

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 5

Du lịch có trách nhiệm đối với lĩnh vực
dịch vụ phục vụ nhà hàng tại Việt Nam





Lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng

Lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng bao gồm nhà hàng, quán cà-phê, quán bar, câu lạc bộ và hàng quán ăn uống trên phố.

Trong du lịch, lĩnh vực phục vụ nhà hàng là một phần không thể tách rời trong danh mục sản phẩm kết hợp của điểm đến và là một hợp phần quan trọng trong các chiến lược phát triển kinh tế-xã hội quốc gia. Do sử dụng số lượng lao động lớn và chi phí khởi nghiệp thấp so với các ngành khác, nên lĩnh vực này là một sự lựa chọn kinh doanh dễ tiếp cận đối với nhiều người dân.

Bên cạnh đó, lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng sử dụng đáng kể lực lượng lao động là phụ nữ và thanh niên. Điều này rất quan trọng trong việc tạo nên lực lượng lao động quốc gia có sự tham gia đầy đủ hơn của cả nam giới và nữ giới.

Bối cảnh tại Việt Nam

Ở Việt Nam, ẩm thực đóng vai trò trung tâm trong nền văn hóa của người dân mang tính xã hội cao, khiến cho lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng càng trở nên quan trọng. Ẩm thực Việt Nam nổi tiếng trên thế giới bởi sự phong phú và cách kết hợp độc đáo các nguyên liệu tươi ngon và đậm đà, là động cơ quan trọng thu hút du khách quốc tế tới thăm quốc gia này.⁽²⁾ Ẩm thực xứng đáng là hợp phần trung tâm trong chiến lược thị trường du lịch quốc tế của Việt Nam.

Về mặt kinh tế, lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng ở Việt Nam được ước tính tạo ra hơn 26 triệu đô-la Mỹ trong năm 2010 và được kỳ vọng tăng trưởng tới 40% tính đến năm 2015 (lên mức hơn 37 triệu đô-la Mỹ). Lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng do các hàng quán trên phố và nhà hàng phục vụ khép kín chiếm ưu thế. Hai loại hình kinh doanh ẩm thực này chiếm hơn 90% doanh số của toàn lĩnh vực.⁽³⁾ Các nhà hàng, quán cà phê, quán bar nhỏ thường mang tính bình dân, do các gia đình sở hữu,

điều hành và các thành viên trong gia đình kiêm nhiều công việc trong mô hình kinh doanh này.

Các thách thức đối với tính bền vững của lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng

Sự tăng trưởng liên tục và bền vững của lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng tại Việt Nam cũng không tránh được hàng loạt các thách thức:⁽⁴⁾

- Việc thực hiện yếu kém nguyên tắc vệ sinh thực phẩm đang gây ra những rủi ro đối với sức khỏe của khách hàng và có nguy cơ gây tổn hại danh tiếng của cả lĩnh vực phục vụ nhà hàng, đặc biệt trên thị trường quốc tế.
- Những hạn chế trong việc thực hiện đúng các tiêu chuẩn của điều kiện lao động, trong chuỗi cung ứng phục vụ nhà hàng, như không cho nghỉ đủ ngày phép, đòi hỏi làm việc nhiều giờ và không trả lương tương ứng mức lương tối thiểu, khiến người lao động phải đối mặt với rủi ro về sức khỏe và thu nhập.
- Việc mua bán các loại động vật quý hiếm làm gia tăng sự mất cân bằng sinh thái và gây ảnh hưởng tiêu cực tới hệ sinh thái.
- Do tính chất bình dân của lĩnh vực phục vụ nhà hàng và đặc tính sở hữu, điều hành cơ sở kinh doanh bởi

Bảng 1. Giá trị do khối phục vụ dịch vụ nhà hàng tạo ra (triệu đô-la Mỹ)⁽¹⁾

PHÂN LOẠI	2005	2009	2010	2015
100% giao hàng tận nhà / mang đi			1.2	34.5
Quán cà phê / bar	965.4	1,909.0	2,079.5	3,053.3
Nhà hàng phục vụ khép kín	8,953.7	12,597.5	13,638.7	20,307.6
Thức ăn nhanh	179.4	338.4	383	670.6
Quán cà phê tự phục vụ				
Quầy hàng / ki-ốt trên phố	6,249.5	10,144.5	10,753.7	13,184.7
Định vụ bán Pizza*	7.6	33.4	42.3	155.7

**Dịch vụ bán Pizza cũng được tính trong mục 100% giao hàng tận nhà/mang đi*

(1) Euromonitor International 2012, *Dịch vụ phục vụ ẩm thực tại Việt Nam* do tổ chức Euromonitor International, Mỹ xuất bản

(2) Tài liệu của Dự án EU 2013: *Chiến lược tiếp thị du lịch Việt Nam tới năm 2020 & Kế hoạch hành động giai đoạn 2013-2015 (dự thảo)*.

