

BỘ CÔNG CỤ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM TẠI VIỆT NAM

Soạn thảo bởi:



CHƯƠNG TRÌNH ESRT
ESRT PROGRAMME

Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ



BỘ CÔNG CỤ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM TẠI VIỆT NAM

THÁNG 8, 2013



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

© 2013 Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội

Bộ công cụ này đã được soạn thảo với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội (Dự án EU) do Liên minh Châu Âu tài trợ.

Nội dung của bộ công cụ này hoàn toàn thuộc trách nhiệm của Dự án EU và không phản ánh quan điểm của Liên minh Châu Âu. Liên minh Châu Âu và Dự án EU không bảo đảm tính chính xác của các dữ liệu trong bộ công cụ này và không chịu trách nhiệm về các hậu quả khi sử dụng các dữ liệu này.

Khi sử dụng các tham chiếu bất kỳ về một vùng lãnh thổ hay khu vực địa lý nào, hay khi sử dụng thuật ngữ 'đất nước' trong tài liệu này, Dự án EU và Liên minh Châu Âu không nhằm đưa ra bất cứ phán xét nào về tình trạng pháp lý hay các quy định khác tại bất cứ lãnh thổ hay vùng miền nào.

Dự án EU và Liên minh Châu Âu cho phép in ấn và sao chép tài liệu này cho mục đích cá nhân và phi thương mại với điều kiện có sự thừa nhận bản quyền của Dự án EU và Liên minh Châu Âu. Người sử dụng không được phép bán lại, phân phối lại, hay tạo ra các tác phẩm phái sinh vì mục đích thương mại mà không được Dự án EU hay EU đồng ý bằng văn bản.



Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách
nhiệm với Môi trường và Xã hội
39A Phố Ngô Quyền, Hà Nội, Việt Nam
Số ĐT: (84 4) 3734 9357
Số Fax (84 4) 3734 9359
www.esrt.vn

Về Dự án EU & bộ công cụ

Bộ công cụ Du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam do Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội soạn thảo và Liên minh Châu Âu tài trợ. Bộ công cụ này là một trong các mục tiêu xây dựng năng lực cho các bên liên quan trong ngành du lịch Việt Nam để đạt được toàn diện các lợi ích phát triển kinh tế-xã hội to lớn từ du lịch trong khi bảo tồn các nguồn lực về tự nhiên và văn hóa của ngành du lịch.

Dự án EU hoạt động trong ba lĩnh vực quan trọng trong ngành du lịch: hỗ trợ chính sách và tăng cường thể chế, năng lực cạnh tranh của sản phẩm và đối thoại công-tư, đào tạo và giáo dục nghề.

Bộ công cụ Du lịch có Trách nhiệm tại Việt Nam được soạn thảo với mười ba bài, mỗi bài về các chủ đề đa dạng khác nhau. Các bài và chủ đề trong Bộ công cụ có thể sử dụng cùng nhau hay độc lập theo từng bài, sử dụng cả bộ hay từng phần, tùy theo nhu cầu đào tạo của học viên và đào tạo viên. Với mỗi bài và chủ đề sẽ có thể liên quan đến ba nhóm đối tượng tiềm năng là: các nhà chức trách trong ngành du lịch (khu vực nhà nước), các doanh nghiệp du lịch (khu vực tư nhân), và các cộng đồng tại điểm đến có tham gia vào du lịch.

Các bài và chủ đề được trình bày trong trang kế tiếp.

NỘI DUNG	CÁC NHÀ CHỨC TRÁCH TRONG NGÀNH DU LỊCH	CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH	CÁC CỘNG ĐỒNG THAM GIA VÀO DU LỊCH
BÀI 1: CÁC NGUYÊN TẮC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Du lịch ngày nay	●	●	●
Các tác động của du lịch	●	●	●
Các nguyên tắc về Du lịch có Trách nhiệm	●	●	●
Các lợi ích của Du lịch có Trách nhiệm	●	●	●
Thực tiễn Du lịch có Trách nhiệm: Bản Tuyên ngôn Cape Town	●	●	●
BÀI 2: PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Các sản phẩm du lịch có trách nhiệm là gì?	●	●	○
Tầm quan trọng của phát triển các sản phẩm du lịch đã được nghiên cứu kỹ và có khả năng thương mại hóa	●	●	○
Các chức năng sản phẩm du lịch	●	●	○
Các loại hình sản phẩm du lịch & các gợi ý để phát triển	●	●	○
Gắn thị trường với các cơ hội và mục tiêu phát triển sản phẩm	●	●	○
Đánh giá tính bền vững của sản phẩm du lịch	●	●	○
Điều phối các bên liên quan	●	●	○
Chiến lược và kế hoạch hành động phát triển sản phẩm Du lịch có Trách nhiệm	●	●	○
BÀI 3: MARKETING VÀ TRUYỀN THÔNG CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG DU LỊCH			
Tầm quan trọng của marketing và truyền thông có trách nhiệm trong du lịch	●	●	●
Các lợi ích của việc có trách nhiệm trong marketing và truyền thông du lịch	●	●	
Truyền bá các thông điệp chính xác và xác thực	●	●	
Marketing và truyền bá các thực tiễn bền vững	●	●	
Duy trì bảo mật dữ liệu trong marketing	●	●	
Thu thập phản hồi từ khách du lịch	●	●	
BÀI 4: SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM			
Sử dụng lao động có trách nhiệm là gì?	●	●	●
Lợi ích khi tuân theo các điều kiện sử dụng lao động tốt	●	●	●
Áp dụng các điều kiện sử dụng lao động có trách nhiệm	●	●	○
Chủ động áp dụng các chính sách bình đẳng giới và bình đẳng trong cơ hội công việc	●	●	○
Tuân theo các thực tiễn tuyển dụng có trách nhiệm	●	●	○
Cung cấp các chương trình đào tạo kỹ năng phù hợp	●	●	○
Hỗ trợ sử dụng lao động địa phương	●	●	○
Phát triển sự cam kết và hợp tác trong các nhóm có trách nhiệm	●	●	○
BÀI 5: XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM			
Xây dựng năng lực và chính sách tổ chức có trách nhiệm là gì?	○	●	○
Tầm quan trọng của việc xây dựng năng lực và chính sách tổ chức có trách nhiệm		●	□
Phát triển các chính sách tổ chức về thực tiễn du lịch bền vững		●	□
Phát triển các chính sách du lịch có trách nhiệm		●	□
Phổ biến các chính sách, quy trình và hướng dẫn		●	□
Tạo điều kiện phát triển nhân viên và đào tạo về du lịch bền vững		●	□
BÀI 6: CÁC CHUỖI CUNG CẤP DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Chuỗi cung cấp du lịch có trách nhiệm là gì?	○	●	○
Lợi ích của các chuỗi cung cấp có trách nhiệm	○	●	○
Phát triển chính sách và kế hoạch hành động của chuỗi cung cấp bền vững		●	
Theo dõi và đánh giá hiệu quả thực hiện bền vững		●	
BÀI 7: HỖ TRỢ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Thế nào là hỗ trợ có trách nhiệm cho các điểm đến?	●	●	
Lồng ghép các thực tiễn du lịch có trách nhiệm khi làm việc với cộng đồng địa phương		●	
Xúc tiến phát triển bền vững tại điểm đến		●	
Hỗ trợ vốn cho việc phát triển xã hội và bảo vệ môi trường tại điểm đến		●	

● Rất liên quan ○ Có thể liên quan

NỘI DUNG	CÁC NHÀ CHỨC TRÁCH TRONG NGÀNH DU LỊCH	CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH	CÁC CỘNG ĐỒNG THAM GIA VÀO DU LỊCH
BÀI 8: GIÁM SÁT TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Giám sát và đánh giá tác động của du lịch có trách nhiệm là gì?	●	●	
Lên kế hoạch và tổ chức chương trình giám sát	●	●	
Xây dựng các chỉ tiêu giám sát	●	●	
Thực hiện chương trình giám sát	●	●	
Chỉnh sửa và cải thiện chương trình giám sát	●	●	
BÀI 9: QUY HOẠCH VÀ QUẢN LÝ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI DI SẢN VĂN HÓA VÀ TỰ NHIÊN			
Di sản và du lịch	●	○	
Quản lý di sản	●	○	
Xây dựng kế hoạch quản lý du lịch cho các điểm di sản	●		
BÀI 10: CƠ SỞ LƯU TRÚ CÓ TRÁCH NHIỆM: QUẢN LÝ NĂNG LƯỢNG, NGUỒN NƯỚC VÀ RÁC THẢI			
Giá trị của ngành cơ sở lưu trú	●	●	○
Các vấn đề về nước, năng lượng và rác thải trong ngành cơ sở lưu trú	●	●	
Tiến hành các hành động giảm thiểu sử dụng nước, năng lượng và thải rác		●	○
Tổng quan về tiêu chuẩn Bông Sen Xanh ở Việt Nam	●	●	
BÀI 11: ĐIỀU HÀNH NGÀNH DỊCH VỤ ĂN UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM			
Điều hành ngành dịch vụ ăn uống bền vững là gì và tầm quan trọng?	●	●	
Quản lý hiệu quả các nguồn lực		●	
Tim nguồn cung ứng các loại đồ ăn bền vững		●	
Phối hợp làm việc và chăm sóc khách hàng và cộng đồng		●	
BÀI 12: CHÍNH SÁCH VÀ QUY HOẠCH DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM CHO CÁC NHÀ CHỨC TRÁCH TRONG NGÀNH DU LỊCH			
Du lịch và tầm quan trọng đối với chính phủ	●		
Thách thức của phát triển bền vững	●		
Lồng ghép vấn đề bền vững trong quy hoạch du lịch	●		
Thực hiện đánh giá tác động trong quy hoạch du lịch	●		
Xác định các chính sách để tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch có trách nhiệm	●		
BÀI 13: HÀNH ĐỘNG CỘNG ĐỒNG TRONG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM			
Phát triển các sản phẩm du lịch có trách nhiệm bền vững về kinh tế	○		●
Bảo vệ môi trường và cộng đồng địa phương	○		●
Thúc đẩy sự tham gia và hỗ trợ trong du lịch	○		●
Phát triển nguồn lao động du lịch có kỹ năng tại địa phương	○		●
Giám sát và đánh giá các tác động bền vững dựa vào cộng đồng	○		●

● Rất liên quan ○ Có thể liên quan



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 1

CÁC NGUYÊN TẮC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Kết thúc bài học này học viên có thể:

- Diễn giải về thị trường du lịch hiện nay trên toàn cầu cũng như trong nước
- Liệt kê và mô tả về các loại hình du lịch cũng như khách du lịch
- Liệt kê và mô tả về các tác động tích cực và tiêu cực của du lịch tới môi trường, kinh tế và xã hội
- Diễn giải về các nguyên tắc của du lịch có trách nhiệm và ba mục tiêu nền tảng của phát triển bền vững
- Liệt kê và mô tả những lợi ích của du lịch có trách nhiệm đối với doanh nghiệp, khách du lịch và người dân địa phương
- Diễn giải tầm quan trọng và nguyên tắc của Tuyên bố Cape Town về du lịch có trách nhiệm

Mục lục

DU LỊCH HIỆN NAY	1
Định nghĩa về du lịch.....	1
Ngành công nghiệp du lịch.....	1
Phân tích thị trường.....	1
TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH	2
NGUYÊN TẮC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM.....	4
Ba mục tiêu nền tảng	4
Ai chịu trách nhiệm?.....	4
LỢI ÍCH CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM	5
Lợi ích cho doanh nghiệp.....	5
Các lợi ích đối với người dân địa phương.....	6
KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM: TUYỂN BỐ CAPE TOWN	6
THỰC TIỄN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM: TUYỂN BỐ CAPE TOWN	6

Bài học này giới thiệu các định nghĩa về du lịch, mô tả các loại hình du lịch và các thành phần trong ngành công nghiệp “không khói”, cũng như tổng quan về thị trường du lịch toàn cầu, khu vực và trong nước tại Việt Nam. Thảo luận về các tác động tích cực và tiêu cực của du lịch, tiếp đó là giới thiệu về các yếu tố của “Du lịch có trách nhiệm”, bao gồm phân tích về những lợi ích cho khách du lịch, người dân địa phương và các doanh nghiệp. Cuối cùng bài học giới thiệu tổng quan về tuyên bố Cape Town, nền tảng của Du lịch có trách nhiệm.

DU LỊCH HIỆN NAY

Định nghĩa về du lịch

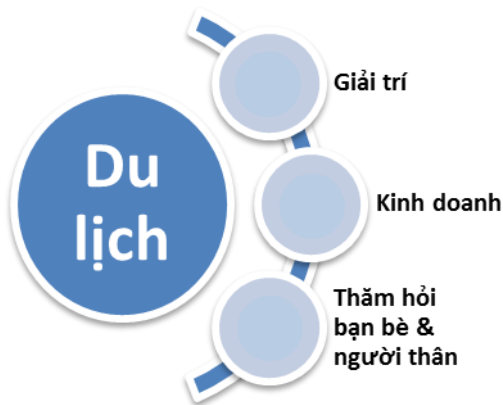
Theo UNWTO¹, "Du lịch là một hiện tượng văn hóa, xã hội và kinh tế đòi hỏi sự di chuyển của con người đến những quốc gia hay những địa điểm khác bên ngoài khu vực sinh sống thường ngày của họ. Những người này được gọi là du khách (mà có thể là khách du lịch hoặc người đi chơi, người cư trú hoặc không cư trú) và du lịch đã thực hiện những hoạt động đó cho họ, một số trong đó có liên quan đến chỉ tiêu du lịch".

