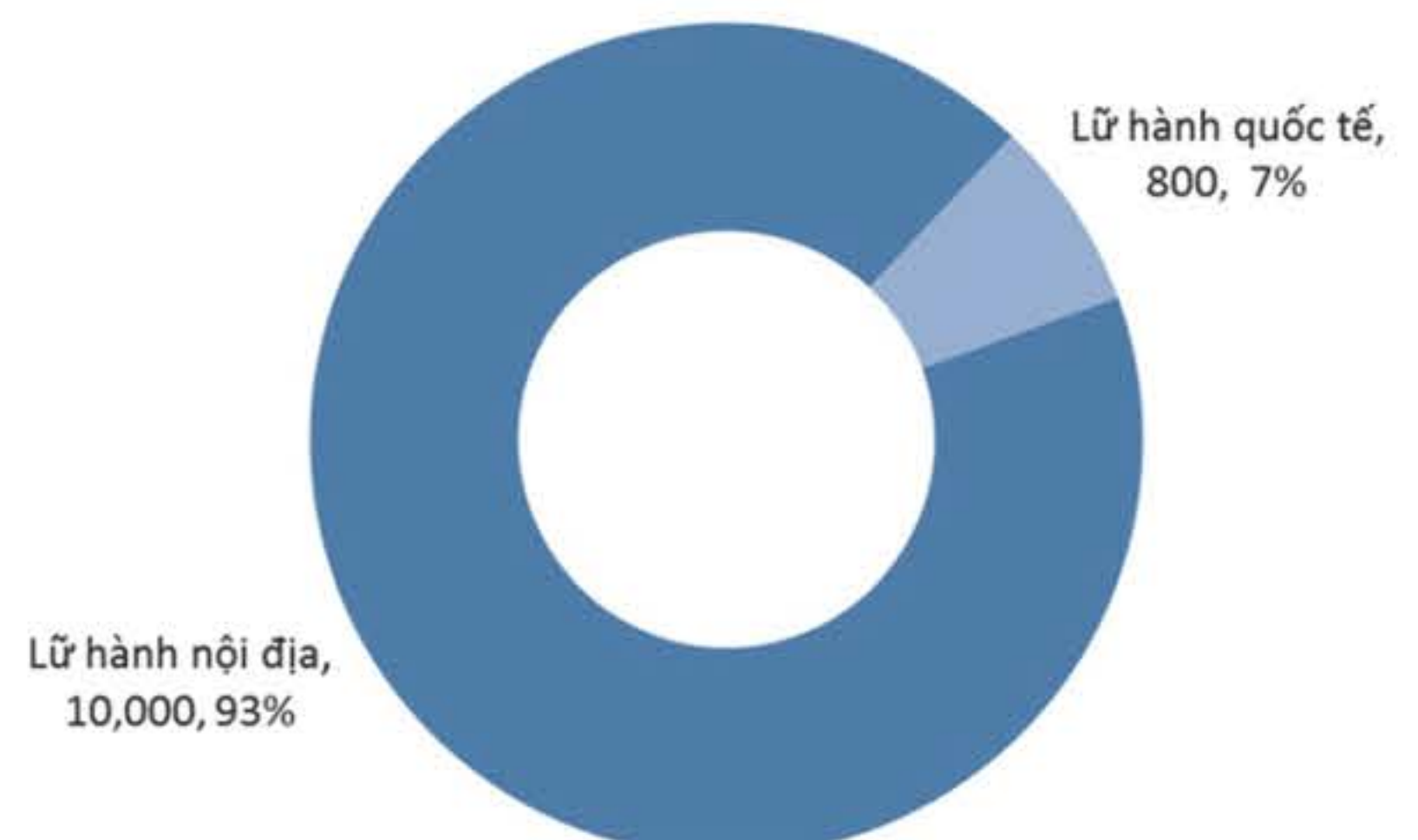
Du lịch lữ hành là một phân ngành quan trọng trong ngành công nghiệp du lịch. Ngành này bao gồm các tổ chức, cá nhân trực tiếp tham gia vào việc kinh doanh, tổ chức, điều hành và hướng dẫn tham quan du lịch như các hãng lữ hành, công ty và đại lý kinh doanh lữ hành và hướng dẫn viên du lịch và tổ chức, cá nhân gián tiếp cung ứng các dịch vụ như khách sạn, vận chuyển, nhà hàng, điểm tham quan .v.v. Tổ chức “Sáng kiến của các hãng lữ hành về phát triển du lịch bền vững” ước tính rằng trên thế giới, 12% tổng lượng khách quốc tế đi du lịch thông qua các công ty kinh doanh đưa khách ra nước ngoài, số liệu thống kê này chưa bao gồm các chương trình du lịch được bán bởi các công ty lữ hành đón khách quốc tế vào đất nước mình.⁽¹⁾