(3) Kết luận từ Báo cáo Quốc gia của Dự án đào tạo nghề du lịch cho nhóm lao động tự do (HITT) 2011

(4) Kết luận từ Báo cáo Quốc gia của Dự án đào tạo nghề du lịch cho nhóm lao động tự do (HITT) 2011

các hộ gia đình, các mô hình kinh doanh này có xu hướng trưng dụng các thành viên trong gia đình, là người lao động không có kỹ năng phục vụ thay vì thuê các hộ gia đình, các mô hình kinh doanh này có xu hướng trưng dụng các thành viên trong gia đình, là người lao động không có kỹ năng phục vụ thay vì thuê tuyển nhân viên đạt tiêu chuẩn nghề phục vụ khách hàng. Điều này nhìn chung ảnh hưởng tới sự hài lòng của thực khách cũng như mong muốn trở lại và giới thiệu tích cực cho khách khác (tình trạng này phổ biến với khách du lịch quốc tế hơn).

Lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng trên thế giới đang phải đối mặt với các thách thức khác, có thể trở thành vấn đề tại Việt Nam trong quá trình phát triển nhanh chóng và dân số tiếp tục gia tăng, đó là tình trạng thức ăn bị bỏ thừa (trong khi an ninh thực phẩm đang trở thành mối đe dọa nghiêm trọng hơn đối với nhiều người dân và

quốc gia), tình trạng tăng khí thải nhà kính góp phần biến đổi khí hậu, hậu quả của quá trình vận chuyển các sản phẩm nhập khẩu qua các chặng đường dài và điều kiện lao động mang tính thách thức đối với các nhà sản xuất, như giá thu mua thấp, giờ làm việc dài và hạn chế/ không có an toàn lao động (như các quy định liên quan tới sức khỏe, an toàn lao động).

Mặc dù có những thách thức này, dịch vụ phục vụ nhà hàng vẫn có cơ hội trở thành lĩnh vực đi đầu trong quá trình hướng tới một xã hội bền vững. Các điểm kinh doanh phục vụ nhà hàng và các nhà cung cấp thực phẩm cho họ, có thể tuyển dụng và tạo việc làm có thu nhập hấp dẫn và cơ hội phát triển nghề nghiệp. Lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng cũng có thể phát huy vai trò của mình trong việc bảo vệ môi trường và chỉ thu mua thực phẩm có quy trình canh tác với sự tôn trọng môi trường đất và nước.

Áp dụng phương pháp tiếp cận du lịch có trách nhiệm vào lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng

Du lịch có trách nhiệm đem lại cho các nhà kinh doanh dịch vụ phục vụ nhà hàng những lợi ích, không chỉ giúp họ tăng thu nhập ròng, mà còn góp phần vào sự phát triển bền vững hơn của cả lĩnh vực và từ đó đóng góp tích cực cho xã hội và môi trường.

Trong lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng, có trách nhiệm đồng nghĩa với việc mang lại giá trị cho khách hàng, đồng thời tuân thủ các tiêu chuẩn đạo đức trong quá trình chế biến và cung cấp sản phẩm của nhà hàng, cũng như duy trì tính bền vững trong hoạt động hàng ngày của điểm kinh doanh dịch vụ.

Áp dụng phương pháp tiếp cận du lịch có trách nhiệm vào lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng, đòi hỏi người lao động trong lĩnh vực này phải xem xét và chịu trách nhiệm về những tác động do quyết định và hành động hàng ngày của mình gây ra và tìm cách cải thiện phương thức phục vụ vì lợi ích của con người cũng như môi trường.

Ba yếu tố cốt lõi để có được sự bền vững trong lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng:

🌀 **Quản lý nguồn lực hiệu quả hơn:** sử dụng ít năng lượng, sử dụng thông minh nguồn nước, giảm thiểu chất thải.

🌀 **Lựa chọn nguồn thực phẩm có trách nhiệm:** Mua thực phẩm theo nguyên tắc thương mại công bằng, nghĩa là thực phẩm có quy trình canh tác/sản xuất không vi phạm nguyên tắc đạo đức và là sản phẩm địa phương.

🌀 **Chăm sóc khách hàng và cộng đồng:** cung cấp môi trường an toàn cho khách hàng; gắn kết, đóng góp tích cực cho cộng đồng địa phương

Mô hình kinh doanh dịch vụ nhà hàng áp dụng phương pháp tiếp cận du lịch có trách nhiệm

Ngày nay, người tiêu dùng không chỉ mua thực phẩm và đồ uống dựa trên khẩu vị và giá cả, mà càng ngày họ càng quan tâm tới nguồn gốc xuất xứ, mức độ tác động của quá trình canh tác/sản xuất tới môi trường, sự gần gũi giữa sản phẩm hoàn thiện với nguyên liệu thô và mức độ ảnh hưởng của quyết định mua hàng tới nguồn thu nhập của người sản xuất trong chuỗi cung cấp. Do vậy, áp dụng phương pháp tiếp cận có trách nhiệm trong điều hành việc phục vụ nhà hàng rất có ý nghĩa. Một số lợi ích khác có được từ việc nâng cao trách nhiệm trong lĩnh vực dịch vụ phục vụ nhà hàng bao gồm:

- Giảm chi phí điều hành thông qua tiết kiệm nước, năng lượng và giảm chất thải.
- Nâng cao năng suất, tinh thần làm việc của nhân viên.
- Tạo điểm khác biệt với đối thủ và thu hút thị trường mới.
- Nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.
- Góp phần bảo vệ môi trường, cộng đồng địa phương.