Khách du lịch là gì?

- Một người đi du lịch trong quốc gia của anh ta/cô ta được gọi là khách du lịch nội địa.
- Một người được đi du lịch đến quốc gia khác quốc gia của mình và ở đó ít nhất một đêm gọi là khách du lịch quốc tế.

Các loại hình du lịch¹

Ba loại hình chính của du lịch, đó là:



- **Giải trí:** Những người đi du lịch với mục đích thư giãn, thay đổi hay muốn thoát khỏi những thói quen trong cuộc sống thường ngày của họ được xếp là du lịch giải trí.
 - *Du lịch mạo hiểm:* Loại hình du lịch này chủ yếu liên quan đến các hoạt động thể thao mạo hiểm tại các khu vực nông thôn, chẳng hạn như leo núi, đi bộ đường dài hoặc chèo thuyền Kayak v.v...
 - *Du lịch trọn gói đại trà:* Là loại hình du lịch kinh điển tại các bãi biển, người đi du lịch với mục đích lưu trú tại một khách sạn gần bãi biển và thư giãn, nghỉ ngơi tại đó. Loại hình này cũng thường được sử dụng trong các kỳ nghỉ trọn gói.
 - *Du lịch văn hóa:* Đây là loại du lịch lôi cuốn "sự di chuyển của con người từ khu vực mà họ sinh sống thường ngày đến với các điểm hấp dẫn văn hóa, với mục đích thu thập thông tin và trải nghiệm mới để đáp

ứng nhu cầu văn hóa của họ". Nói chung, nó giúp du khách có những trải nghiệm về các nền văn hóa và giá trị truyền thống khác nhau. Mục đích du lịch thường bao gồm cả việc tham dự vào các lễ hội văn hóa.

- *Du lịch sinh thái:* Là loại hình du lịch giúp khách du lịch có được những trải nghiệm gần gũi với thiên nhiên, loại hình này thường gắn với du lịch mạo hiểm, bao gồm các hoạt động thể thao.
- **Kinh doanh:** Loại hình du lịch này bao gồm khách đi du lịch với mục đích chính là phục vụ cho các hoạt động kinh doanh, tham dự các cuộc họp, hội nghị và triển lãm. Hơn nữa, một ví dụ khác là khi các công ty tổ chức cho nhân viên đi nghỉ để thưởng cho những thành tích của họ.
- **Thăm hỏi bạn bè và người thân (VFR):** Du khách đi du lịch với mục đích chính là thăm hỏi bạn bè và người thân. Mục đích của chuyến đi có thể là để tham dự đám cưới, lễ kỷ niệm sinh nhật hoặc thậm chí là đám tang.

Những loại hình du lịch khác

- **Du lịch y tế:** Loại hình du lịch này bao gồm những người đi du lịch để vì mục đích chữa bệnh. Tuy nhiên, điểm đến thường là những khu suối nước nóng hay là những nơi có khí hậu trong lành để hồi phục sức khỏe.
- **Du lịch tôn giáo:** Du lịch tôn giáo là một phần của du lịch văn hóa. Nó được định nghĩa là du lịch hành hương, du lịch tâm linh hay những chuyến hành hương đến những nơi linh thiêng hoặc các di tích văn hóa v.v...²
- **Du lịch ẩm thực:** Mục đích chính của loại hình du lịch này là trải nghiệm các loại đồ ăn thức uống khác nhau.
- **Du lịch giáo dục:** Du khách đi du lịch với mục đích chính là giáo dục, để nghiên cứu, nâng cao trình độ chuyên môn, ví dụ như: tham gia vào các buổi hội thảo, các chuyến tham quan học tập hay các khóa đào tạo v.v...
- **Du lịch tình nguyện:** Loại hình du lịch này bao gồm các mục đích từ thiện hoặc tình nguyện, chẳng hạn như làm sạch môi trường, đi du lịch với mục đích hỗ trợ trong khu vực khủng hoảng hoặc sự giúp đỡ y tế ở các nước khác.

Ngành công nghiệp du lịch

Bảng dưới đây giới thiệu tổng quan về các sản phẩm du lịch chính và các ngành công nghiệp của các sản phẩm này:

CÁC SẢN PHẨM	CÁC VÍ DỤ
Dịch vụ lưu trú	Khu nghỉ dưỡng, khách sạn, ký túc xá và nhà trọ, v.v.
Dịch vụ về thực phẩm và đồ uống	Nhà hàng, quán bar, quán cà phê và quán rượu, v.v.
Dịch vụ vận tải	Dịch vụ đường sắt, đường bộ, đường thủy và đường không, bao gồm cả cho thuê.
Công ty lữ hành và đại lý du lịch	Tour trọn gói, hướng dẫn viên, các trung tâm thông tin, dịch vụ đặt phòng, v.v.
Điểm tham quan	Các trang web di sản văn hóa, bảo tàng, phòng trưng bày nghệ thuật, các khu bảo tồn, sự kiện thể thao, lễ hội, v.v.
Sản phẩm và dịch vụ phụ trợ	Thủ công mỹ nghệ, đồ lưu niệm, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, nguồn lực cơ sở hạ tầng, các dịch vụ an toàn và bảo mật v.v.

Phân tích thị trường

Là một trong những ngành kinh tế có tốc độ phát triển nhanh nhất trên thế giới, du lịch được xem là ngành thu hút nhiều lao động và là nguồn tạo việc làm và phát triển quan trọng, đặc biệt cho những người ít cơ hội tiếp cận với thị trường lao

¹ Xem bên trên

² Raj, R. & Morpeth, N. 2007, Du lịch tôn giáo và quản lý lễ hội hành hương. *Quan điểm quốc tế*, NXB CABI International, Wallingford

động như phụ nữ, lao động trẻ, lao động nhập cư và người dân nông thôn. Du lịch có thể đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế xã hội cũng như xóa đói giảm nghèo.

Toàn cầu

Nhìn chung lượt khách du lịch quốc tế trên toàn cầu đã cho thấy tốc độ tăng trưởng hầu như không bị gián đoạn: từ 25 triệu vào năm 1950, với 277 triệu trong năm 1980 lên đến 435 triệu vào năm 1990, với 675 triệu trong năm 2000, và 940 triệu hiện nay, theo Tổ chức du lịch thế giới của Liên Hợp Quốc (UNWTO).³

Lĩnh vực kinh tế, thu nhập xuất khẩu từ du lịch trong nước lên đến 3 tỷ USD mỗi ngày, và ngành công nghiệp này chiếm gần một phần ba xuất khẩu dịch vụ thương mại của thế giới. Như một mặt hàng xuất khẩu, du lịch trên toàn cầu đứng thứ tư sau nhiên liệu, hóa chất và các sản phẩm ô tô.⁴

Việt Nam

Du lịch đóng một vai trò quan trọng đến sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Theo Tổng cục Thống kê Việt Nam thì:

- Lượt khách quốc tế đã tăng hơn ba lần trong mười hai năm qua; từ 2,1 triệu trong năm 2000 lên tới 6,8 triệu vào năm 2012
- Du lịch trong nước đã tăng hơn gấp đôi từ 11,7 triệu năm 2000 lên 23 triệu trong năm 2009

Theo UNWTO, tốc độ tăng trưởng của lượt khách quốc tế đến Việt Nam là 8,9% trong thập kỷ qua đã vượt xa con số 3,4% trung bình trên toàn thế giới.

Hơn nữa, Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới dự đoán:

- Vào năm 2023, ngành du lịch sẽ tạo ra 2.307.000 việc làm trực tiếp (chiếm 4,1% tổng số việc làm), tăng 1,9% mỗi năm từ năm 2013⁵
- Tổng số đóng góp trực tiếp và gián tiếp của ngành công nghiệp du lịch đến việc làm sẽ tăng lên 1,4% năm đạt 4.648.000 việc làm trong năm 2023 (8,3% tổng số)⁶

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 của Chính phủ cũng cho thấy một triển vọng tích cực, và dự kiến:

- Doanh thu ngành du lịch tăng lên 18-19 tỷ USD vào năm 2020 (tăng 13,8% đến năm 2015, tăng 12% vào những năm sau đó).
- Đóng góp vào GDP tăng 6,5-7% trong cùng thời kỳ, với 42,5 tỷ USD trong thu hút vốn đầu tư.

Theo Tổng cục Thống kê Việt Nam, trong năm 2012, 10 thị trường nguồn hàng đầu về khách du lịch quốc tế đến Việt Nam chủ yếu đến từ khu vực Bắc Á - chiếm 72% tổng số khách quốc tế đến Việt Nam.

10 THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH HÀNG ĐẦU ĐẾN VIỆT NAM

1	Trung Quốc	1.428.693
2	Hàn Quốc	700.917
3	Nhật Bản	576.386
4	Mỹ	443.826
5	Đài Loan	409.385
6	Campuchia	331.939
7	Malaysia	299.041

³ UNWTO, năm 2011, *Những nét chính về du lịch*: Madrid, Spain

⁴ Xem bên trên

⁵ HD du lịch và lữ hành thế giới năm 2012, Tác động kinh tế của du lịch và lữ hành năm 2013: Vietnam, Vương quốc Anh

⁶ Xem bên trên

8	Úc	289.844
9	Thái Lan	225.866
10	Pháp	219.721

Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam, năm 2013

Tương lai của ngành du lịch Việt Nam cũng cho thấy dấu hiệu tươi sáng với Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 của Chính phủ dự kiến doanh thu du lịch tăng lên 18-19 tỷ USD vào năm 2020 (tăng 13,8% đến năm 2015, tăng 12% vào những năm sau đó), đóng góp vào GDP dự kiến tăng 6,5-7% trong cùng thời kỳ, và đạt 42.5 tỷ USD trong thu hút đầu tư.⁷

TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH

⁷ Chương trình ESRT năm 2013, Chiến lược marketing du lịch Việt Nam đến năm 2020 & kế hoạch hành động thời kỳ 2013-2015: Tóm tắt chính [bản dự thảo], Hanoi, Vietnam