Đối với ngành du lịch Việt Nam, khối lữ hành có vị trí quan trọng không kém. Tính đến năm 2010, Việt Nam có 800 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh lữ hành quốc tế, hơn 10.000 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa và khoảng 17.000 hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ hành nghề.⁽²⁾

Ngành lữ hành đặc biệt rất cần thiết đối với khách du lịch quốc tế trong điều kiện khả năng giao tiếp tiếng Anh vẫn chưa được phổ biến rộng khắp, khách du lịch vẫn khó tiếp cận được các phương tiện vận chuyển công cộng. Do vậy, thông thường ngay cả khách du lịch tự do vẫn phải cần sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp lữ hành khi đi tham quan du lịch một số điểm đến tại Việt Nam.

Đối với khách du lịch nội địa, do có khả năng giao tiếp bằng ngôn ngữ tiếng Việt, sự hiểu biết về hệ thống giao thông, sự gia tăng sở hữu các phương tiện vận chuyển tư nhân nên ít phụ thuộc vào dịch vụ của các doanh nghiệp lữ hành hơn.

Biểu đồ số lượng doanh nghiệp lữ hành ở Việt Nam:

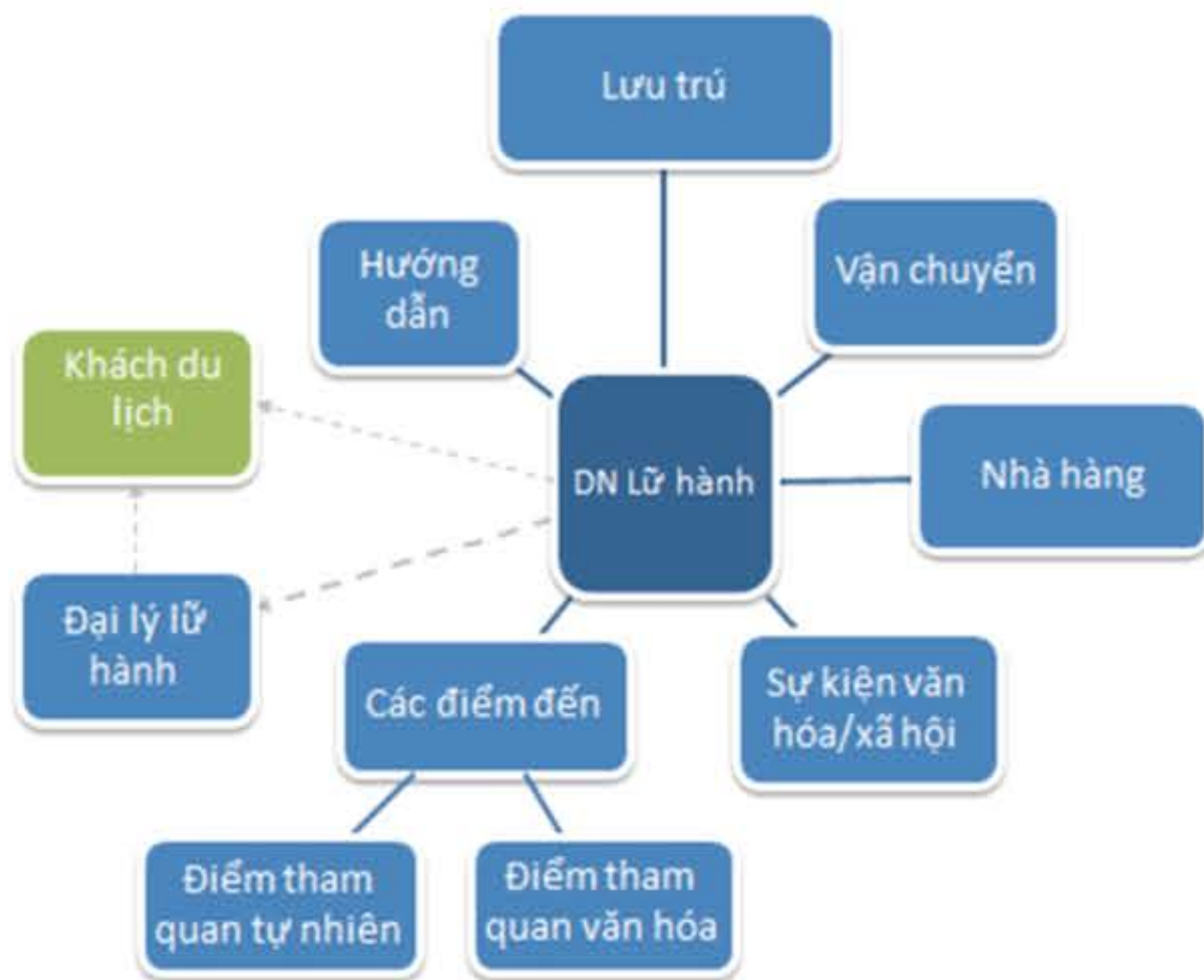


(1) Sáng kiến của các hãng lữ hành về phát triển du lịch bền vững 2003, *Du lịch bền vững: Đóng góp của các hãng lữ hành*