Quản lý nguồn lực hiệu quả hơn

Giảm thiểu chất thải, sử dụng ít năng lượng và sử dụng nguồn nước một cách khôn ngoan, không những tốt cho môi trường sống mà còn tiết kiệm phần lớn chi phí. Nguyên tắc cơ bản trong việc sử dụng tiết kiệm năng lượng, nguồn nước và giảm bớt chất thải đòi hỏi việc giám sát tình trạng sử dụng hiện tại, thiết lập mục tiêu và định mức sử dụng, cũng như thực hiện các hành động cần thiết nhằm đạt được các mục tiêu này. Dưới đây là một số biện pháp cụ thể được thực hiện trong các nhà hàng, quán cafe, quán bar và câu lạc bộ.

Thực hành tiết kiệm năng lượng

Theo số liệu của tổ chức Carbon Trust cung cấp, năng lượng sử dụng trong các hoạt động cung cấp thực phẩm chiếm khoảng 4-6% chi phí hoạt động. Có thể tiết kiệm hơn 15% chi phí khi sử dụng hiệu quả các thiết bị như điều hoà, lò sưởi, tủ lạnh, các thiết bị thắp sáng và máy rửa bát.⁽⁵⁾ Dưới đây là một số gợi ý sử dụng hợp lý nguồn năng lượng:

- **Tủ lạnh:** Đầu tư mua tủ lạnh sử dụng tiết kiệm năng lượng, đảm bảo kích cỡ tủ lạnh phù hợp với sức chứa đồ ăn, thức uống, hạn chế tối đa việc mở tủ lạnh khi không cần thiết, không đặt chế độ nhiệt độ quá thấp.
- **Thiết bị và dụng cụ nấu ăn:** Sử dụng chảo rán tiết kiệm năng lượng thay vì loại chảo rán chỉ quan tâm đến thời gian nấu nhanh hay chậm, đảm bảo dung tích lò hấp phù hợp với lượng thực phẩm, tắt thiết bị trong thời gian không sử dụng hoặc khi nấu xong, tránh mở lò thường xuyên để không làm giảm nhiệt.
- **Điều chỉnh chế độ ánh sáng:** Chế độ ánh sáng phù hợp không những giúp tiết kiệm chi phí mà còn tạo cảm giác dễ chịu cho người sử dụng.
- **Chuẩn bị thức ăn:** Khi nấu một lượng thức ăn lớn, cần lưu ý sử dụng nồi, chảo có kích cỡ phù hợp, đầy vung trong quá trình nấu để tránh thất thoát nhiệt.
- **Máy rửa bát:** Chỉ chạy máy rửa bát đĩa khi đầy, để chế độ vòng quay ngắn khi bát đĩa không quá bẩn.
- **Bảo trì:** Làm sạch và bảo trì thường xuyên các thiết bị nhằm đảm bảo hiệu quả sử dụng.
- **Ý thức tiết kiệm:** Đào tạo nhân viên nâng cao ý thức thực hành tiết kiệm năng lượng, dán khẩu hiệu "thực hành tiết kiệm năng lượng" trên tường trong khu vực nhà bếp.

Sử dụng thông minh nguồn nước

Cùng với việc sử dụng năng lượng tiết kiệm, sử dụng tiết

kiệm nước sẽ giúp giảm một nguồn chi phí đáng kể. Tình trạng thiếu nước đã và đang diễn ra ở nhiều nơi, do vậy, việc thay đổi cách thức quản lý nước sẽ đem lại nhiều lợi ích cho cộng đồng và môi trường xung quanh. Dưới đây là một vài lời khuyên thực hành sử dụng thông minh nguồn nước:

- **Chuẩn bị thức ăn:** Chỉ đun vừa đủ lượng nước cần thiết để tiết kiệm năng lượng và nước. Sử dụng vung trong khi đun nước. Rửa rau và trái cây trong chậu thay vì để dưới vòi nước chảy.
- **Chậu rửa và vòi nước:** Xem xét lắp đặt vòi tiết kiệm nước.
- **Máy rửa bát:** Không sử dụng máy rửa bát khi chưa đầy, đặt chế độ "tiết kiệm/sử dụng nước hiệu quả".
- **Bảo trì:** Khắc phục tình trạng nước nhỏ giọt, thay những máy rửa đã hỏng, quét hoặc lau sàn nhà thay vì sử dụng vòi phun nước.
- **Phòng tắm:** Xem xét lắp đặt bồn vệ sinh xả kép, hạn chế sử dụng chế độ nước nhiều, lắp đặt vòi tiết kiệm nước.
- **Ý thức tiết kiệm:** Đào tạo nhân viên nâng cao ý thức tiết kiệm nước, dán khẩu hiệu "thực hành tiết kiệm nước" trên tường trong khu vực phòng tắm và nhà bếp.