Những tác động tích cực và tiêu cực của du lịch

	TÍCH CỰC	TIÊU CỰC
MÔI TRƯỜNG	<ul style="list-style-type: none"> Các kế hoạch quản lý chặt chẽ hơn đối với môi trường tự nhiên nhằm tạo hành lang quản lý và bảo vệ đầy đủ các hệ sinh thái nhạy cảm Nâng cao nhận thức của người dân địa phương và khách du lịch về các giá trị tự nhiên và tính nhạy cảm của hệ sinh thái để có những hành vi có trách nhiệm hơn Xây dựng các cơ sở xử lý nước thải và chất thải mà đối tượng hưởng lợi chính là khách du lịch và người dân địa phương Tái chế chất thải trong cả nước Ví dụ tích cực là du lịch có thể thiết lập nên những tiêu chuẩn bảo vệ môi trường cao hơn trong các công trình cũng như các hoạt động so với những lĩnh vực khác Đào tạo nhân viên để nâng cao nhận thức và trình độ của họ về các vấn đề bảo vệ môi trường có thể làm thay đổi thói quen trong cuộc sống hằng ngày của họ 	<ul style="list-style-type: none"> Sự phát triển của cơ sở hạ tầng ngành du lịch không theo quy định trong những hệ sinh thái nhạy cảm Những công trình với kiến trúc nghèo nàn hoặc bất hợp lý làm hỏng cảnh quan và phá hủy những giá trị không gian. Gây xáo trộn cuộc sống của các loài động vật hoang dã bởi những chuyến du lịch có tổ chức và của những du khách tò mò trong các vườn quốc gia Tiêu thụ nhiều nguồn điện năng, nguồn nước cho các hoạt động du lịch Ô nhiễm các dòng sông do thiếu các hệ thống xử lý chất thải từ khách sạn Du lịch khiến cho các hoạt động giao thông gia tăng (gây tiếng ồn, ô nhiễm không khí) ảnh hưởng xấu tới dân địa phương và động vật hoang dã
XÃ HỘI	<ul style="list-style-type: none"> Bổ trí lại vai trò giới nhằm tạo ra những cơ hội mới cho phụ nữ và thanh niên Các truyền thống văn hóa được lưu truyền trong cộng đồng và khuyến khích sự sáng tạo trong nghệ thuật Đầu tư mới/mở rộng các dịch vụ công cộng và tiện nghi Ổn định nền kinh tế Qua đó gia tăng sử dụng, bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa Nâng cao chất lượng giáo dục Khuyến khích sử dụng ngôn ngữ bản địa Đa dạng hóa sinh kế 	<ul style="list-style-type: none"> Bổ trí lại vai trò giới gây ra những xáo trộn trong xã hội Thương mại hóa những truyền thống và nền văn hóa Thay đổi tập quán văn hóa (ví dụ như nghệ thuật, nghề thủ công, trang phục, lễ hội) để đáp ứng nhu cầu du lịch thực sự hay nhận thức (tồn thất văn hóa) Làm trầm trọng hơn những bất bình đẳng hiện có của xã hội và tạo thêm những bất bình đẳng mới Tạo nên những quan niệm mới về đức hạnh, quan hệ gia đình, vui chơi giải trí trong tổ chức cộng đồng, dẫn đến xung đột giữa các cá nhân hoặc các nhóm xã hội. Các hành động vi phạm của người dân địa phương (vd. Xâm phạm vào các khu vực cấm) Mất ngôn ngữ Mất dần các giá trị văn hóa, tập quán bản địa do sự chi phối của giá trị tiền tệ
KINH TẾ	<ul style="list-style-type: none"> Kích thích / tăng cường nền kinh tế địa phương Tạo công ăn việc làm và công việc một cách trực tiếp và gián tiếp Tạo cơ hội cho các hoạt động kinh doanh Kích thích tăng trưởng các doanh nghiệp địa phương cả trực tiếp và gián tiếp Đầu tư cơ sở hạ tầng Tăng doanh thu thuế Cải thiện chất lượng cuộc sống Đa dạng hóa sinh kế 	<ul style="list-style-type: none"> Hoạt động du lịch được hưởng lợi từ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương mà không cung cấp phần lợi ích thích hợp cho người dân địa phương Tạo ra các căng thẳng xã hội từ tiền lương và thu nhập, gây bất bình đẳng giữa chủ và khách, trong cộng đồng riêng của mình, và giữa nam giới và phụ nữ (phụ nữ nắm giữ công việc tầm thường hơn, những công việc có mức lương thấp hơn) Tăng sự phụ thuộc kinh tế vào một khu vực hoặc thậm chí là vào một doanh nghiệp Làm tăng giá đất và chi phí nhà ở / sinh hoạt Tạo ra những giới hạn, lao động theo mùa vụ, không có tay nghề hoặc cơ hội phát triển thấp Gia tăng số người đi tìm việc, tỷ lệ thất nghiệp và gây ra căng thẳng xã hội Gây thất thoát bộ cao (% chi tiêu cho nền kinh tế địa phương chủ yếu là nhập khẩu) như: Nhập nguyên vật liệu thô và nguồn lao động bên ngoài, các công ty nước ngoài v.v. Khuyến khích sự thống trị của các công ty đa quốc gia hay "người có ảnh hưởng lớn tại địa phương" được hưởng tất cả hoặc phần lớn lợi ích từ các hoạt động du lịch

Nguồn: Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warmeant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S., and Seif, J. 2002, *Du lịch có trách nhiệm – Cẩm nang hướng dẫn cho Nam Phi*, Sở môi trường và du lịch, tháng 7/ 2002

Trong khi du lịch rõ ràng là một lĩnh vực đang phát triển mạnh mẽ đi kèm với một loạt các tác động tích cực, triển vọng của Việt Nam thì còn phải đối mặt với một tương lai chung của

ngành du lịch, mang đến một loạt các thách thức và rủi ro như:

- **Phát triển quá mức hoặc không đồng đều:** Việc lên kế hoạch và quản lý du lịch yếu kém có thể dẫn đến sự phát triển quá mức hoặc không đồng đều. Ví dụ như đầu tư hàng triệu đô la để xây dựng với mật độ dày đặc các tòa nhà dọc theo các bãi biển, bao quanh các khu vực nghèo đói cùng cực có thể thấy ở nhiều quốc gia trên thế giới. Phát triển du lịch như vậy góp phần dẫn đến chỉ làm mất đi sức hấp dẫn tự nhiên vốn có của nó - đó là lý do tại sao hầu hết khách du lịch chỉ đến đó duy nhất một lần.
- **Xung đột văn hóa: Thiếu thông tin, ấn tượng sai lầm,** thông tin sai lệch, giao tiếp kém và thiếu hiểu biết có thể dẫn đến các tình huống xung đột văn hóa theo đó du khách thiếu ý thức hoặc có những hành vi, cư xử lệch lạc như là họ đang ở nhà của mình và không theo bất kỳ chỉ tiêu của xã hội mà họ đến. Du lịch cũng có thể xâm lấn dần vào đời sống hàng ngày của người dân địa phương, dẫn đến mất đi sự riêng tư, và trong một số trường hợp có cảm thấy quá đông đúc, và cuối cùng là tạo ra cảm giác phản cảm đối với khách du lịch cũng như tới sự phát triển của ngành du lịch.
- **Cạnh tranh nguồn lực hạn chế:** Áp lực lớn đặt lên nguồn lực của địa phương như: Năng lượng, lương thực và nước uống. Hơn nữa việc gia tăng chất thải, rác thải có thể dẫn tới ô nhiễm nguồn nước, ô nhiễm không khí, tiếng ồn.
- **Phá hủy môi trường tự nhiên:** Việc mất kiểm soát ngành du lịch trong các khu vực được bảo vệ cũng có thể gây thiệt hại cho các hệ sinh thái tự nhiên dẫn đến tổn thất về đa dạng sinh học, xói mòn và các tác động khác.

UNEP cũng đã xác nhận một số tác động tiêu cực của việc hoạch định chính sách cũng như quản lý ngành du lịch yếu kém tới nền kinh tế:

- **Thất thoát nguồn thu:** Những khách sạn không thuộc địa phương sở hữu, các hãng hàng không quốc tế, thực phẩm và đồ uống nhập khẩu dẫn đến rò rỉ thu nhập tiềm năng của địa phương ra các khu vực bên ngoài.
- **Du lịch riêng biệt:** Cơ hội cho các doanh nghiệp địa phương kiếm được thu nhập từ khách du lịch có thể bị suy giảm nghiêm trọng khi du khách chọn những tour du lịch “trọn gói”, bao gồm: nơi ăn, ở và đi lại, tất cả thường được cung cấp bởi một nhà điều hành (ví dụ như khu nghỉ mát hoặc tàu du lịch).
- **Lạm phát:** Việc gia tăng nhu cầu đối với hàng hóa và dịch vụ từ khách du lịch có thể dẫn đến việc tăng giá. Các điểm du lịch đang bùng nổ cũng có thể làm tăng nhu cầu về bất động sản từ các nhà phát triển do đó làm tăng giá đất và người dân địa phương phải di dời do không có khả năng sống ở đó nữa.
- **Sự lệ thuộc về kinh tế:** Một số điểm du lịch có thể trở thành ngành công nghiệp chủ đạo ở địa phương, gây thiệt hại cho đa dạng hóa nền kinh tế khiến cho nền kinh tế dễ bị tổn thương bởi sự thay đổi do các cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, thiên tai, hoặc tình trạng bất ổn về chính trị và xã hội.
- **Thay đổi nhu cầu:** Kỳ nghỉ đi du lịch thường liên hệ với các mùa khiến cho môi trường làm việc của lực lượng lao động trong ngành du lịch bấp bênh: công việc, thu nhập không ổn định, gây khó khăn trong việc đào tạo và trợ cấp y tế liên quan đến việc làm, điều kiện làm việc và nhà ở không đạt yêu cầu.

NGUYÊN TẮC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

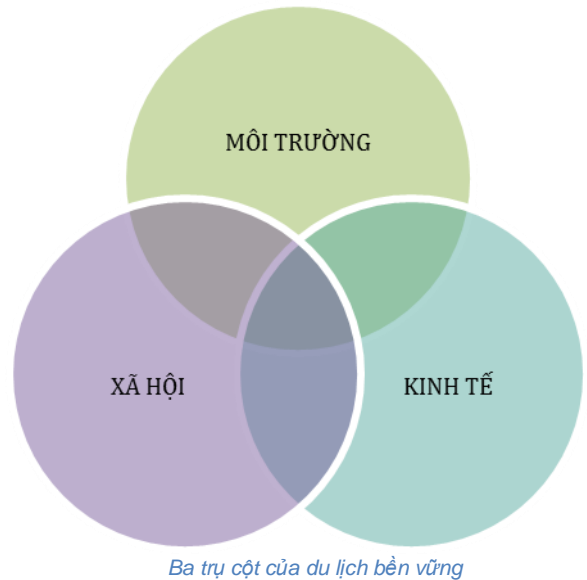
Du lịch có trách nhiệm là hướng đi mới cho tất cả những người làm trong ngành du lịch nhằm giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch và gia tăng tác động tích cực của nó.

Hơn nữa, du lịch có trách nhiệm là một cách tiếp cận để quản lý và tiến hành du lịch và không phải là một điểm đến, kết quả của Du lịch có trách nhiệm là nơi tốt hơn cho mọi người để sống, cho mọi người đến tham quan, và thước đo của sự thành công là thu nhập cao hơn, công ăn việc làm thỏa đáng hơn, các cơ sở văn hóa, xã hội, tự nhiên được cải thiện.

Ba mục tiêu nền tảng

Cốt lõi của Du lịch có trách nhiệm là những nguyên tắc của du lịch bền vững, mà theo Chương trình Môi trường Liên Hợp Quốc và Tổ chức Du lịch Thế giới, nhằm mục đích:

1. Tận dụng tối ưu các nguồn tài nguyên **môi trường** tạo thành một yếu tố quan trọng trong phát triển du lịch, duy trì quá trình sinh thái quan trọng và giúp đỡ để bảo tồn di sản thiên nhiên và đa dạng sinh học.



2. Tôn trọng tính xác thực **văn hóa xã hội** của cộng đồng địa phương, bảo tồn những công trình, di sản văn hóa sống và những giá trị truyền thống của họ, và đóng góp vào sự hiểu biết và khoan dung của liên văn hóa.
3. Đảm bảo khả thi, lợi ích **kinh tế** lâu dài cho tất cả các bên có liên quan được phân phối một cách công bằng, trong đó có việc làm ổn định cơ hội tạo thu nhập và các dịch vụ xã hội cho các địa phương, cùng với đó là góp phần xóa đói giảm nghèo.

Ai chịu trách nhiệm?

Mặc dù vậy Du lịch có trách nhiệm không chỉ là việc đạt được tính bền vững, nó còn đòi hỏi tất cả chúng ta, từ khách du lịch các nhà quản lý và nhân viên trong nhà hàng, khách sạn, đến các cơ quan quản lý du lịch, cần tham gia tích cực hơn trong việc tạo ra các thay đổi tích cực qua việc ra quyết định và thực hiện chúng để tối đa hóa lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường và giảm thiểu tác động tiêu cực liên quan.

Chìa khóa cho sự thành công của Du lịch có trách nhiệm trước hết, là trách nhiệm của tất cả các bên liên quan. Mỗi một quyết định mà chúng ta thực hiện hàng ngày có thể có tác động đến con người và môi trường xung quanh. Để thực hiện du lịch có trách nhiệm yêu cầu chúng ta phải được dẫn dắt bởi chính lương tâm, đạo đức và pháp luật trong xã hội chúng ta, để đưa ra các quyết định khi cả nhà cung cấp lẫn

người tiêu dùng du lịch sẽ có lợi ích rõ ràng tích cực nhất đối với con người và môi trường xung quanh.

Tóm lại, ngành Du lịch đòi hỏi chúng ta phải chịu trách nhiệm về chính những hành động của chúng ta (và cả những thiếu sót), để có thể hành động, và thu lại những điều khác biệt tích cực.