(2) *Chiến lược marketing du lịch Việt Nam tới 2020 & Kế hoạch hành động 2013 - 2015*, Dự án EU, Việt Nam

Khả năng ảnh hưởng và trách nhiệm của khối doanh nghiệp lữ hành

Mối liên hệ giữa công ty lữ hành, các đơn vị cung ứng và khách hàng



Ảnh hưởng của khối doanh nghiệp lữ hành Việt Nam đối với việc thực hiện du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội có thể là cơ hội và cả thách thức đối với sự phát triển bền vững của ngành du lịch. Do tầm quan trọng của ngành lữ hành trong mối liên kết với thị trường và chuỗi cung ứng dịch vụ, nếu các công ty lữ hành không vận hành một cách có trách nhiệm sẽ làm gia tăng tác động tiêu cực của du lịch đến cộng đồng, kinh tế và môi trường tại địa phương. Ở khía cạnh khác, nếu các công ty lữ hành vận hành có trách nhiệm, thì chỉ một đơn vị điều hành tour cũng có khả năng tác động tích cực đến hoạt

động của hàng trăm khách du lịch và các đơn vị cung ứng dịch vụ trong nhiều năm, và khả năng là hiệu ứng này sẽ được nhân rộng thêm khi có thêm bất kỳ đơn vị điều hành tour nào hành động có trách nhiệm.

Do chiếm lĩnh một thị phần lớn trong tổng thị trường du lịch và là chìa khóa then chốt đối với thị trường khách du lịch quốc tế, có thể nói các công ty lữ hành Việt Nam có ảnh hưởng lớn đến sự hình thành và phát triển của ngành du lịch.

Với vai trò là cầu nối giữa khách du lịch và người cung cấp dịch vụ tại địa phương, các công ty lữ hành có vai trò tác động đến việc quản lý và sử dụng tài nguyên tại điểm đến thông qua việc ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ của khách du lịch, thực hiện của các cơ sở cung cấp dịch vụ và cách thức phát triển của các điểm đến. Ví thế, đối với Việt Nam, các công ty lữ hành có thể gây ảnh hưởng đến một tỉ lệ lớn lượng khách du lịch quốc tế về việc lựa chọn cơ sở lưu trú, điểm tham quan, phương tiện đi lại, mức độ và hình thức tương tác với cư dân địa phương và môi trường tự nhiên.

Với vị trí quan trọng trong ngành du lịch, khối doanh nghiệp lữ hành Việt Nam có thể gây ảnh hưởng đến việc thực hiện của các đơn vị cung ứng dịch vụ, cụ thể là các tác động đến môi trường và xã hội của họ, nâng cao ý thức và trách nhiệm của các thành phần tham gia vào chuỗi giá trị du lịch và trở thành nhân tố thiết yếu thúc đẩy ngành du lịch Việt Nam đạt được mục tiêu phát triển bền vững.

Tác động của việc thực hiện kinh doanh lữ hành không bền vững

Vận hành kinh doanh lữ hành không bền vững sẽ gây ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng, môi trường và nền kinh tế địa phương. Các tác động tiêu cực có thể bao gồm:

- **Hạn chế sự phát triển kinh tế** – Việc các công ty lữ hành chi trả thấp cho nhân viên và các nhà cung ứng có thể là cản trở cho sự phát triển kinh tế tại địa phương. Bên cạnh đó, việc lựa chọn các điểm đến có các điều kiện lao động tệ hại như sử dụng lao động quá mức hay sử dụng lao động trẻ em có thể làm gia tăng các vấn đề xã hội cũng như hạn chế phát triển kinh tế của người dân ở tầng lớp thấp của xã hội.
- **Thất thoát về kinh tế** – Việc sử dụng lao động và sản phẩm dịch vụ cung ứng không phải từ địa phương sẽ góp phần làm thất thoát kinh tế và làm tăng tình trạng nghèo tại các điểm đến.
- **Sự mai một các giá trị xã hội và xung đột văn hóa** – Các công ty lữ hành không thông báo cho khách về hướng dẫn ứng xử phù hợp với cộng đồng cư dân và văn hóa địa phương, với môi trường hoặc không khuyến khích quảng bá và tôn trọng văn hóa và cư dân địa phương một cách đúng đắn sẽ có thể góp phần làm mai một tính đích thực văn hóa địa phương, thúc đẩy những hành vi không phù hợp của du khách và tạo ra các xung đột về văn hóa.