Giảm thiểu chất thải ở khu vực nhà bếp

Giảm thiểu chất thải có nghĩa là xác định loại chất thải có thể tránh, giảm, tái sử dụng hoặc sơ chế để giảm thiểu tác động lên môi trường cũng như ảnh hưởng đến sức khỏe con người do ô nhiễm, rác thải, khí thải cacbon. Giảm thiểu chất thải giúp doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí thông qua những điều chỉnh đơn giản khi sử dụng nguyên liệu. Dưới đây là một vài lời khuyên nhỏ để giảm thiểu chất thải:

- **Tái chế:** Thiết kế các loại thùng ngăn để dễ dàng phân biệt và phân loại chất thải hữu cơ, chất thải có thể tái chế và các loại chất thải khác.
- **Sản phẩm và đóng gói:** Mua sản phẩm với khối lượng lớn hoặc thành khối tập trung và chọn sản phẩm không phải đóng gói nhiều, tránh các sản phẩm dùng một lần rồi bỏ. Hỏi khách hàng xem họ cần túi nhựa đựng đồ, thay vì đóng gói sẵn. Mua hàng được tái chế, các đồ tái chế mang trên đường như cốc, vật dụng, khăn và tránh các mặt hàng gói riêng.
- **Thực phẩm thừa:** Giám sát tình trạng thực phẩm thừa và điều chỉnh thói quen mua hàng để giảm thiểu hàng dư thừa, hư hỏng. Kiểm tra hàng giao thật kỹ và trả lại những mặt hàng bị hỏng hoặc sắp hỏng. Dùng thực phẩm dư thừa (trừ thịt, hải sản, dầu mỡ và xương) để ủ phân. Giảm khẩu phần bữa ăn, khi thấy thức ăn thường xuyên thừa trên đĩa.

⁽⁵⁾ Hiệp hội nhà hàng bền vững (SRA) (không có ngày), Tài liệu hướng dẫn của Hiệp hội nhà hàng bền vững cho các bếp ăn bền vững, SRA, London, Vương quốc Anh

Lựa chọn thực phẩm có trách nhiệm

Lựa chọn thực phẩm có trách nhiệm là lựa chọn mua thức ăn, đồ uống có nguyên tắc sản xuất tốt, hỗ trợ nhà sản xuất địa phương, đặt hàng theo mùa, hỗ trợ các nguyên tắc thương mại công bằng, lựa chọn các thành phần dinh dưỡng hợp lý cho bữa ăn.

Chuỗi cung cấp thực phẩm bền vững

Đặt mua thực phẩm bền vững nghĩa là ưu tiên đặt hàng và mua thực phẩm hữu cơ với các nhà sản xuất, áp dụng các biện pháp canh tác không liên quan đến việc làm hại, thiếu nhân cách các loài động vật. Điều đó cũng có nghĩa, tránh mua và bán một số loài động vật cần được bảo vệ và có nguy cơ bị tiệt chủng.

➤ **Thực phẩm hữu cơ:** Thực phẩm hữu cơ được nuôi trồng theo phương thức quan tâm bảo vệ môi trường xung quanh, không sử dụng hóa chất. Sử dụng thực phẩm hữu cơ giúp tăng cường sức khỏe (do ít sử dụng thuốc trừ sâu, thuốc diệt cỏ có chất gây ung thư, ít dị ứng và phản ứng phụ từ các chất phụ gia) và giúp bảo vệ môi trường (do ít hóa chất nhiễm vào nguồn nước, ít khí thải nhà kính từ phân bón nitơ). Đối với việc kinh doanh phục vụ nhà hàng, lợi ích bao gồm thực phẩm ngon hơn, do vậy làm hài lòng khách hàng hơn, khách hàng sẽ trở lại nhiều hơn và có sự truyền miệng tích cực. Hơn nữa, sử dụng thực phẩm hữu cơ là xu hướng đang phát triển hiện nay và đi đầu trong việc này có nghĩa là tiếp cận một thị trường tiêu thụ mới và phát triển.