Du lịch với mọi người

Một khía cạnh cụ thể của trách nhiệm trong du lịch liên quan đến việc đảm bảo cho mọi người đều có cơ hội để đi du lịch đến các quốc gia, trong nước, hay bất cứ nơi nào, với những sự kiện thu hút họ đến tham quan. Để đảm bảo du lịch có thể dễ dàng tiếp cận đến tất cả, Tổ chức Du lịch Thế giới của Liên Hiệp Quốc đã phát triển một bộ tiêu chí về các thực tiễn tốt cho các nhà điều hành du lịch và các điểm đến:⁸

- **Thông tin du lịch và công chúng:** Cung cấp dấu hiệu của các dịch vụ dễ tiếp cận và sử dụng các biểu tượng mang tính quốc tế; Cung cấp danh sách các dịch vụ hỗ trợ cho du khách khuyết tật tại khu vực lễ tân (ví dụ như các nhà cung cấp và nhà phân phối các dịch vụ y tế chuyên ngành); Bao gồm dữ liệu về mức độ tiếp cận của các thiết bị và dịch vụ trong hệ thống đặt phòng;
- **Đầu tư nguồn lực con người:** Đào tạo nhân viên giao tiếp và giúp đỡ các khách hàng khuyết tật với các dịch vụ và các cơ sở vật chất liên quan có sẵn;
- **Cơ sở vật chất và các điểm du lịch:** Cung cấp những khu vực đậu xe được đánh dấu rõ ràng, cả những điểm xuống, điểm đến cho xe của những người khuyết tật, Các ký hiệu, điểm đánh dấu phải dễ hiểu; phòng vệ sinh, bồn rửa phải tiện dụng, đảm bảo không tăng giá các dịch vụ đối với người khuyết tật; dịch vụ đưa đón tận điểm đầu mỗi giao thông cho người khuyết tật;
- **Các cơ sở lưu trú:** Phân bổ các phòng được thiết kế đặc biệt cho những người phải ngồi xe lăn (ví dụ như cho phép khách hàng chuyển động, nắm bắt, định vị, giao tiếp dễ dàng và độc lập, cung cấp hệ thống báo động cho du khách khiếm thính v.v.); hành lang và lối đi có thể chứa xe lăn;
- **Các cơ sở vật chất phục vụ ăn uống:** Nhà hàng, quán cà phê và các quán bar cần có các cơ sở vật chất tiện dụng như: đồ nội, ngoại thất được thiết kế sao cho tiện dụng với người khuyết tật, thực đơn dễ hiểu, phòng vệ sinh tiện sử dụng;
- **Bảo tàng và các công trình hấp dẫn du lịch khác:** Có đường dốc hoặc thang máy, thông tin được thông báo ở cả hình thức văn bản và âm thanh, nhân viên phục vụ phải được đào tạo để có thể chăm lo đến người khuyết tật;
- **Du ngoạn:** Xe buýt tham quan phải có khả năng giúp đỡ người khuyết tật, và cung cấp cả những thông tin bằng âm thanh lẫn hình ảnh và các thiết bị hỗ trợ khác cho người khiếm thị và khiếm thính cũng như những phiên dịch viên phục vụ cho đối tượng du khách này.

LỢI ÍCH CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Nói chung, du lịch có trách nhiệm liên hệ trực tiếp tới lợi ích của các điểm du lịch bền vững, thể hiện qua việc môi trường sạch hơn, trong lành hơn, nền văn hóa mạnh mẽ và sôi động với ít cuộc xung đột văn hóa, và những người nhận được lợi ích kinh tế từ nó phân bố rộng rãi hơn.

⁸ Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) 1991, báo cáo “Các cơ hội về hoạt động du lịch cho nhóm người khuyết tật trong thập niên 90”, Xem thêm trên trang web: www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ares578xviiideclarationfacilitation2009en.pdf (Accessed 30/07/2013)

Lợi ích cho doanh nghiệp

Ngoài các lợi ích trên, đây cũng là một kế hoạch dài hạn mạnh mẽ cho khu vực tư nhân để thực hiện các nguyên tắc và thực hành Du lịch có trách nhiệm:

- **Đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng:** Bằng cách tiếp cận Du lịch có trách nhiệm bạn đang đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho các công ty có chính sách đạo đức, nhân viên được trả lương công bằng, được cung cấp điều kiện làm việc tốt, hòa nhập với văn hóa, và không gây hại cho môi trường.
- **Tăng giá trị sản phẩm:** Người tiêu dùng cảm thấy tốt khi mà họ đang góp phần tích cực vào việc bảo vệ môi trường, hỗ trợ người dân địa phương về kinh tế và xã hội. Tuân theo các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm sẽ nâng cao danh tiếng của bạn và giúp bạn nổi bật so với các đối thủ cạnh tranh.
- **Hỗ trợ cộng đồng:** Bằng cách thực hiện các biện pháp có thể chứng minh là bảo vệ môi trường và người dân cũng nền kinh tế địa phương được hưởng những lợi ích tích cực, bạn sẽ được sự ủng hộ thuận lợi hơn từ các doanh nghiệp, cộng đồng và chính phủ địa phương, từ đó tạo điều kiện tốt để bạn có thể tiếp tục công việc kinh doanh.
- **Tạo ra những chú ý tích cực từ cơ quan truyền thông:** Là một nhà điều hành có trách nhiệm có thể tạo ra sự chú ý tích cực của các phương tiện truyền thông điều đó sẽ giúp thúc đẩy doanh số bán hàng và tạo thêm nhiều cơ hội kinh doanh hơn nữa.
- **Giúp tiết kiệm tiền:** Việc sử dụng hiệu quả nguồn năng lượng giúp bạn tiết kiệm chi phí. Thực hiện các điều kiện làm việc tốt dẫn đến một lực lượng lao động vui vẻ hơn và tăng năng suất. Bảo tồn khu vực tự nhiên trong các điểm du lịch dẫn đến việc gia tăng tỉ lệ trở lại của du khách và bảo vệ các mối quan hệ của doanh nghiệp về lâu dài.
- **Giúp giữ chân nhân viên:** Thực hiện một kế hoạch có trách nhiệm tạo ra niềm tự hào trong kinh doanh và giúp bạn thu hút và giữ nhân viên do đó làm giảm lượng nhân viên phải thay thế và chi phí đào tạo nguồn nhân lực mới.

Lợi ích cho khách hàng

Ngoài các lợi ích nói trên Du lịch có trách nhiệm giảm thiểu tác động tiêu cực về kinh tế, xã hội, môi trường và tối đa hóa các tác động tích cực khác. Theo như nghiên cứu của tổ chức SNV về “*thị trường cho các sản phẩm du lịch có trách nhiệm*”,^[1] đã xác định các lợi ích sau:

- **Xác định mục tiêu cụ thể:** Khái niệm về Du lịch có trách nhiệm đem đến cho các nhóm nhân khẩu phương Tây như “nhóm Bùng nổ dân số” (thế hệ sinh ra trong giai đoạn 1961-1981), rồi thế hệ “Gien X” và “Gien Y” (sinh ra giữa giai đoạn 1961-1981 và 1980-2001), những trải nghiệm du lịch đáp ứng các nguyên tắc ngày càng cao về xã hội và môi trường.
- **Trở lại với thiên nhiên:** Du lịch có trách nhiệm mang đến các loại hình du lịch gắn với thiên nhiên, gần gũi với thiên nhiên thông qua các hoạt động ngoài trời như đi bộ đường dài, cắm trại, quan sát động vật hoang dã, đi xe đạp, thể thao dưới nước và có sự tiếp xúc với cộng đồng dân cư địa phương.

^[1] SNV, báo cáo *Thị trường cho các sản phẩm du lịch có trách nhiệm*, 2009.

- **Trải nghiệm đích thực:** Du lịch có trách nhiệm mang đến cho du khách trải nghiệm về các nền văn hóa và thiên nhiên "đúng nghĩa" hay "đích thực" hay "đậm chất địa phương" đáp ứng mong mỏi của khách du lịch, như các buổi biểu diễn văn hóa đầy đủ các nét truyền thống thay vì những màn trình diễn thương mại, hoặc được nhìn ngắm các động vật hoang dã trong môi trường sống tự nhiên của chúng thay vì môi trường nuôi nhốt.
- **Là những du khách trách nhiệm:** Du lịch có trách nhiệm đề cao ý thức "bảo vệ môi trường", giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường và cộng đồng địa phương; hỗ trợ, mang lại các cơ hội về việc làm và điều kiện làm việc cho người dân bản địa tham gia trong việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ được tiêu thụ trong quá trình đi du lịch.
- **Là những du khách có tâm:** Các sản phẩm về du lịch có trách nhiệm tạo ra các cơ hội để người đi du lịch có thể đóng góp hỗ trợ tình nguyện địa phương nơi mình tham quan về mặt tài chính cũng như chuyên môn cho cộng đồng cũng như môi trường tại điểm tham quan.

Các lợi ích đối với người dân địa phương

- **Quảng bá được các giá trị văn hóa cũng như tự nhiên của địa phương mình:** Nâng cao nhận thức về tài nguyên văn hóa cũng như tự nhiên bản địa sẽ giúp người dân địa phương gìn giữ và bảo tồn được các giá trị văn hóa và thiên nhiên của địa phương mình.
- **Tạo ra được nguồn thu phục vụ công tác bảo tồn:** Phát triển du lịch là một trong những nguồn thu quan trọng đóng góp cho công tác bảo tồn và gìn giữ các giá trị văn hóa cũng như tự nhiên thông qua các hoạt động tham quan du lịch như bán vé tham quan, vv. Thêm vào đó, nguồn thu từ du lịch có thể đóng góp cho các đầu tư về con người – đào tạo, tập huấn nâng cao nhận thức, kiến thức cho người dân địa phương để quản lý tài nguyên của chính họ một cách bền vững.
- **Phát triển cơ sở hạ tầng:** Phát triển du lịch sẽ hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng của địa phương (như đường xá, trường học, bệnh viện, thông tin, nguồn nước sạch, vv). Các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường trong xây dựng và tổ chức của các hoạt động du lịch cũng khuyến khích các ngành nghề khác hoạt động thân thiện với môi trường hơn.
- **Vai trò của giới:** Mang lại các cơ hội việc làm cho phụ nữ và thanh niên. Đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn như nhân viên lễ tân, nấu ăn, dọn dẹp là những công việc phù hợp với phụ nữ và người trẻ tuổi.
- **Tạo động lực kinh doanh:** Hỗ trợ nền kinh tế địa phương trên nhiều lĩnh vực, tạo cơ hội cho các hoạt động kinh doanh liên quan, và kích thích tăng trưởng kinh doanh địa phương một cách trực tiếp và gián tiếp.
- **Các cơ hội kinh tế:** Tạo ra các cơ hội trực tiếp và gián tiếp về việc làm, thu nhập, trao đổi tiền tệ cũng như các khoản thuế đóng góp cho chính quyền địa phương.
- **Du lịch dựa vào cộng đồng:** Hỗ trợ/tạo môi trường để cộng đồng tham gia một cách chủ động vào các hoạt động du lịch, để tạo ra các nguồn thu từ hoạt động du lịch, thông qua đó góp phần xóa đói giảm nghèo cho cộng đồng địa phương.

KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM: TUYÊN BỐ CAPE TOWN

Phần này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản của Du lịch có trách nhiệm cũng như việc ứng dụng thực tế các nguyên tắc này như thế nào.

THỰC TIỄN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM: TUYÊN BỐ CAPE TOWN

Trong năm 2002, đại diện ngành du lịch từ 20 quốc gia ở châu Phi, Bắc và Nam Mỹ, châu Âu và châu Á cũng như Tổ chức Du lịch Thế giới và Chương trình Môi trường Liên hợp quốc đã họp tại Cape Town, Nam Phi. Đây là Hội nghị quốc tế lần thứ nhất về Du lịch có trách nhiệm tại điểm đến. Các kết quả của Hội nghị sau này sẽ trở thành một trong những nguyên tắc chủ đạo chính của Du lịch có trách nhiệm. Trong Tuyên bố Cape Town các nguyên tắc chủ đạo cho việc thực hiện du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến đã được xác định bao gồm:

Các Nguyên tắc chủ đạo về Trách nhiệm Xã hội

1. Cộng đồng địa phương chủ động tác động vào việc lập kế hoạch, ra quyết định và xây dựng năng lực để biến du lịch có trách nhiệm thành hiện thực.
2. Đánh giá các tác động xã hội trong suốt vòng đời hoạt động - bao gồm cả giai đoạn quy hoạch và thiết kế dự án - để giảm thiểu các tác động tiêu cực và tối đa hóa những tác động tích cực.
3. nỗ lực biến du lịch như một trải nghiệm xã hội toàn diện và đảm bảo rằng mọi người đều có quyền tham gia, đặc biệt là các cá nhân và cộng đồng dễ bị tổn thương và gặp khó khăn.
4. Chống bóc lột tình dục, đặc biệt là bóc lột trẻ em.
5. Quan tâm văn hóa địa phương sở tại, duy trì và khuyến khích sự đa dạng xã hội và văn hóa.
6. Nỗ lực để đảm bảo rằng du lịch góp phần cải thiện sức khỏe và giáo dục.

Các Nguyên tắc chủ đạo về Trách nhiệm Môi trường

1. Đánh giá tác động môi trường trong suốt vòng đời của các cơ sở và các hoạt động du lịch - bao gồm cả giai đoạn quy hoạch và thiết kế, đảm bảo giảm thiểu các tác động tiêu cực và tối đa hóa những tác động tích cực.
2. Sử dụng nguồn tài nguyên một cách bền vững, giảm chất thải và sự tiêu thụ quá mức.
3. Quản lý đa dạng tự nhiên một cách bền vững, và khi thích hợp thì khôi phục lại sự đa dạng này; cân nhắc quy mô và loại hình du lịch mà môi trường có thể hỗ trợ, và tôn trọng sự toàn vẹn của hệ sinh thái để bị tổn thương và các khu vực cần được bảo vệ.
4. Tăng cường giáo dục và nâng cao nhận thức của các đối tác cho sự phát triển bền vững.
5. Nâng cao năng lực của mọi đối tác và đảm bảo tiến hành theo mô hình điển hình, tham khảo ý kiến các chuyên gia môi trường và bảo tồn.