- **Ảnh hưởng đến sự an ninh và an toàn của khách**
– Các công ty lữ hành thiếu quan tâm đến vấn đề an ninh và an toàn của khách sẽ dẫn đến các vấn đề như mất mát, trộm cắp tài sản của khách cũng như tổn hại đến sức khỏe và sự an toàn của họ, và có thể dẫn đến các vấn đề liên quan đến pháp luật và uy tín của doanh nghiệp cũng như làm xấu hình ảnh của điểm đến du lịch Việt Nam trên báo chí quốc tế.
- **Tạo sự bất hợp tác và không tin cậy giữa khối doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương** – Các công ty lữ hành khai thác điểm đến chỉ cho mục đích lợi nhuận của họ mà không có sự đền bù và chia sẻ lợi ích thỏa đáng với cộng đồng sẽ dẫn đến tình trạng không ủng hộ và bất hợp tác giữa cộng đồng cư dân địa phương và doanh nghiệp, điều này cũng sẽ gây cản trở sự phát triển kinh tế, xã hội tại địa phương.

- **Hủy hoại môi trường tự nhiên** – Việc các công ty lữ hành lựa chọn các điểm đến không có hệ thống quản lý môi trường tốt có thể hủy hoại thêm môi trường tự nhiên. Thiếu sự khảo sát đầy đủ về tác động môi trường của chuỗi cung ứng trong việc phát triển các gói sản phẩm có thể dẫn đến việc sử dụng năng lượng và nước kém hiệu quả, gia tăng rác thải và sự mất mát về đa dạng sinh học.
- **Sử dụng không hiệu quả các tài nguyên tự nhiên**
– Doanh nghiệp lữ hành sử dụng lãng phí các tài nguyên như nhiên liệu, điện, nước sẽ góp phần tạo nên sức ép đối với tài nguyên thiên nhiên tại điểm đến. Việc mua sắm vật dụng cung cấp và sử dụng kém hiệu quả cũng ảnh hưởng đến việc gia tăng rác thải và ô nhiễm.



Du lịch có trách nhiệm tạo cho các doanh nghiệp lữ hành một hướng đi bền vững hơn. Phương pháp tiếp cận thực hiện du lịch có trách nhiệm được phát triển trên cơ sở lý luận về phát triển du lịch bền vững:⁽³⁾

1. Sử dụng tài nguyên thiên nhiên một cách tối ưu nhất trong khi vẫn bảo tồn tốt di sản thiên nhiên và đa dạng sinh học.
2. Tôn trọng và bảo tồn tính đích thực của văn hóa xã hội tại điểm đến bao gồm bảo tồn các di sản văn hóa vật thể, phi vật thể và các giá trị truyền thống.
3. Bảo đảm rằng hoạt động kinh doanh du lịch bền vững về mặt kinh tế, tạo lợi ích lâu dài và có sự chia sẻ hợp lý cho các bên tham gia.

Du lịch có trách nhiệm đòi hỏi các doanh nghiệp lữ hành chịu trách nhiệm về các hành động (cũng như về việc không hành động) của mình, ra các quyết định và thực thi các hoạt động hướng đến việc gia tăng lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường của du lịch và đồng thời giảm thiểu các tác động tiêu cực.

Để đạt được du lịch có trách nhiệm các doanh nghiệp lữ hành cần phải áp dụng hoạt động kinh doanh bền vững có tác động tích cực tới đất nước và điểm đến mà họ đang kinh doanh hoạt động lữ hành, xét ở những khía cạnh mang lại hiệu quả về kinh tế, khai thác tài nguyên thiên nhiên và văn hóa cũng như chính sách đối với cộng đồng địa phương.

Đi tiên phong trong việc thúc đẩy thực hiện du lịch có trách nhiệm trong khối doanh nghiệp lữ hành là Câu lạc bộ du lịch có trách nhiệm tại Hà Nội (RTC) và Nhóm du lịch có trách nhiệm ở Huế (RTG). Đây là hai nhóm hoạt động xã hội phi lợi nhuận với thành viên là các công ty du lịch lữ hành hào hứng quan tâm đến phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam. Hai nhóm đã và đang cố gắng góp phần thực hiện mục tiêu này thông qua các hoạt động chia sẻ kiến thức, nâng cao năng lực và đào tạo kỹ năng về thực hiện du lịch có trách nhiệm cũng như chia sẻ kinh nghiệm về các mô hình tốt, tham gia vào các dự án du lịch có trách nhiệm và các hoạt động bảo vệ môi trường. Hai nhóm này cũng đã phát triển thành công một số sản phẩm tham quan du lịch có trách nhiệm hướng đến việc cung cấp trải nghiệm đích thực và có chất lượng cho khách du lịch đồng thời tạo cơ hội phát triển sinh kế cho cộng đồng và góp phần bảo tồn, khôi phục các ngành nghề và giá trị văn hóa truyền thống.