➤ **Bảo vệ điều kiện sống của động vật:** Có nhiều ý kiến cho rằng, hình thức nuôi gà nhốt để vỗ béo (nuôi gà trong chuồng với số lượng lớn) và nuôi lợn với mật độ dày là không tốt đối với những loại động vật này và có thể dẫn đến một số vấn đề về thể chất và hành vi. Hơn nữa, do điều kiện nuôi nhốt với số lượng lớn, phải yêu cầu sử dụng thêm thuốc kháng sinh, thuốc phòng bệnh dịch để giảm thiểu bệnh lây

lan trong đàn đông đúc. Do vậy mua những sản phẩm từ động vật được nuôi thả tự do và được bảo vệ điều kiện sống là sự lựa chọn tốt nhất.

➤ **Tránh mua bán các loài vật được bảo vệ:** Động vật có giá trị về y học, nông nghiệp, sinh thái, thương mại, thẩm mỹ/giải trí. Những loài có nguy cơ bị tiệt chủng cần phải được bảo vệ để đảm bảo duy trì nòi giống trong tương lai. Hơn nữa, việc mua bán các loài này là hành vi phi pháp và có thể dẫn đến những hình phạt nặng.

Xác định và lựa chọn sản phẩm địa phương theo mùa

Mua thực phẩm địa phương không những giúp ích cho người nông dân và kinh tế địa phương mà còn giúp giảm lượng khí thải phát sinh trong quá trình vận chuyển, một trong những nguyên nhân dẫn đến biến đổi khí hậu. Thực phẩm địa phương cũng giúp giảm bớt chi phí và có hương vị ngon hơn – do vậy lựa chọn chúng là một quyết định tốt trong kinh doanh.

➤ **Sản phẩm địa phương:** Khoảng cách vận chuyển thực phẩm từ nông trại đến cửa hàng rất tốn kém và là một trong những nguyên nhân dẫn đến hiệu ứng nhà kính từ những nguyên liệu khí sử dụng trong quá trình vận chuyển. Mua thực phẩm tươi của địa phương sẽ giảm bớt tác động tiêu cực này, đồng thời có nguồn thực phẩm tươi và ngon hơn. Mua thực phẩm địa phương còn giúp cho nông dân và cộng đồng địa phương và có thể mua giá rẻ hơn.

➤ **Sản phẩm theo mùa:** Sản phẩm theo mùa tại địa phương thường đem đến hương vị ngon hơn, đậm đà hơn những sản phẩm trái mùa. Những sản phẩm này thường có giá thành rẻ hơn do được sản xuất tại địa phương, không mất chi phí vận chuyển và thường mang đến cho khách hàng một thực đơn đa dạng (thực đơn theo mùa thay đổi thường xuyên và mang đến sự hứng thú cho khách hàng).

Ích lợi của việc sử dụng sản phẩm đúng mùa:

- **Hương vị ngon hơn:** Hương vị đậm đà hơn các sản phẩm trái mùa.
- **Giá cả hấp dẫn hơn:** Sản phẩm đúng mùa thường là sản phẩm được nuôi trồng sản xuất tại địa phương. Do vậy, chi phí vận chuyển thấp hơn và giá bán lẻ cũng sẽ thấp hơn.
- **Thực đơn đa dạng:** Thực đơn theo mùa thay đổi thường xuyên, làm cho khách hàng hứng thú hơn và muốn quay trở lại nhà hàng.

Thực hiện nguyên tắc thương mại công bằng

Thực phẩm được mua bán theo nguyên tắc thương mại công bằng nhằm giúp đảm bảo quyền của người lao động và nhà sản xuất, cải thiện sinh kế thông qua việc định giá mua công bằng, thống nhất và nâng cao điều kiện làm việc cho nhà sản xuất (như thời gian làm việc hợp lý, quy định lương tối thiểu, giảm bớt các vấn đề liên quan đến an toàn sức khỏe do việc sử dụng hoá chất như thuốc trừ sâu).

Trong khi lượng sản phẩm được chứng nhận giao dịch theo nguyên tắc thương mại công bằng là sẵn có thì vẫn

đề lại nằm ở khâu phân phối vẫn tồn tại nhiều hạn chế. Do vậy, cách tốt nhất để các cơ sở phục vụ nhà hàng tại Việt Nam thực hiện công bằng thương mại là việc xây dựng chính sách và kế hoạch cho chuỗi cung cấp có trách nhiệm và kêu gọi sự hỗ trợ của các nhà cung cấp trong việc tạo nên sự khác biệt tích cực đối với các nhà sản xuất.

Áp dụng nguyên tắc dinh dưỡng và sức khỏe tốt trong việc chuẩn bị thức ăn

Xã hội ngày càng ý thức được tầm quan trọng của chế độ

ăn uống lành mạnh và kỳ vọng các nhà hàng sẽ áp dụng các nguyên tắc dinh dưỡng tốt trong khâu lựa chọn và sử dụng các thành phần trong thức ăn.