Các Nguyên tắc chủ đạo về Trách nhiệm Kinh tế

1. Đánh giá tác động kinh tế trước khi phát triển du lịch và ưu tiên tiến hành những hình thức phát triển mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương và giảm thiểu tác động tiêu cực đến sinh kế của người dân địa phương, nhìn nhận rằng du lịch có thể không phải lúc nào cũng là hình thức thích hợp nhất cho phát triển kinh tế địa phương.
2. Tối đa hoá lợi ích kinh tế địa phương bằng cách tăng cường các mối liên kết và giảm bớt các kẽ hở, bằng cách bảo đảm rằng các cộng đồng cùng tham gia và hưởng lợi từ du lịch. Sử dụng du lịch để hỗ trợ giảm nghèo bằng cách áp dụng các chiến lược vì người nghèo ở bất cứ nơi nào có thể.
3. Phát triển sản phẩm có chất lượng giúp mang lại, bổ sung và tăng cường cho các điểm đến.
4. Tiếp thị du lịch theo cách mang lại sự toàn vẹn tự nhiên, văn hóa và xã hội của điểm đến.
5. Thực hiện kinh doanh công bằng, giá mua và giá bán hợp lý, xây dựng mối quan hệ đối tác đa chiều để giảm thiểu và chia sẻ nguy cơ, tuyển dụng và sử dụng nhân viên đạt các tiêu chuẩn lao động quốc tế.
6. Hỗ trợ thích hợp và đầy đủ cho các doanh nghiệp vừa, nhỏ và vi mô để đảm bảo các doanh nghiệp có liên quan đến du lịch cùng phát triển mạnh và bền vững.



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 2

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi hoàn thành bài này, học viên sẽ có thể:

- Giải thích tầm quan trọng của việc thực hiện phân tích thị trường sản phẩm
- Xác định các phương pháp thu thập thông tin thị trường
- Giải thích cách thực hiện đánh giá thị trường chiến lược
- Giải thích cách thực hiện phân tích sản phẩm bao gồm việc đánh giá các khía cạnh chức năng và các loại hình (đặc điểm) của các sản phẩm du lịch và các gợi ý để phát triển
- Giải thích cách kết hợp các thị trường với các cơ hội phát triển sản phẩm và các mục tiêu phát triển
- Giải thích cách thực hiện đánh giá sản phẩm Du lịch có Trách nhiệm và phân tích các kết quả để xác định các điểm có thể cần can thiệp
- Liệt kê các cách thực hiện phối hợp giữa các bên liên quan và phát triển kế hoạch hành động chiến lược

Mục lục

SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?	2
TẦM QUAN TRỌNG CỦA PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐƯỢC NGHIÊN CỨU KỸ VÀ CÓ TÍNH THƯƠNG MẠI	2
Sử dụng thông tin thị trường.....	2
Đánh giá các đặc điểm của thị trường.....	2
CHỨC NĂNG SẢN PHẨM DU LỊCH	3
CÁC LOẠI HÌNH SẢN PHẨM DU LỊCH VÀ NHỮNG LIÊN QUAN KHI PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM.....	3
KẾT NỐI THỊ TRƯỜNG VỚI CÁC CƠ HỘI PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN.....	4
1. Thâm nhập và phát triển thị trường.....	4
2. Phát triển và đa dạng hóa sản phẩm	4
ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG BỀN VỮNG CỦA SẢN PHẨM DU LỊCH.....	5
SỰ PHỐI HỢP GIỮA CÁC BÊN LIÊN QUAN	6
Xác định mục tiêu và hành động	6
Quản lý sự hợp tác.....	7
CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG	7
Kế hoạch hành động phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm	8

SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?

Một sản phẩm du lịch đối với người đi du lịch là sự tổng hợp của những trải nghiệm có được trong suốt kỳ nghỉ, trong đó có thể bao gồm các yếu tố như nơi lưu trú, nhà hàng, các điểm hấp dẫn văn hóa và tự nhiên cùng các lễ hội và sự kiện. Theo UNEP, mọi sản phẩm du lịch bao gồm ba thành tố (1):

1. **sự trải nghiệm:** Lễ hội, các sự kiện và hoạt động cộng đồng, ẩm thực và giải trí, mua sắm, an toàn, dịch vụ
2. **cảm xúc:** các nguồn lực về con người, văn hóa và lịch sử, lòng hiếu khách
3. **vật chất:** cơ sở hạ tầng, tài nguyên thiên nhiên, nơi lưu trú, nhà hàng

Các điểm hấp dẫn trong sản phẩm du lịch có thể bao gồm các yếu tố thiên nhiên, lịch sử, di sản văn hóa, môi trường nhân tạo và người dân tại các điểm đến, cũng như các hoạt động như leo núi, chèo thuyền và tham gia một khóa học nấu ăn.

Chính vì vậy, phát triển sản phẩm du lịch là quá trình phát triển những tài sản của một điểm đến thành sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm. Quá trình đó phản ánh nhu cầu thư giãn, giải trí của khách du lịch.

Áp dụng phương pháp du lịch có trách nhiệm cũng yêu cầu tập trung vào việc khuyến khích các nhóm có liên quan và đưa ra được những hành động rõ ràng và khả thi mà các nhóm đó có thể đảm nhận trách nhiệm và cùng làm việc để đạt được kết quả có lợi chung.

TẦM QUAN TRỌNG CỦA PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐƯỢC NGHIÊN CỨU KỸ VÀ CÓ TÍNH THƯƠNG MẠI

Du lịch có trách nhiệm được cấu thành bởi các nguyên tắc của phát triển bền vững, trong đó phát triển kinh tế bền vững là một yếu tố quan trọng cần được xem xét trước các yếu tố xã hội và môi trường.

Để phát triển các sản phẩm mang tính thương mại, điều cần thiết trước tiên là phải hiểu nhu cầu của các thị trường. Những sản phẩm không đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch thường dẫn tới việc trải nghiệm không thỏa mãn, tỉ lệ thu hút khách quay lại thấp và ít cơ hội giới thiệu về điểm đến cho khách tiềm năng, làm ảnh hưởng tới khả năng sinh lợi của sản phẩm trong tương lai.

Tiến hành nghiên cứu thị trường sẽ dẫn tới sự hiểu biết về các đặc điểm và nhu cầu của thị trường đó. Những thông tin cần thiết để tìm hiểu bản chất của các thị trường bao gồm:

- **Mức phát triển của thị trường:** tổng số khách của các thị trường nguồn, độ lớn của thị trường và các xu hướng và sở thích.
- **Động cơ và nhu cầu:** Hiểu biết về các trải nghiệm mà khách du lịch mong muốn tìm kiếm
- **Cách đi du lịch:** Hiểu biết về các phương tiện đi lại, sự linh hoạt và độ dài lưu trú của các thị trường nguồn quan trọng.
- **Khả năng chi trả:** Khách có khả năng chi trả cao hay thấp, vào việc gì và bao nhiêu trong số đó góp phần vào sự phát triển của địa phương.

Khi tiến hành nghiên cứu thị trường để phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm cần phải xác định thị trường/ phân khúc thị trường nhằm đem lại lợi ích tốt nhất và tiềm năng cho điểm đến, và các đặc điểm và thông tin về các phân khúc thị trường có tiềm năng lớn trong việc đóng góp cho các mục tiêu phát triển bền vững của điểm đến.

Sử dụng thông tin thị trường

Thu thập thông tin thị trường là yếu tố căn bản của nghiên cứu thị trường và việc phát triển các sản phẩm mang tính thương mại. Ba phương pháp dùng để thu thập và phân tích thông tin thị trường bao gồm:

1. **Tổng quan và phân tích các xu hướng du lịch:** Phân tích các xu hướng chính và mới nổi của thế giới và trong vùng.
2. **Điều tra khách du lịch:** Được thực hiện tại điểm đến để có hiểu biết cụ thể về nhu cầu của thị trường và mức độ hài lòng của khách.
3. **Nghiên cứu cạnh tranh:** Nhằm tìm hiểu về các điểm đến cạnh tranh và để xác định các yếu tố bán hàng đặc trưng của điểm đến.

Đánh giá các đặc điểm của thị trường

Sau khi được thu thập, thông tin cần được đánh giá nhằm xác định cơ hội của thị trường đó dựa vào các trải nghiệm mong muốn của các phân khúc thị trường. Những trải nghiệm mong muốn phản ánh các đặc điểm, các nhân tố kích thích và mong muốn của việc chọn lựa khi đi du lịch. Những trải nghiệm đó có thể bao gồm:

- **Các đặc điểm:** các hình thức và phương tiện di chuyển (ví dụ: theo nhóm có tổ chức/gia đình/cá nhân, độ dài lưu trú điển hình, các hành trình yêu thích và các điểm đến khác mà khách có ý định đến thăm).
- **Động cơ:** Các động cơ có ảnh hưởng tới các chọn lựa khi đi du lịch của phân khúc thị trường có thể phản ánh qua loại trải nghiệm khách du lịch tìm kiếm, có thể là thư giãn, mạo hiểm, học hỏi, giao lưu... Trong khi khách du lịch cá nhân thường thể

hiện các yếu tố khác nhau, các nhân tố kích thích của các phân khúc thị trường khác thường được xác định khá dễ dàng.

- **Kỳ vọng:** Phân khúc thị trường đó kỳ vọng gì đối với chất lượng của cơ sở vật chất và dịch vụ, tiện nghi... là vấn đề quan trọng trong việc tìm hiểu những loại sản phẩm phù hợp nhất.

- **Phát triển các cụm sản phẩm:** Nhóm các điểm hấp dẫn và các hoạt động hoạt động trong một vùng địa lý hoặc một chủ đề hoặc sở thích (ví dụ: căn cứ điểm cho leo núi).
- **Các sản phẩm phụ trợ:** Các sản phẩm tiếp nhận du khách vì địa điểm đó liên quan tới các trung tâm du lịch hoặc là một phần của một cụm các sản phẩm hỗ trợ hoặc điểm dừng trong tuyến/vòng du

Đặc điểm các phân khúc thị trường khách du lịch chính ở Việt Nam

THỊ PHẦN	LOẠI KHÁCH	ĐẶC ĐIỂM	ĐỘNG LỰC	MONG MUỐN
Khách đi nghỉ	Quốc tế chặng ngắn	Du lịch theo nhóm có tổ chức hay cùng gia đình và bạn bè. Chuyến đi ngắn, ít điểm dừng chân	Nghỉ ngơi, giải trí, thăm các cảnh đẹp chính, mua sắm	Đồ ăn và cơ sở lưu trú thượng hạng
Khách đi công tác kết hợp giải trí	Quốc tế chặng ngắn	Các khách du lịch cá nhân và người đi công tác độc lập, đưa thêm các hoạt động du lịch vào chuyến đi	Giải trí, thăm các cảnh đẹp chính, nghỉ ngơi	Sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, dễ đi lại
Khách đi lần đầu tiên	Quốc tế chặng dài	Cá nhân hay nhóm đi du lịch từ một tuần trở lên, sử dụng nhiều hình thức đi lại khác nhau và tới nhiều điểm đến	Thăm các cảnh đẹp chính, các đặc điểm văn hóa và tự nhiên	Đồ ăn ngon, dịch vụ lưu trú đầy đủ, giá phải chăng, đa dạng
Khách đi lần thứ hai trở đi + tránh đám đông	Quốc tế chặng dài	Cá nhân hay nhóm nhỏ đi du lịch – thường là tự tổ chức từ một tuần trở lên, thường dừng chân lâu hơn ở ít số điểm đến hơn	Trải nghiệm thực tế và các hoạt động cụ thể (như đi trekking, vào hang động)	Dịch vụ lưu trú đầy đủ, đồ ăn ngon, dịch vụ tốt, trải nghiệm riêng biệt và nguyên bản
Khách đi nghỉ	Nội địa	Đi du lịch với gia đình, trong dịp nghỉ lễ của cả nước hay trong dịp nghỉ hàng năm	Nghỉ ngơi, thăm các cảnh đẹp chính	Đồ ăn ngon, dịch vụ lưu trú đầy đủ, cơ hội mua sắm, giá phải chăng
Phượt	Nội địa	Cá nhân hay nhóm nhỏ đi du lịch, thường là đi bằng xe máy	Tìm kiếm các hoạt động khác lạ và các địa điểm chưa chịu tác động của du lịch	Dịch vụ lưu trú đầy đủ, đồ ăn đủ, nguyên bản
Khách đi trong ngày	Nội địa	Cá nhân đi du lịch cùng gia đình hay bạn bè bằng phương tiện cá nhân trong ngày, thường vào dịp cuối tuần hay dịp nghỉ lễ của cả nước	Nghỉ ngơi, giải trí, thăm các cảnh đẹp chính	Đồ ăn ngon, dịch vụ tốt, dễ đi lại

Đánh giá kết quả nghiên cứu thị trường đem đến những dấu hiệu ban đầu về các loại trải nghiệm khác mà các phân khúc thị trường khác nhau đang tìm kiếm, và biến chúng thành những sản phẩm mà địa điểm đó nên phát triển.