⁽³⁾ Trích từ tài liệu của UNEP & WTO 2005, *Biến du lịch thành có trách nhiệm hơn: Hướng dẫn dành cho người làm chính sách*, UNEP, Paris, Pháp

Lợi ích của việc thực hiện du lịch có trách nhiệm đối với doanh nghiệp

Các nhóm lợi ích của việc thực hiện du lịch có trách nhiệm đối với doanh nghiệp lữ hành bao gồm tiết kiệm chi phí, gia tăng thị phần, tạo dựng uy tín và duy trì các tài nguyên phục vụ kinh doanh du lịch của doanh nghiệp bao gồm điểm đến và văn hóa, mà khách hàng sẵn sàng trả tiền để tới thăm và tận hưởng.

Tiếp cận và thực hiện du lịch có trách nhiệm tạo ra các lợi ích trực tiếp như sau:⁽⁴⁾

- **Tăng doanh thu** – Tăng thu nhập của doanh nghiệp một cách hợp lý thông qua việc cam kết trách nhiệm với khách hàng hiện tại, thu hút được khách hàng mới và từ đó gia tăng thị phần du lịch.
- **Tiết kiệm chi phí** – Thông qua việc giảm sử dụng tài nguyên, giảm lượng rác thải và tránh thực hiện các hành động không phù hợp với nguyên tắc bền vững và có trách nhiệm sẽ làm giảm chi phí vận hành, nâng cao hiệu quả kinh doanh.
- **Tiếp cận nguồn lực tài chính** – Các tiêu chí xã hội và môi trường là các yếu tố quan trọng để đánh giá mức độ rủi ro khi cho vay. Ví thể các doanh nghiệp lữ hành thực hiện du lịch có trách nhiệm có thể tiếp cận được nguồn vốn vay từ ngân hàng và các nhà đầu tư dễ dàng.
- **Nâng cao cam kết và hiệu suất làm việc của nhân viên** – Nhân viên thường tự hào khi làm việc cho một doanh nghiệp lữ hành có trách nhiệm, điều này làm tăng khả năng lưu giữ và thu hút đội ngũ nhân sự có năng lực, giảm các chi phí tuyển dụng và đào tạo mới, nâng cao năng lực làm việc và sáng tạo.
- **Tăng uy tín và giá trị của thương hiệu** – Danh tiếng về có trách nhiệm sẽ làm tăng giá trị thương hiệu của công ty và chỗ đứng trên thị trường đồng thời giảm rủi ro khi có những sự thay đổi về kinh tế và thị trường.
- **Bảo vệ điểm đến** – Thực hiện du lịch có trách nhiệm góp phần làm cho điểm đến du lịch trở nên hấp dẫn và thú vị hơn, đảm bảo chất lượng của điểm đến và tính bền vững trong hoạt động kinh doanh du lịch của doanh nghiệp.

- **Nâng cao chất lượng dịch vụ** – Quản lý có trách nhiệm các dịch vụ và chuỗi cung ứng đảm bảo tính an toàn và chất lượng của cơ sở vật chất phục vụ và chất lượng dịch vụ, đồng thời hỗ trợ cộng đồng địa phương phát triển kinh tế qua đó phát huy hiệu quả đạo đức kinh doanh, cải thiện dịch vụ và gia tăng sự hài lòng của khách hàng.
- **Quản lý rủi ro tốt và phù hợp với quy định** – Thông qua việc quản lý hoạt động kinh doanh bền vững, phù hợp với luật pháp và các quy định liên quan, các doanh nghiệp thực hiện du lịch có trách nhiệm sẽ giảm bớt các nguy cơ gặp rắc rối về mặt pháp lý.

Nhu cầu của khách hàng đối với trải nghiệm du lịch và lữ hành có trách nhiệm⁽⁵⁾

93% độc giả của tạp chí Conde Nast Travellers được khảo sát cho rằng các công ty lữ hành phải có trách nhiệm bảo vệ môi trường và 58% độc giả cho rằng họ lựa chọn khách sạn để lưu trú dựa trên tiêu chí là khách sạn đó có chính sách hỗ trợ phát triển địa phương.

71% thành viên của TripAdvisor trong cuộc khảo sát năm 2013 cho rằng họ có kế hoạch lựa chọn các chuyến du lịch có yếu tố thân thiện với môi trường, tỉ lệ này cao hơn so với tỉ lệ 65% trong đợt khảo sát vào năm 2012.

47% độc giả của Conde Nast Travellers cho rằng họ quan tâm đến du lịch tình nguyện và 98% độc giả đã thực hiện du lịch tình nguyện cho rằng họ hài lòng với trải nghiệm của mình.