Ngoài ra, Tổ chức Y tế thế giới (WHO) cũng nhấn mạnh, bệnh béo phì đang trở thành căn bệnh toàn cầu, dẫn đến 2,8 triệu ca tử vong mỗi năm và vẫn đang tiếp tục tăng cao ở các nước có thu nhập thấp và trung bình.⁽⁶⁾

Dưới đây là một số gợi ý xây dựng bữa ăn có thành phần dinh dưỡng hợp lý:

- Lựa chọn thịt đỏ hoặc thịt lợn, loại "thịt thăn" hoặc "mông" vì thông thường những loại thịt này có lượng mỡ thấp nhất.
- Cắt bỏ phần mỡ ở rìa miếng thịt trước khi nấu.
- Với gia cầm, sử dụng thịt nạc sáng màu (phần ức) thay vì thịt có gam màu đậm và nhiều mỡ hơn (như phần đùi). Loại bỏ da.
- Sử dụng sữa ít chất béo hoặc không chất béo, sữa chua và pho mát.
- Sử dụng và chuẩn bị đồ ăn ít hoặc không có muối.
- Sử dụng dầu ăn thực vật hơn là dầu ăn từ bơ, mỡ động vật.
- Đảm bảo cân bằng thành phần các chất dinh dưỡng trong bữa ăn (thịt, rau, trái cây, hydrat cacbon như

gạo, mì sợi, bánh mì...)

- Áp dụng công thức với món trứng: Sử dụng lòng trắng trứng thay vì lòng đỏ. Hai lòng trắng có thể thay thế cho một lòng đỏ.

Quan niệm của người Việt Nam về dinh dưỡng và thực phẩm bổ dưỡng⁽⁷⁾

94% cho rằng thực phẩm bổ dưỡng là thực phẩm an toàn, vệ sinh.

91% cho rằng thực phẩm bổ dưỡng là thực phẩm tươi.

73% cho rằng thực phẩm bổ dưỡng là thực phẩm chứa ít cholesterol.

63% cho rằng thực phẩm bổ dưỡng là thực phẩm hữu cơ.

34% không tự tin với tình trạng sức khỏe hiện tại.

48% cho rằng họ đang có mức cân nặng không phù hợp.

36% chú ý đến thành phần dinh dưỡng khi mua thực phẩm bổ dưỡng.

25% chú ý đến việc giảm nguy cơ mắc bệnh khi mua thực phẩm bổ dưỡng.

Chăm sóc khách hàng và cộng đồng

Chăm sóc khách hàng và cộng đồng tốt để đạt được các mục tiêu phát triển xã hội của Du lịch có trách nhiệm. Để thực hiện tốt công tác này, cần đảm bảo sức khỏe và sự an toàn cho khách hàng thông qua việc thực hành vệ sinh thực phẩm, tham gia tích cực với cộng đồng, tạo ra môi trường vệ sinh an toàn và thực hiện các hành động du lịch có trách nhiệm để nâng cao hiệu quả.

Thực hành tốt vệ sinh thực phẩm

Những người điều hành phục vụ nhà hàng có trách nhiệm phục vụ khách hàng những loại thức ăn không có hại cho sức khỏe. Thực hiện vệ sinh tốt, đảm bảo thức ăn được chế biến đúng kỹ thuật để giảm thiểu khả năng thực phẩm gây bệnh cho khách hàng. Thực hiện vệ sinh tốt cũng giúp doanh nghiệp giữ được niềm tin với khách hàng, tránh được những vụ khiếu kiện tiềm ẩn và nguy cơ phải đóng cửa kinh doanh.

Để giảm nguy cơ ngộ độc thức ăn và các loại bệnh liên quan khác phát sinh từ việc chuẩn bị thức ăn không tốt, cần thực hiện những bước sau:

- Đảm bảo nhân viên nhà bếp phải sạch sẽ (cả thân thể và trang phục), buộc tóc gọn gàng, móng tay cắt sạch sẽ và nhân viên không đảm bảo về sức khỏe không được tham gia công việc.
- Rửa sạch tay (sử dụng xà phòng) trước khi chuẩn bị thức ăn và sau khi tiếp xúc với các loại thực phẩm tươi sống như rau, thịt.
- Đảm bảo khu vực nhà bếp, dụng cụ nấu ăn, bát đĩa,

đồ chứa thức ăn... phải sạch sẽ, sử dụng dung dịch làm sạch sau mỗi giai đoạn phục vụ thức ăn và cuối mỗi ngày.

- Rửa rau sạch, phòng ngừa các bệnh phát sinh từ đất cát.
- Bảo quản thực phẩm tươi sống như thịt, cá và sản phẩm hữu cơ tươi như rau củ quả trong tủ lạnh.
- Sử dụng thớt, đĩa riêng cho mỗi loại thức ăn tươi sống hay đã nấu chín. Rửa sạch các dụng cụ nấu ăn sau mỗi lần sử dụng. Để các loại thực phẩm trong các ngăn riêng trong tủ lạnh để tránh hiện tượng "nhiễm bẩn chéo".
- Vi khuẩn gây bệnh có thể phát triển trong thực phẩm để hỏng trong vòng hai giờ, do vậy cần giữ lạnh ngay sau khi sử dụng và tránh rã đông hoặc ướp đá thực phẩm, cần sử dụng tủ lạnh.
Thực hiện các nguyên tắc bảo quản thực phẩm an toàn cho sức khỏe khách hàng (Theo dõi Bảng 2).