CHỨC NĂNG SẢN PHẨM DU LỊCH

Hiểu biết về chức năng của các loại sản phẩm du lịch khác nhau sẽ giúp các nhà quản lý điểm đến đưa ra những sản phẩm du lịch hoạt động có hiệu quả và các lĩnh vực phát triển.

- **Sản phẩm tiêu biểu:** Các địa điểm đủ hấp dẫn để trở thành mục đích chính/địa điểm chính của du khách. Xác định sản phẩm mang tính toàn thể của một vùng.
- **Phát triển các trung tâm đầu mối du lịch:** Các điểm hậu cần nơi du khách tập trung và là nơi chung chuyển tới các địa điểm hoặc hoạt động khác (ví dụ: nơi giao nhau của các tuyến vận tải, hoặc địa điểm cung cấp các dịch vụ du lịch cần thiết).

- **Các tuyến du lịch:** Các tuyến du lịch nối các chủ đề hoặc sở thích, hoặc kết nối một chuỗi các trung tâm du lịch hoặc điểm hấp dẫn du lịch.
- **Lễ hội và sự kiện:** Rất hữu ích trong việc giảm sự mất cân bằng mùa vụ, cải thiện hình ảnh ra thế giới hoặc thu hút phân khúc khách mà các điểm hấp dẫn của điểm đến không có sức thu hút.

CÁC LOẠI HÌNH SẢN PHẨM DU LỊCH VÀ NHỮNG LIÊN QUAN KHI PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM

Các đặc điểm về lối hành, động cơ và kỳ vọng của các phân khúc thị trường được phản ánh trong các loại hình sản phẩm du lịch với mỗi đặc điểm đều mang các hàm ý cho sự phát triển. Các loại hình chung của các sản phẩm du lịch phù hợp cho Việt Nam bao gồm:

- **Sản phẩm mang tính giải trí và thư giãn:** Mua sắm, quang cảnh cuộc sống ban đêm, thể thao, thư giãn, khu vực và công viên giải trí.

- **Sản phẩm du lịch văn hóa:** ẩm thực địa phương, lịch sử, các dân tộc thiểu số, nghệ thuật.
- **Sản phẩm du lịch thiên nhiên:** Các hoạt động diễn ra trong môi trường tự nhiên, nhẹ nhàng hoặc có độ khó hơn tùy thuộc vào yêu cầu thể lực khi tham gia những hoạt động đó.
- **Sản phẩm du lịch giáo dục:** Dành cho du khách tìm kiếm hiểu biết sâu rộng về văn hóa, lịch sử, khoa học tự nhiên.

Thông thường cá nhân hoặc nhóm thị trường sẽ chọn một vài hình thái sản phẩm du lịch khác nhau khi tới thăm một địa điểm. Các sở thích của một thị phần có thể được xác định bởi một hoặc hai loại sản phẩm chính, với loại sản phẩm tiếp theo có tính hấp dẫn như là các điểm hấp dẫn thứ cấp.

Công tác kết hợp giải trí	•	•	•	•		•
Khách lần đầu	•	•	•			
Khách trở lại và khách tránh sự đông đúc	•		•	•		
Khách đi nghỉ			•	•	•	•

Các phân khúc thị trường Việt Nam và các loại hình sản phẩm

Việc xem xét sự ảnh hưởng phát triển của từng loại sản phẩm cụ thể có thể xác định sản phẩm nào phù hợp với nhu cầu thị trường và phát triển tiềm năng của một vùng, ngoài ra còn có thể dự đoán được những ảnh hưởng tới đời sống và sự phát triển bền vững của địa phương, có liên quan tới quá trình thực hiện những mục tiêu của du lịch có trách nhiệm.

Hai cách phát triển sản phẩm phù hợp với tình hình Việt Nam, mỗi cách đều có ưu nhược điểm riêng, bao gồm:

1. Thâm nhập và phát triển thị trường

- **Thâm nhập thị trường:** Đòi hỏi ít đổi mới và đầu tư. Phù hợp với các điểm đến mới nổi với ngân sách hạn chế và ít rủi ro. Có thể không phù hợp nếu việc thâm nhập vào các thị trường hiện tại của sản phẩm hoặc dịch vụ đó đã ở mức cao.
- **Phát triển thị trường:** Là một cách tiềm năng nếu sản phẩm du lịch sẵn có hấp dẫn thị trường mới hoặc mới nổi.

Nghiên cứu tình huống: Trải nghiệm nghỉ tại nhà dân ở Bản Dọi, Mộc Châu, Việt Nam

Cách trung tâm thị trấn 17km, Bản Dọi là một bản xinh xắn nằm trong một thung lũng tuyệt đẹp. Tại những cơ sở lưu trú trong bản du khách có thể trải nghiệm cuộc sống thôn dã của làng quê Việt Nam với một gia đình người địa phương. Là một điểm đến mới nên Bản Dọi có tiềm năng phát triển nhanh với sự cam kết mạnh mẽ từ khối tư nhân. Thị trường mục tiêu bao gồm các nhóm khách du lịch quốc tế tìm kiếm điểm lưu trú ở vùng nông thôn với những hoạt động mạo hiểm ở mức vừa phải cũng như là khách nội địa đi theo gia đình hoặc bạn bè để thưởng thức khí hậu và môi trường mát mẻ.

KẾT NỐI THỊ TRƯỜNG VỚI CÁC CƠ HỘI PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN

So sánh các sở thích chính của các phân khúc thị trường với sản phẩm du lịch phù hợp để mang lại những trải nghiệm kỳ vọng là điều rất quan trọng trong việc xác định sản phẩm nào có tính kinh tế cao. Để có thể duy trì lâu dài, các sản phẩm đó phải phù hợp với cơ hội và mục đích phát triển của địa điểm tiếp nhận khách.

Bảng sau đây thể hiện nhóm thị phần của Việt Nam phù hợp với các loại sản phẩm khác nhau.

	GIẢI TRÍ	THƯ GIÃN	VĂN HÓA	THIÊN NHIÊN	MAO HIỂM	HỌC TẬP
Khách nội địa						
Khách trong ngày từ Hà Nội	•	•				
Khách đi nghỉ	•	•	•	•		
Phượt			•	•	•	
Quốc tế						

Lợi ích tiềm tàng của việc phát triển đối với chiến lược thị trường có liên quan bao gồm:

- **Thị trường hiện tại:** Thu lợi nhuận và lợi ích từ các thị trường hiện tại bằng việc quảng bá và cải thiện các sản phẩm sẵn có.
- **Thị trường mới:** Thu hút những thị trường mới có tiềm năng phát triển cao, phù hợp với tiềm năng phát triển sản phẩm của điểm đến và có khả năng đem lại lợi nhuận đáng kể cho địa phương.
- **Khách du lịch quốc tế độc lập:** Thường linh động trong các mô hình lưu hành và hành vi tiêu dùng hơn các đối tượng đi theo nhóm.
- **Thị trường nội địa:** Ổn định và đều đặn trong năm so với khách du lịch quốc tế.
- **Thị trường khách doanh nhân và thăm bạn bè/ người thân:** có tiềm năng kèm theo các chuyến đi, hoạt động và chi tiêu cho các hoạt động kinh doanh
- **Thị trường đặc biệt, thị trường nhỏ:** Du khách có những sở thích đặc biệt (ví dụ: khám phá thiên nhiên hoang dã, nhạc dân tộc thiểu số, leo núi).

2. Phát triển và đa dạng hóa sản phẩm

- **Phát triển sản phẩm:** Tạo sản phẩm và định vụ cho những thị trường hiện tại; làm việc với

các thị trường quen thuộc với hiểu biết sẵn có; có thể tăng khả năng hấp dẫn của điểm đến, dẫn tới việc kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu, và mở rộng lợi ích phát triển cho người dân địa phương.

- **Đa dạng hóa sản phẩm:** Mang tính thách thức và mạo hiểm cao, đặc biệt là đối với các điểm đến mới nổi hoặc đang có vấn đề; thông thường chỉ áp dụng cho các điểm đến phát triển và có sức hút mạnh.

Những lợi ích phát triển tiềm năng cho các sản phẩm liên quan:

- **Sản phẩm giải trí và thư giãn:** Kích thích tiêu dùng tại địa phương, tạo lợi nhuận cho doanh nghiệp bản địa, cũng như là cung cấp cơ hội việc làm cho người dân địa phương.
- **Sản phẩm văn hóa:** Cung cấp cơ hội để khuyến khích người dân địa phương bởi họ chính là chủ sở hữu và biểu diễn các sản phẩm đó (ví dụ: các sản phẩm thủ công, biểu diễn văn hóa, hướng dẫn địa phương).
- **Sản phẩm thiên nhiên:** Các hoạt động trong môi trường tự nhiên; cung cấp cơ hội thu nhập bằng các dịch vụ như hướng dẫn.
- **Mạo hiểm:** Thông thường đòi hỏi các thiết bị đặc biệt và sự hỗ trợ địa phương thông qua các hướng dẫn được đào tạo đặc biệt.
- **Sản phẩm giáo dục:** Đòi hỏi sự chuyên môn hóa đối với sản phẩm, dịch vụ, và cung cấp thông tin. Ngày càng phổ biến đối với một số phân khúc thị trường, những sản phẩm đó cũng đóng góp vào sự phát triển bền vững và tạo cơ hội cho người dân địa phương có được hiểu biết và khả năng làm hướng dẫn hoặc phiên dịch chuyên biệt.

Các yếu tố khác cần cân nhắc bao gồm quan tâm tới sản phẩm được xác định trong chiến lược quảng bá trong nước và khu vực, hiểu biết về ưu điểm của các điểm đến và phát triển một thương hiệu và sản phẩm đặc trưng, quan tâm tới các xu hướng nội địa và quốc tế có thể dự báo về sự thay đổi trong tương lai và cơ hội phát triển sản phẩm; và quan tâm tới các điểm đến cạnh tranh trong khu vực.

ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG BỀN VỮNG CỦA SẢN PHẨM DU LỊCH

Để đánh giá sản phẩm du lịch có trách nhiệm cần phải phân tích nhu cầu của các bên liên quan, bao gồm người tiêu dùng, khối doanh nghiệp, và các bên liên quan khác. Ngoài ra, khả năng cung cấp, trình độ nguồn nhân lực cần thiết trong quá trình phát triển sản phẩm cần phải được chú trọng. Sau đây là bảng khái quát về bốn lĩnh vực có thể được đánh giá bằng bảy tiêu chí đánh giá nhằm xác định tính kinh tế và bền vững của sản phẩm.

Đánh giá cho điểm xem một sản phẩm có đạt được các yếu tố đánh giá cần được thực hiện. Sau đây là ví dụ về hệ thống tính điểm:

ĐIỂM	ĐỊNH NGHĨA	PHẢN ỨNG
0 = Không liên quan	Vấn đề không cần thiết hoặc không liên quan tới địa điểm	Không cần có hành động phản ứng
1 = Rất yếu	Hoàn toàn không phù hợp, dẫn tới hậu quả nghiêm trọng	Hỗ trợ liên tục và toàn diện
2 = Yếu	Không đầy đủ, cần cải thiện để có sản phẩm có trách nhiệm	Hỗ trợ tập trung vào các yếu tố chính cần cải thiện. Củng cố những yếu tố sẵn có.
3 = Đủ	Hoạt động có hiệu quả nhưng có thể cải thiện ở một số yếu tố chính	Hỗ trợ tập trung vào các yếu tố chính. Củng cố những yếu tố sẵn có nếu cần thiết.
4 = Mạnh	Hoạt động có hiệu quả nhưng có thể cải thiện một số yếu tố phụ.	Cải thiện những vấn đề cụ thể nếu cần thiết.
5 = Mô hình tốt nhất	Một mô hình có hiệu quả, mang tính sáng tạo và tiêu biểu.	Phổ biến và nhân rộng

Phụ thuộc vào mục đích chiến lược, cần có các phản ứng khác nhau về phát triển sản phẩm, ví dụ:

- **Nâng cao tính kinh tế của các sản phẩm chính:** khuyến khích hợp tác với khối doanh nghiệp tư nhân.
- **Củng cố lợi ích địa phương:** Ủng hộ việc thành lập các tổ chức quản lý tại cộng đồng.
- **Cải thiện giao thông:** Yêu cầu và vận động vốn chính phủ để cải thiện nhanh chóng tình trạng đường xá.