Hỗ trợ chính quyền trong việc xây dựng các quy định – Nhà nước đang dần hoàn thiện khung chính sách và điều luật chỉnh đốn hoạt động kinh doanh của khối doanh nghiệp đặc biệt là kiểm chế các thực hành xấu. Các doanh nghiệp lữ hành có kinh nghiệm xây dựng các chính sách và quy định về du lịch có trách nhiệm và thực hiện tốt sẽ có cơ hội ảnh hưởng đến việc hình thành các chính sách của nhà nước.

(4) Hairat H. & Maher A. 2010, 'Đưa tính bền vững vào hoạt động của đơn vị điều hành tour: Một cách tiếp cận sáng tạo với du lịch bền vững', *Ara Journal of Tourism Research*, Tập 2, ISSN: 1997-2520, trang 126-140

(5) PR News Wire 2011, "Conde Nast Traveller Announces Winners of the 2011 World Savers Awards", <http://www.prnewswire.com/news-releases/conde-nast-traveler-announces-winners-of-the-2011-world-savers-awards-127886823.html>; CondeNast Traveller, "Readers' Poll." Feb 2009

Thực hiện du lịch có trách nhiệm trong doanh nghiệp lữ hành

Các doanh nghiệp lữ hành có thể lồng ghép tính bền vững trong công tác quản lý nội bộ tổ chức doanh nghiệp, phát triển sản phẩm, lựa chọn chuỗi cung ứng, quan hệ với khách hàng và điểm đến. Các nội dung thực hiện du lịch có trách nhiệm trong doanh nghiệp lữ hành bao gồm:⁽⁶⁾

Quản lý nội bộ tổ chức

Các doanh nghiệp lữ hành cần quan tâm đến các nguyên tắc bền vững trong việc quản lý nhân sự, mua sắm và sử dụng các trang thiết bị và đồ dùng văn phòng, tiết kiệm và tái sử dụng giấy, tiết kiệm điện, nước. Các hành động có trách nhiệm trong quản lý nội bộ tổ chức cần quan tâm là:

- Áp dụng nguyên tắc “văn phòng xanh”:
 - Giảm sử dụng năng lượng (tắt máy tính, đèn chiếu sáng khi không cần thiết, sử dụng xe chung, hội họp qua mạng, giữ văn phòng thông thoáng tự nhiên hoặc để máy điều hòa nhiệt độ ở mức 24-26°C)
 - Giảm sử dụng giấy in ấn và tái sử dụng (in 2 mặt, tái sử dụng giấy và mực in, sử dụng giấy loại bỏ để ghi chép, không in các tài liệu khi không thực sự cần thiết, đọc và sửa bản thảo trên máy tính)
 - Giảm lượng rác thải (sử dụng các thiết bị ăn uống dùng được nhiều lần, lựa chọn đơn vị cung cấp thực phẩm cho các hội nghị một cách cẩn thận, đặt thùng rác ở các khu vực văn phòng và những nơi cần thiết khác)
 - Tiết kiệm nước (sử dụng các biện pháp tiết kiệm nước như bồn vệ sinh có hai chế độ xả nước, vòi nước có lưu lượng thấp trong nhà tắm, tắt vòi nước kỹ càng sau khi sử dụng, thường xuyên kiểm tra và báo cáo về sự rò rỉ nước)
- Thực hiện các quy định nhà nước về tuyển dụng và sử dụng lao động và đáp ứng các nguyên tắc cơ bản về Quyền lao động của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO):
 - Trả lương đúng hoặc cao hơn mức lương quy định
 - Hỗ trợ các chế độ cho người lao động như bảo hiểm y tế, nghỉ phép, giờ làm việc...)
 - Cung cấp đủ không gian làm việc với các trang thiết bị như bàn ghế, máy móc, ánh sáng, thông tin...
 - Thực hiện chính sách bình đẳng giới và cơ hội công bằng cho mọi người.
 - Tạo cơ hội tiếp cận đào tạo nâng cao năng lực, ví dụ các khóa đào tạo theo tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam (VTOS)
 - Ưu tiên tuyển dụng lao động địa phương

- Nâng cao nhận thức và xây dựng năng lực cho đội ngũ nhân sự về du lịch bền vững, phương pháp áp dụng và trách nhiệm thực hiện trong công việc hàng ngày của họ.