Kết nối với cộng đồng

Ở Việt Nam nhà hàng, quán cafe và quán bar thường là trung tâm của cộng đồng, trở thành nơi gặp gỡ của bạn bè, gia đình, đồng nghiệp để vừa nói chuyện vừa ăn hoặc uống. Kinh doanh phục vụ nhà hàng không những có vai trò kết nối cộng đồng, mà còn đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong hoạt động có trách nhiệm hơn với xã hội. Hoạt động này cũng giúp cho việc kinh doanh phục vụ nhà hàng tránh được tình trạng cạnh tranh và tạo ra sự quảng bá tích cực – thực sự hữu ích cho việc kinh doanh. Gợi ý cho việc kết nối tốt với cộng đồng bao gồm:

- **Cơ hội thử nghiệm:** Mang đến cơ hội tích lũy kinh nghiệm cho các thành viên cộng đồng, thông qua

(6) Tổ chức Y tế Thế Giới – 10 thực tế về bệnh béo phì

Truy cập: www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/en/index.html

Tải về ngày 25/07/2013

(7) Các kết quả khảo sát của Tổ chức Nielsen được trình bày tại Diễn đàn Dinh dưỡng và Sức khỏe ngày 15/5/2013, đăng tải trực tuyến tại địa chỉ: www.nielsen.com/intl/vn/news-insights/press/english/2013/health-and-nutrition-forum.print.html

cơ hội thực tập, thử nghiệm tại cơ sở kinh doanh của bạn.

- **Hoạt động tình nguyện:** Cho phép nhân viên có cơ hội tham gia hoạt động tình nguyện. Điều này không những giúp họ nâng cao năng lực, sự hài lòng trong công việc mà còn giúp tăng uy tín của doanh nghiệp.
- **Hỗ trợ dự án cộng đồng:** Thực hiện cam kết với cộng đồng thông qua việc đầu tư thời gian, công sức, tiền của vào dự án, công trình dài hạn của cộng đồng. Điều này cũng giúp tạo nên sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh của bạn.
- **Hỗ trợ từ thiện:** Đóng góp cho các tổ chức từ thiện và thu nhận khách hàng có nguyện vọng như những đối tác trong công việc từ thiện này. Có thể chính thức hoá bằng việc thành lập quỹ từ thiện của doanh nghiệp.
- **Quyên góp từ thiện:** Cung cấp thực phẩm hoặc phối hợp hỗ trợ các tổ chức nhân đạo giúp đỡ trẻ em cơ nhỡ, người già vô gia cư và cung cấp thực phẩm cứu giúp nạn nhân các vùng gặp thiên tai.

Mang đến một môi trường an toàn

Các cơ sở kinh doanh phục vụ nhà hàng cần đảm bảo sức khoẻ và an toàn cho khách hàng. Một số gợi ý đơn giản bao gồm:

- **Giữ gìn môi trường ăn uống gọn gàng sạch sẽ:** Giữ cho sàn sạch sẽ, gọn gàng, khô ráo và không có rác. Đảm bảo bàn ăn, chỗ ngồi sạch sẽ, an toàn, không có góc sắc nhọn có thể làm phát sinh vấn đề về an toàn đối với khách hàng.
- **Phục vụ có trách nhiệm đồ uống có cồn:** Tại Việt Nam, không được phép bán rượu ngoài cửa hàng cho những người dưới 18 tuổi. Vì không có quy định nào về độ tuổi thấp nhất được mua rượu tại quầy, nên sẽ là hợp lý khi không bán rượu cho những đối tượng ít tuổi mà không có người lớn đi kèm.
- **Quản lý việc an toàn:** Nhân viên phục vụ và khách hàng có quyền được đảm bảo an toàn, an ninh tại các khu vực của nhà hàng và bộ phận quản lý có trách nhiệm đảm bảo thực hiện các biện pháp có thể và cần thiết để giảm thiểu rủi ro phát sinh từ các hành vi trộm cắp, gian lận hay những đe dọa về an toàn như hỏa hoạn. Các biện pháp kiểm soát bao gồm tổ chức lực lượng bảo vệ, thiết lập lối thoát hỏa hoạn, đào tạo nhân viên phục vụ biết sử dụng, vận hành các thiết bị phòng và chống cháy, giữ khu vực đỗ xe đủ ánh sáng và đào tạo nhân viên phục vụ khả năng xác định và báo cáo các hành vi đáng ngờ.