Ví dụ về các tiêu chí đánh giá sản phẩm Du lịch có Trách nhiệm tiềm năng

KHÍA CẠNH		NHẬN XÉT	XẾP HẠNG
Quan điểm 1: Khách hàng mong muốn điều gì. Họ đang hỏi “Minh có muốn sản phẩm này không?”			
I. Các đặc điểm sản phẩm			
1. Khả năng tiếp cận	Khách du lịch có thể tới điểm du lịch dễ dàng đến mức nào		
2. Cảnh đẹp	Chất lượng của các cảnh đẹp chính mà khách du lịch muốn đến		
3. Hoạt động	Các hoạt động nào khác khách du lịch có thể làm tại điểm du lịch		
4. Dịch vụ chính	Các dịch vụ du lịch theo yêu cầu đã có là gì? (vd. Đơn vị lưu trú, dịch vụ ăn uống)		
5. Các dịch vụ hỗ trợ	Các dịch vụ bổ sung nào đã có giúp khách du lịch cảm thấy thuận tiện hơn? (vd. Bưu điện, cửa hàng)		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
II. Định nghĩa các đặc điểm sản phẩm: (Các đặc điểm)			
1. Xác thực nguyên bản	Sản phẩm mang tính đặc trưng và nguyên bản trong địa phương đến mức nào?		
2. Độc đáo	Sản phẩm đặc biệt và độc đáo đến mức nào?		
3. Đa dạng	Có sự tổng hòa giữa các cảnh đẹp, các hoạt động và các dịch vụ không?		
4. Yếu tố theo mùa	Phụ thuộc thời tiết, quá đông trong mùa đông khách, v.v.		
5. Chức năng sản phẩm	Sản phẩm Hàng đầu, Tập trung hay Hỗ trợ, phù hợp với các cụm hay mạng sản phẩm theo vùng		
6. Các bước trong vòng đời	Các điểm phát triển của sản phẩm (vd. Mới nổi, có uy tín, hoặc đang suy giảm)		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
Quan điểm 2: Các doanh nghiệp mong muốn gì. Họ đang hỏi, “Tôi có bán được sản phẩm này không?”			
III. Cân nhắc thị trường:			
1. Các thị trường mục tiêu quan trọng	Các thị trường mục tiêu quan trọng để xác định để nhắm tới		
2. Kích cỡ thị trường	Đủ để tạo lợi ích và duy trì khả năng bán		
3. Xu hướng và ảnh hưởng của thị trường	Các thị trường mục tiêu có thể mở rộng hay gây ảnh hưởng đến các thị trường khác hay không		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
IV. Khả năng thương mại hóa:			
1. Lập kế hoạch theo thị trường	Các sản phẩm du lịch [d]o[er]c xây dựng và quản lý dựa trên các thị trường cụ thể và xu hướng		
2. Sự tham gia của khối tư nhân	Khối tư nhân tham gia, đặc biệt là các doanh nghiệp làm ăn tốt tại địa phương		
3. Bối cảnh qui định pháp luật thuận lợi	Các qui định về phát triển và điều hành kinh doanh thuận lợi		
4. Các tài nguyên hỗ trợ	Có sẵn nguồn nhân lực tại địa phương và các cơ sở hạ tầng cần thiết		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
Quan điểm 3: Các bên liên quan có mong muốn gì, Họ hỏi “Nó có gì tốt cho mình?”			
V. Tính bền vững:			
1. Về kinh tế	Kinh tế du lịch cung cấp các cơ hội thu nhập đầy hấp dẫn và công bằng		
2. Về môi trường	Môi trường tự nhiên được bảo vệ và nâng cấp		
3. Về văn hóa-xã hội	Tôn trọng và hỗ trợ các truyền thống và văn hóa địa phương		
4. Về thể chế	Hỗ trợ các chính sách, kế hoạch và chương trình của chính phủ		
5. Chức năng ngành	Các bên liên quan thuộc ngành có thể thực hiện các vai trò thích hợp để đảm bảo vận hành liên tục và hiệu quả.		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
VI. Các lợi ích cho địa phương:			
1. Chia sẻ lợi ích công bằng	Du lịch được coi là hoạt động bổ sung công bằng và được chào đón để giúp cải thiện sinh kế của địa phương		
2. Sự tham gia/ sở hữu của địa phương	Cộng đồng địa phương có cơ chế mở và hiệu quả đối với vai trò quản lý và thu hút sự tham gia trong du lịch		
3. Xóa đói giảm nghèo	Mức độ nhận lợi ích cho các nhóm gặp khó khăn (người nghèo, phụ nữ, người khuyết tật, người dân tộc thiểu số)		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
Quan điểm 4: Nguồn nhân lực: Sự sẵn có, Năng lực và Nhu cầu			
VII. Phát triển nguồn nhân lực: (Năng lực và nhu cầu hiện tại)			
1. Bộ phận nhà nước	Nhân viên và quản lý chịu trách nhiệm trong ngành Du lịch hay các ngành liên quan		
2. Bộ phận kinh doanh	Các doanh nghiệp trực tiếp liên quan hay hỗ trợ du lịch tại một điểm		
3. Các cộng đồng địa phương	Những người sống tại điểm du lịch có thể hưởng lợi từ hoạt động của ngành du lịch		
Nhận xét tóm tắt:			Tổng
Tổng số điểm:			Tổng

SỰ PHỐI HỢP GIỮA CÁC BÊN LIÊN QUAN¹

¹ Theo UNWTO 2010, Các lực lượng tham gia: Quá trình hợp tác cho du lịch bền vững và có năng lực cạnh tranh, UNWTO, Madrid, TBN

Kết quả của những hoạt động trước đó phải được các bên liên quan chính thông qua và tiếp tục hoàn thiện qua quá trình phối hợp giữa các bên, được chi phối bởi các vấn đề có ý nghĩa và những lợi ích thực sự của các bên nhằm đạt được mục tiêu mang lại lợi nhuận qua hợp tác.

Xác định mục tiêu và hành động

Việc xác định mục tiêu chính cần đạt được phải được xác định trước tiên. Trong khi mục tiêu quan trọng nhất

là phát triển các sản phẩm du lịch có trách nhiệm, các mục tiêu và hành động cụ thể cần được xác định, là kết quả của kế hoạch chiến lược và kế hoạch hành động.

Quản lý sự hợp tác

Quá trình hợp tác có hiệu quả liên tục cần phải được quản lý bởi:

- Quản lý thường xuyên hiệu quả thông qua:
 - Thành lập ban lãnh đạo và cấu trúc quản lý nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiệm vụ và các thành viên và nhóm quyền lợi mà họ đại diện. Cấu trúc quản lý phải tổng hợp, đáng tin cậy và minh bạch.
 - Tuân thủ các thủ tục quản lý bao gồm lưu trữ tài liệu về các hoạt động, quản lý hoặc điều phối dự án phải tận tâm, khuyến khích những phản hồi mang tính hiệu quả từ các thành viên, và kỹ năng mở rộng thêm đối tác khi cần thiết.
 - Phát triển năng lực của các nhóm quyền lợi để giúp đỡ bất kỳ thành viên nào thiếu hiểu biết ở một số lĩnh vực (ví dụ: thông tin thị trường, các quá trình phát triển sản phẩm và công cụ ...).
 - Duy trì cam kết của các bên có quyền lợi thông qua chiến lược ví dụ như theo đuổi lợi nhuận trước mắt và đạt được những mục tiêu đơn giản, tạo cơ hội cho việc tham gia hoạt động và nêu cao kết quả của việc tham gia của các thành viên, sử dụng các bên hoạt động tốt làm ví dụ điển hình và dùng phần thưởng khuyến khích.
- Áp dụng các nguyên tắc quản lý có điều chỉnh bao gồm:
 - Xác định các yếu tố thành công (được sự đồng ý của tất cả các thành viên) một cách định lượng (ví dụ: số khách đến, chi tiêu, các tác động giảm nghèo), và định tính (ví dụ: cảm giác thành công của các thành viên, phản hồi tích cực từ du khách...).
 - Phát triển và thực thi các hệ thống giám sát để cung cấp bằng chứng về chiến lược phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm và thực thi kế hoạch hành động đang đạt được kết quả mong muốn hay không, và để có thể phản ứng nhằm giảm thiểu các ảnh hưởng tiêu cực ngoài dự tính và củng cố các lợi ích tích cực.
- Đánh giá kết quả đạt được thông qua việc xem xét các kế hoạch hành động, báo cáo tiến độ trong các buổi họp và thuyết trình về cập nhật các hoạt động tiến độ của **các thành viên**.
- Học hỏi và rút kinh nghiệm và sẵn sàng thích nghi khi có thay đổi và các cách làm việc khác nhau. Thích nghi có thể bao gồm việc thêm thành viên hoặc các sáng kiến **khi có cơ hội**, hoặc thường xuyên điều chỉnh và hoàn thiện cấu trúc quản lý.

- Khuyến khích các đối tượng tham gia bằng cách trình bày các vấn đề và nhu cầu của việc ủng hộ quá trình hợp tác thông qua việc phổ biến thông tin về các dự án thử nghiệm, hoặc thúc đẩy sự cam kết của nhóm khác nhằm kích thích các bên hợp tác.
- Xây dựng sự tin tưởng và hiểu biết giữa các bên có liên quan qua việc thảo luận cởi mở để các bên liên quan có thể biết và đánh giá cao cách tiếp cận và lợi ích khác nhau, tìm tiếng nói chung để theo đuổi mục tiêu chung và tạo ra các cách cùng làm việc sáng tạo và hiệu quả hơn.
- Thiết lập nhóm điều phối và người liên lạc tạm thời, người mà có được sự tin tưởng của tất cả các bên và được các bên đặt niềm tin vào việc lãnh đạo thực thi các sáng kiến hợp tác.
- Làm rõ các tồn tại, mục tiêu và cấu trúc bao gồm các cơ hội, ý tưởng và khái niệm cần được khám phá, đưa ra quyết định về việc có theo đuổi mục tiêu hay không và các đối tượng nào cần được tập hợp lại thành các bên liên quan.
- Xác định yêu cầu và cam kết cho sự ủng hộ trong tương lai nhằm đảm bảo các nỗ lực được duy trì sau các cuộc họp khởi đầu, để đạt được mục tiêu cuối cùng của hợp tác.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

Nguyên tắc chuẩn bị cho chiến lược phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm và kế hoạch hành động là ưu tiên yếu tố tham gia của các bên liên quan trong việc xác định hoạt động của các bên.

- **Xác định tầm nhìn:** Phản ánh mục tiêu của phát triển du lịch nhằm đạt được mục đích quan trọng nhất, đó là “phát triển sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh và bền vững, đóng góp và sự cải thiện cuộc sống của người dân địa phương”.
- **Xác định mục tiêu:** Xác định mục tiêu thống nhất, rõ ràng và được lưu trữ để các bên có liên quan có thể thực hiện được. Xác định mục tiêu là một quá trình được chia sẻ, sẽ thể hiện các bên tham gia chính là chủ sở hữu. Mục tiêu điển hình của chiến lược phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm bao gồm: tăng chi tiêu của khách du lịch tại điểm đến, củng cố hoạt động và lợi nhuận của các doanh nghiệp du lịch địa phương, tăng đầu tư vào du lịch, và giảm tác động của du lịch đối với môi trường và tài nguyên địa phương.
- **Xác định các sáng kiến ưu tiên:** Khi đánh giá các sáng kiến khả thi về phát triển du lịch có trách nhiệm, tính kinh tế và tiềm năng phát triển thực tế của các sản phẩm, và mức độ mang lại lợi ích cho địa phương là các yếu tố quan trọng nhất. Cần nghiên cứu ở các mức độ sau:

Các bước quan trọng của quá trình hợp tác

- *Nghiên cứu ở cấp cao* đối với cơ quan quản lý điểm đến để cải thiện cuộc sống địa phương như củng cố cơ sở hạ tầng và liên lạc, tăng quảng bá tại các thị trường chính, cung cấp thông tin và giải thích cho du khách, nâng cao sự an toàn và an ninh.
- *Nghiên cứu nhằm các tác động phát triển vào cấp độ địa phương* ví dụ số người nghèo sẽ được hưởng lợi như tăng thu nhập, các lợi ích phi tài chính đối với người nghèo, khả năng hành động đó có thể ảnh hưởng tới người nghèo được xác định cụ thể, khả năng đánh giá mức độ ảnh hưởng của hành động như tốc độ và phạm vi ảnh hưởng, tính bền vững của kết quả, và hành động đó có tăng cường hiểu biết ở mức độ nào và có thể nhân rộng được không.
- *Nghiên cứu khả năng thực hiện* ví dụ như giá thành của việc khởi đầu, khả năng thu hút vốn và các nguồn lực có sẵn khác, sự liên quan với các chính sách và cam kết thỏa thuận, có hay không người có đủ năng lực để thực hiện, và cơ hội thành công và các rủi ro tiềm tàng

Những điều cần cân nhắc khi thiết kế các biện pháp can thiệp

Điểm khởi đầu cho việc can thiệp phải là việc đánh giá

Cách trình bày của bản kế hoạch hành động điển hình

HOẠT ĐỘNG	KẾT QUẢ	THỜI GIAN	TRÁCH NHIỆM	ƯU TIÊN
Hoạt động nhỏ 1				
Hoạt động nhỏ 2				
Hoạt động nhỏ 3				
Hoạt động nhỏ 4				

mục tiêu phát triển, kết quả của nghiên cứu về sự kết hợp thị trường và sản phẩm và các hoạt động đánh giá sản phẩm. Các cách tiếp cận cần được xem xét khi thiết kế các biện pháp can thiệp bao gồm:

- Xem xét các sản phẩm dẫn tới sự chi tiêu cao nhằm tăng tỉ lệ phần lợi ích từ sự chi tiêu ấy cho người nghèo.
- Xem xét các sản phẩm có thể đang có tỉ lệ lợi ích cao cho người nghèo, nhằm tăng tính kinh tế, số lượng và chi tiêu cho các sản phẩm đó.
- Tăng cường, hỗ trợ và khuyến khích sự phát triển và sự tham gia của người nghèo vào các sản phẩm đã, đang chiếm tỉ lệ cao trong chi tiêu với tỉ phần cao dành cho người nghèo.