Phát triển và quản lý chất lượng sản phẩm

Nội dung thực hiện du lịch có trách nhiệm trong phát triển và quản lý chất lượng sản phẩm liên quan đến việc giảm thiểu tác động tiêu cực và nâng cao tác động tích cực trong việc thiết kế các tua tham quan và lựa chọn các gói sản phẩm. Các nội dung cụ thể bao gồm:

- Lựa chọn các điểm đến nơi có hệ thống quản lý môi trường tốt và tránh các khu vực mà hoạt động du lịch có thể gây ra những tổn hại về môi trường (ví dụ chọn lựa các địa điểm có thể cung cấp đủ nước sạch, điện, có cơ sở hạ tầng giao thông, có hệ thống xử lý rác thải và nước thải, có chính sách và cơ chế bảo vệ tài nguyên đất, biển...)
- Quan tâm đến các điểm đến nơi có chất lượng lao động cung ứng dịch vụ tốt hoặc nơi có những chương trình đào tạo kỹ năng nghề cho cộng đồng, tránh các điểm đến có sự vi phạm luật lao động và quyền con người (ví dụ lạm dụng lao động quá mức, lao động trẻ em...)
- Xây dựng và thực hiện các chỉ số về tính bền vững và các tiêu chí để đánh giá và hướng dẫn chọn lựa điểm đến.
- Xây dựng chính sách du lịch có trách nhiệm của doanh nghiệp bao gồm các nội dung sau:
 - Tuyển dụng hướng dẫn viên địa phương
 - Sử dụng sản phẩm và dịch vụ do địa phương cung cấp
 - Làm việc với các đơn vị điều hành tại địa phương để thực hiện chính sách
 - Xác định quy mô số lượng khách của đoàn tham quan phù hợp với tình trạng của địa phương
 - Khuyến khích sử dụng các phương tiện vận chuyển ít gây tác động môi trường ở điểm đến
 - Tạo cơ hội cho khách hàng đền bù phát thải khí các bon trong chuyến đi của họ

Hợp đồng với đơn vị cung ứng

Phạm vi trách nhiệm của việc quản lý cung ứng tập trung vào việc lồng ghép các nguyên tắc bền vững trong việc xây dựng các tiêu chí lựa chọn nhà cung ứng và các hợp đồng dịch vụ. Nội dung cơ bản về thực hiện có trách nhiệm trong hợp đồng cung ứng dịch vụ bao gồm:

⁽⁶⁾ Trích từ UNEP 2005, *Integrating Sustainability into Business: A Management Guide for Responsible Tour Operators*, UNEP, Paris, France

- Đánh giá tính bền vững của việc thực hiện cung cấp các sản phẩm, dịch vụ và đơn vị cung ứng nhằm xác định các mục tiêu và hành động ưu tiên (ví dụ: đối với các khách sạn cung ứng dịch vụ lưu trú cần đánh giá mức độ sử dụng điện, nguồn điện sử dụng, các biện pháp tiết kiệm điện, mức sử dụng nước và các biện pháp tiết kiệm nước, quản lý rác thải, chính sách mua hàng hóa, thực phẩm, chính sách trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và việc thực hiện, các chính sách về lao động...).
- Xây dựng chính sách bền vững và các tiêu chuẩn cho các nhà cung ứng dịch vụ (dựa trên kết quả đánh giá thực trạng hiện tại), đảm bảo chính sách phát triển bền vững của doanh nghiệp bạn được thông tin đến các cơ sở cung ứng dịch vụ và được cơ sở cung ứng thực hiện.
- Xây dựng các chỉ tiêu để cơ sở cung ứng dịch vụ có thể áp dụng, cải thiện dịch vụ của mình và từ đó đạt được mục tiêu chung về cải thiện dịch vụ đối với tất cả các cơ sở cung ứng.
- Xây dựng kế hoạch hành động để chuỗi cung ứng bền vững nhằm giúp doanh nghiệp theo dõi việc thực hiện đảm bảo các đơn vị cung ứng dịch vụ đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững, có hoạch định thời gian thực hiện và nguồn lực để thực hiện kế hoạch.
- Hỗ trợ các nhà cung ứng đáp ứng được các tiêu chuẩn bền vững thông qua việc nâng cao nhận thức, phản hồi ý kiến và hỗ trợ kỹ thuật để thực hiện các hành động bền vững.
- Xây dựng điều khoản yêu cầu của hợp đồng và các cơ chế khuyến khích nhằm thúc đẩy các nhà cung ứng đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững (ví dụ ưu tiên lựa chọn các đơn vị cung ứng đáp ứng tiêu chuẩn, gia hạn hợp đồng cung cấp dịch vụ, các cơ hội quảng bá trên các ấn phẩm hoặc trang mạng, thông tin cho công chúng biết về các thành tựu đạt được...).

Quan hệ khách hàng

Phạm vi thực hiện du lịch có trách nhiệm trong quan hệ với khách hàng liên quan đến việc truyền thông các yếu tố môi trường, kinh tế, xã hội đến khách hàng cũng như đảm bảo quyền riêng tư, sức khỏe, sự an toàn và an ninh của khách. Các hành động cụ thể bao gồm:

“Xanh không chỉ là một xu hướng phát triển. Đó là một phong cách sống.”