Bảng 2. Hướng dẫn thời gian bảo quản thực phẩm

LOẠI THỰC PHẨM	THỜI GIAN BẢO QUẢN AN TOÀN	
	TỦ LẠNH*	MÁY ƯỚP LẠNH*
Thịt lợn muối xông khói	7 ngày	1 tháng
Xúc xích chưa chế biến (gà, bò, lợn)	1 - 2 ngày	1 - 2 tháng
Thịt xay (bò, gà, bê, cừu, lợn)	1 - 2 ngày	3 - 4 tháng
Thịt bò, bê, cừu, lợn chưa chế biến	3 - 5 ngày	6 - 12 tháng
Gia cầm chưa chế biến (gà)	1 - 2 ngày	12 tháng
Súp hoặc món hầm với rau, thịt	3 - 4 ngày	2 - 3 tháng
Đồ còn lại sau khi đã dùng (thịt hoặc gia cầm đã nấu chín)	3 - 4 ngày	2 - 6 tháng

* Nhiệt độ trong tủ lạnh là 4 °C hoặc thấp hơn. *Nhiệt độ trong tủ đá (máy ướp lạnh) là -18 °C hoặc thấp hơn.

(8) Hội đồng tư vấn rượu của New Zealand 2009, Đây là giới hạn? Nhận thức về vai trò và trách nhiệm hỗ trợ cai nghiện rượu, ALAC, New Zealand

(9) Hiệp hội nhà hàng bền vững (SRA) (không có ngày), Tài liệu hướng dẫn của Hiệp hội nhà hàng bền vững cho các bếp ăn bền vững, SRA, London, Vương quốc Anh

Phục vụ có trách nhiệm đồ uống có cồn⁽⁸⁾
Tiếp cận: Giữ môi trường, không gian sạch sẽ, gọn gàng và thân thiện
Giao tiếp thân thiện: Quan sát những thay đổi trong biểu hiện của khách hàng một cách thân thiện
Can thiệp: Tạm dừng việc sử dụng đồ uống có cồn bằng cách tiếp đồ ăn hoặc nước cho khách hàng
Mời khách khỏi quầy: Khéo léo mời những khách đã say, làm ảnh hưởng đến khách hàng khác, rời khỏi quầy
Từ chối: Từ chối những khách đã say quay lại quầy

Thực hiện các hành vi có trách nhiệm

Để mở rộng thông điệp "trách nhiệm" ra ngoài phạm vi kinh doanh và các nhà cung cấp của mình, các doanh nghiệp cần truyền tải thông điệp về các vấn đề hiện tại và các giải pháp khắc phục nhằm nâng cao ý thức và hành động trong việc thực hiện du lịch bền vững. Những hành động đó thu hút sự quan tâm của khách hàng đối với doanh nghiệp và nâng cao uy tín của doanh nghiệp trong cộng đồng, tạo ra sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp.

Phương pháp truyền tải thông tin có thể bao gồm:

- Thông qua trang mạng thông tin của doanh nghiệp
- Tập gấp, tờ rơi đặt tại bàn tiếp tân, tại cửa sổ phía trước, trên tường hoặc được phát nhân dịp các sự kiện đặc biệt...
- Nhân viên phục vụ giới thiệu, giải thích ngắn gọn về các nguyên tắc kinh doanh và chuỗi cung cấp của doanh nghiệp khi phục vụ bàn
- Thông tin trên báo chí về các hoạt động có giá trị, có thể thu hút sự quan tâm của cộng đồng địa phương

Lời khuyên chung đối với việc truyền tải thông tin về thực hành du lịch có trách nhiệm bao gồm:⁽⁹⁾

- Nhấn mạnh nguồn cung ứng địa phương và theo mùa khi mô tả món ăn trong thực đơn. Tôn vinh sản phẩm địa phương sẽ làm hài lòng khách hàng quen, khách du lịch, những người thường xuyên tìm kiếm những món ăn và sản phẩm trong vùng.
- Liên kết chặt chẽ với các nhà cung cấp địa phương và đan kết thành "câu chuyện kinh doanh", đặc biệt khi các nhà sản xuất địa phương trở thành người hỗ trợ thông qua các hoạt động kinh doanh công bằng. Điều này sẽ giúp khách hàng phát triển mối quan hệ tốt với doanh nghiệp.
- Mang đến cho cuộc sống sự đam mê đối với thực đơn từ nguyên liệu thực phẩm an toàn đã được lựa chọn và cho khách hàng biết nguồn gốc của những thực phẩm này, cùng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà sản xuất. Điều này sẽ tăng thêm những kỳ vọng và hào hứng của khách đối với những món ăn và tạo ra những ấn tượng sâu sắc, từ đó nâng cao lòng trung thành của khách hàng với doanh nghiệp.

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 (Việt - Anh) tại địa chỉ:

<http://factsheet5vn.esrt.vn>

<http://factsheet5en.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.