Fran Brasseur, Giám đốc điều hành, Hiệp hội quốc tế về khách sạn và quảng bá

- Cung cấp cho khách hàng thông tin về hành vi ứng xử có trách nhiệm (“Nên làm” và “không nên làm”) tại các điểm đến. Các nội dung có thể liên quan đến việc sử dụng nước và điện, rác thải, khuyến khích sử dụng

hàng hóa được sản xuất tại địa phương. Các thông tin về môi trường và xã hội tại điểm đến, ứng xử phù hợp với người dân địa phương và văn hóa bản địa...

- Xây dựng quy tắc ứng xử có trách nhiệm cho khách hàng thực hiện và phân phối đến khách hàng bằng cách đưa vào túi thông tin trước khi xuất phát.
- Bảo đảm rằng văn hóa và môi trường của các điểm đến được quảng bá thống nhất và chân thật trong các tài liệu truyền thông của công ty nhằm giúp khách hàng lựa chọn điểm đến du lịch phù hợp với nhu cầu và mối quan tâm và đạt được kỳ vọng du lịch của họ. Đồng thời, chất lượng và tiêu chuẩn của các dịch vụ cũng phải được quảng bá một cách chân thật.
- Bảo vệ sự riêng tư của khách hàng thông qua việc cung cấp thiết bị và dịch vụ bảo quản tài liệu, tư trang cá nhân.
- Bảo đảm rằng các quy định của nhà nước và các tiêu chuẩn liên quan đến an ninh, an toàn, sức khỏe của khách được thực thi. Kiểm tra việc thực hiện các tiêu chuẩn này ở các đơn vị cung ứng dịch vụ, bảo đảm chất lượng của các khu vực vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, bảo dưỡng trang thiết bị và các phương tiện vận chuyển.
- Tạo cơ hội cho khách hàng cung cấp ý kiến phản hồi về dịch vụ, chất lượng của điểm đến, các yếu tố về môi trường, xã hội mà khách trải nghiệm trong kỳ nghỉ thông qua bản hỏi, phỏng vấn, hoặc sổ góp ý.

Quan hệ với điểm đến

Các công ty du lịch có thể lồng ghép và thực hiện các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm thông qua các cấp độ tương tác với cộng đồng tại điểm đến. Các nội dung cụ thể bao gồm:

- Khuyến khích phát triển bền vững tại các điểm đến thông qua sự hợp tác với chính quyền địa phương, với các tổ chức dân sự xã hội, hoặc với các doanh nghiệp lữ hành địa phương và cộng đồng cư dân.
- Hỗ trợ việc phát triển quỹ bảo tồn ở các khu di sản văn hóa và bảo tồn thiên nhiên thông qua việc tổ chức các tua tham quan đến các khu vực này, cung cấp thông tin cho khách du lịch về việc các hoạt động bảo tồn và khuyến khích ủng hộ trực tiếp của khách du lịch.
- Hỗ trợ phát triển địa phương thông qua các hoạt động tình nguyện và tài trợ cho các dự án phát triển xã hội.
- Giúp cộng đồng phát triển các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Cung cấp thông tin và hướng dẫn khách xem và mua các sản phẩm địa phương như hàng công mỹ nghệ, hàng hóa địa phương cũng như thông tin về các dịch vụ khác như lưu trú và ăn uống.



Văn phòng Ban Quản lý Dự án

Địa chỉ: Phòng 402, tầng 4, Tòa nhà Vinaplast – Tài Tâm,
39A Ngô Quyền, Hà Nội, Việt Nam

Tel: (84 4) 3734 9357

Fax: (84 4) 3734 9359

E-mail: info@esrt.vn

Trang web: www.esrt.vn



<https://www.facebook.com/dulichcotrachnhiem>



<http://www.youtube.com/user/esrtprogramme/videos>



<http://www.slideshare.net/duanesrt>



Tải bản mềm (Anh - Việt) tại địa chỉ:
<http://factsheet2.esrt.vn>

© 2013 Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU)

Tài liệu này được Dự án EU do Liên minh châu Âu (EU) tài trợ thực hiện. Nội dung của tài liệu này chỉ do Dự án EU chịu trách nhiệm và không được dùng để phản ánh quan điểm của Liên minh châu Âu.

Dự án khuyến khích việc in ấn và sao chép tài liệu này phục vụ mục đích cá nhân và phi thương mại với sự cho phép của Liên minh châu Âu và các tác giả. Người sử dụng không được phép bán lại, tái phân phối hoặc xây dựng các tác phẩm phái sinh phục vụ mục đích thương mại mà không có sự đồng thuận, cho phép bằng văn bản của Dự án EU và liên minh châu Âu.

Dự án EU do liên minh châu Âu (EU) tài trợ hướng tới mục đích nâng cao năng lực thể chế và nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch nhằm xây dựng một tương lai du lịch bền vững hơn cho Việt Nam.