Trong việc chọn lựa các biện pháp can thiệp, cách tiếp cận thực tế phải được áp dụng, bao gồm việc cân nhắc

tính sẵn có của các nguồn lực và lợi ích và cam kết của các bên liên quan khác nhau.

Kế hoạch hành động phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm

Kế hoạch hành động trình bày các hoạt động nào cần được thực hiện, các bước nào được yêu cầu, thời gian của các hoạt động và ai là người chịu trách nhiệm. Nhóm điều phối, do đó, cần nhất trí cách các thực hiện chiến lược. Kế hoạch hành động phải được sử dụng như là một tài liệu riêng, cần được đánh giá và cập nhật và có thể là kế hoạch cho một, hai hoặc ba năm, tùy thuộc vào yếu tố nào là quan trọng nhất đối với điểm đến.

Kế hoạch hành động phải đưa ra hành động cụ thể được thực hiện bởi các bên liên quan, riêng biệt hay cùng thực hiện, và có thể được điều phối bởi nhóm điều phối. Kế hoạch hành động có thể được thiết kế như là một bảng đơn giản, như bảng được trình bày sau đây.

Cuối cùng, hành động có thể được khởi xướng qua sự phát triển và kí bản thỏa thuận của các bên tham gia, phản ánh các quyết định chính đã được thông qua và sự cam kết các đối tác đối với các hoạt động và hành động trong tương lai.

Nghiên cứu tình huống: Đánh giá việc phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm ở vùng Tây Bắc Việt Nam

Dự án Du lịch có trách nhiệm được EU tài trợ đã làm việc với các tỉnh vùng Tây Bắc Việt Nam để đánh giá và tư vấn về việc phát triển có hiệu quả các sản phẩm du lịch đáp ứng tiêu chí phát triển du lịch có trách nhiệm một cách bền vững.

Sử dụng bảng đánh giá bao gồm 7 nhóm tiêu chí với 29 yếu tố chỉ thị và một hệ thống đánh giá, 13 địa điểm đã được nghiên cứu trong năm 2012 cùng với đại diện của nhóm kĩ thuật của vùng Tây Bắc Việt Nam, của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, và phỏng vấn chuyên sâu với 50 đối tượng liên quan tới du lịch, bao gồm thành viên của

cộng đồng địa phương, chính quyền địa phương, các nhà điều hành du lịch và khách du lịch.

Kết quả của quá trình đánh giá sản phẩm du lịch thể hiện bản chất của sản phẩm du lịch vùng Tây Bắc và các yếu tố cấu thành các hoạt động tốt nhất của du lịch có trách nhiệm của vùng: Các ví dụ điển hình về sự hợp tác giữa doanh nghiệp và cộng đồng (tại Tân Lập, Mộc Châu), các chương trình rất có ý nghĩa của Chính phủ (tại các tỉnh Hà Giang, Sơn La), sự thành công của các doanh nghiệp địa phương (tại Sapa), và sự chia sẻ lợi ích từ du lịch với cộng đồng (tại Phiêng Lòi, Điện Biên).

Kết quả đánh giá thể hiện du lịch có trách nhiệm có thể có các loại hình khác nhau, từ việc lưu trú tại các gia đình địa phương tới các khu nghỉ dưỡng lớn, và mặc dù thường có mục đích tốt, các sản phẩm du lịch cộng đồng hoặc du lịch sinh thái không phải tất cả đều là sản phẩm có trách nhiệm, và thường không mang lại lợi ích kinh tế và do đó không mang lại lợi ích tương xứng cho địa phương.



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

Bài 3

MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi kết thúc bài học này, học viên sẽ có khả năng:

- Mô tả những kênh phân phối khác nhau có thể sử dụng để tuyên truyền cho du khách
- Giải thích được tầm quan trọng của việc marketing và tuyên truyền về du lịch có trách nhiệm
- Giải thích được tầm quan trọng của tính chân thực và chính xác trong marketing du lịch có trách nhiệm
- Xác định các loại thông điệp bền vững có thể được tuyên truyền đến du khách
- Giải thích sự quan trọng của việc bảo vệ dữ liệu khách hàng
- Mô tả các kênh tuyên truyền để phổ biến những quy định của du lịch có trách nhiệm

MỤC LỤC

TẦM QUAN TRỌNG CỦA MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG DU LỊCH	2
.....	2
LỢI ÍCH CỦA VIỆC MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG DU LỊCH.....	2
TRUYỀN ĐẠT THÔNG ĐIỆP CHÍNH XÁC	2
MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN THỰC TIỄN DU LỊCH BỀN VỮNG	3
1. Tìm hiểu về thị trường	3
2. Xác định mục tiêu trong tuyên truyền bền vững	3
3. Sử dụng thông điệp và các kênh tuyên truyền phù hợp.....	4
4. Truyền đạt thông điệp đúng thời điểm	5
DUY TRÌ SỰ BẢO MẬT DỮ LIỆU TRONG MARKETING	5
Các loại dữ liệu yêu cầu tính bảo mật trong du lịch	5
Tầm quan trọng của việc đảm bảo quyền riêng tư	5
Mục đích và cách thu thập dữ liệu	5
Vấn đề bảo mật dữ liệu khách hàng ở Việt Nam.....	6
Lưu trữ dữ liệu cho mục đích marketing	6
Gửi thông tin marketing	6
THU THẬP PHẢN HỒI CỦA DU KHÁCH	6
Cách thức thu thập phản hồi.....	6
Theo dõi thông tin phản hồi.....	6

TẦM QUAN TRỌNG CỦA MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG DU LỊCH

Marketing và tuyên truyền là quá trình một tổ chức hay cá nhân truyền đạt thông tin về sản phẩm đến khách hàng, xem xét phản hồi của khách hàng thông qua thái độ và hành vi ứng xử của khách hàng. Công cụ marketing và tuyên truyền bao gồm quảng cáo, khuyến mãi, tiếp thị trực tiếp, quan hệ công chúng và bán hàng trực tiếp.

Marketing trong du lịch có thể được tổng hợp lại thành 4 khái niệm sau – “4P”:

- **Sản phẩm:** Sự kết hợp giữa hàng hóa và dịch vụ mang lại cho du khách những trải nghiệm, gồm tiện nghi và trang thiết bị đạt tiêu chuẩn, mức độ và chất lượng dịch vụ.
- **Giá cả:** Giá mà khách du lịch phải thanh toán tại các điểm khác nhau trong chuỗi phân phối, bao gồm giá khách phải trả khi mua trực tiếp, hoa hồng và giá thực tế dành cho đơn vị trung gian, giá cho trẻ em, người già, và cả những chính sách về điều kiện đặt chỗ, hoàn trả và hủy hoãn.
- **Địa điểm:** “Nơi” mà sản phẩm được bày bán, thông qua những kênh phân phối khác nhau như các đại lý bán buôn, bán lẻ, và các công ty điều hành du lịch.
- **Xúc tiến bán:** Kênh giao tiếp kết nối giữa người bán và người mua với mục đích gây ảnh hưởng, đưa ra thông báo hoặc thuyết phục khách hàng tiềm năng khi họ quyết định mua một sản phẩm.

Trong du lịch, đôi khi khái niệm chữ ‘P’ thứ năm cũng được đề cập đến – đóng gói sản phẩm, tức là sự kết hợp của hơn một sản phẩm ví dụ như các chương trình tour bao gồm các điểm tham quan, cơ sở lưu trú và phương tiện đi lại.

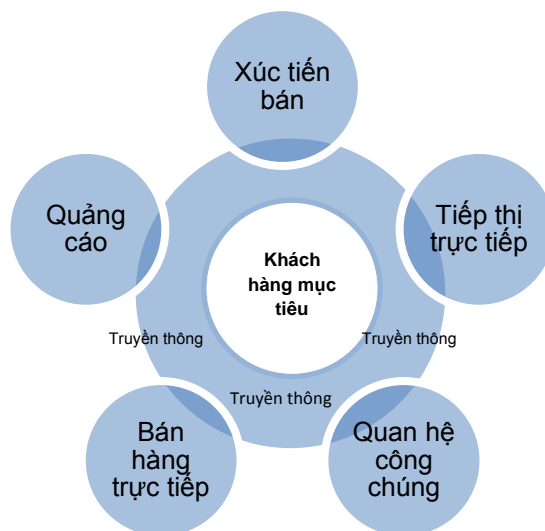
Marketing và tuyên truyền có trách nhiệm trong du lịch dựa trên nguyên tắc các sản phẩm và dịch vụ du lịch không phải được tạo ra vì mục tiêu lợi nhuận mà phải đem đến những giá trị về mặt xã hội và môi trường gắn với lợi ích chung của cộng đồng.

Marketing có trách nhiệm có thể được hiểu là quá trình truyền đạt thông điệp về những ví dụ thực tiễn bền vững trong du lịch với mục tiêu giáo dục và nâng cao ý thức của cộng đồng về tác động của du lịch và lợi ích của những thay đổi tích cực (“cái gì”) cũng như áp dụng những nguyên tắc bền vững đối với chính hoạt động marketing (“làm thế nào”). Những nguyên lý cơ bản của marketing có trách nhiệm bao gồm những đặc điểm sau:

- Hợp pháp, trung thực và đáng tin cậy
- Tôn trọng nguyên tắc cạnh tranh lành mạnh và những trường hợp kinh doanh thành công
- Có trách nhiệm với xã hội và dựa trên nguyên tắc công bằng và tin tưởng lẫn nhau
- Không vô đạo đức, công kích hay chống lại phẩm giá con người
- Tôn trọng sự riêng tư của người sử dụng
- Tuân thủ luật pháp, quy định và tự quản lý hoạt động thực tiễn

Hơn nữa, trong quá trình truyền đạt thông điệp quảng bá, marketing có trách nhiệm cũng phải quan tâm tới môi trường

và tìm cách sử dụng nguồn tài nguyên thiên nhiên một cách lâu dài, bền vững.



LỢI ÍCH CỦA VIỆC MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG DU LỊCH

Trong kinh doanh, những sản phẩm được chứng nhận là “bền vững” hay có trách nhiệm sẽ có lợi thế hơn trong cuộc cạnh tranh vì được khách hàng đánh giá cao hơn và họ sẵn sàng mua những sản phẩm này.

Những sản phẩm có trách nhiệm có thể mang lại niềm tin cho khách hàng và làm cho khách hàng không những cảm thấy tốt hơn khi mua sản phẩm lần đầu mà còn cảm thấy tốt hơn khi mua lại sản phẩm đó.

Marketing có trách nhiệm là chiến lược trong kinh doanh vì nó không những giúp mở rộng nguồn khách mà còn khiến khách hàng gắn bó lâu dài với sản phẩm, có thể khuyến khích khách hàng mua lại sản phẩm trong tương lai.

Đối với các cơ quan xúc tiến du lịch và các tổ chức marketing về điểm đến, marketing có trách nhiệm nghĩa là cung cấp cho du khách thông tin chính xác hơn về con người, địa điểm và cơ sở vật chất tại điểm đến khiến du khách có động lực đúng đắn và hài lòng hơn với lựa chọn và trải nghiệm của mình, cũng như tôn trọng hơn cộng đồng và môi trường tại điểm đến.

Hơn nữa, việc áp dụng những quy tắc cơ bản trong hoạch định chiến lược để tiến hành những chiến dịch marketing trọng điểm theo hướng tiếp cận với công nghệ giúp tiết kiệm chi phí hơn là các chiến dịch quảng bá in ấn truyền thống.

TRUYỀN ĐẠT THÔNG ĐIỆP CHÍNH XÁC

Điểm cốt lõi của marketing du lịch là quảng bá “những trải nghiệm” đến với thị trường trọng điểm. Được tạo ra từ các

MARKETING VÀ TUYÊN TRUYỀN THỰC TIỄN DU LỊCH BỀN VỮNG

yếu tố cấu thành như địa điểm, cơ sở vật chất hạ tầng, dịch vụ, trải nghiệm du lịch đã vượt xa khái niệm chỉ đơn giản là một hoạt động. Nó giúp cho khách hàng cam kết ở một mức độ cao hơn và giúp du khách có cái nhìn cụ thể hơn về điểm đến. Do đó điều quan trọng là phải quảng bá những trải nghiệm cụ thể có khả năng đáp ứng nhu cầu của từng thị trường trọng tâm. Tuy nhiên trong quá trình thực hiện, một số đơn vị hay tổ chức đôi khi đưa ra những trải nghiệm không phù hợp không những khiến du khách thất vọng mà còn làm giảm danh tiếng và ảnh hưởng xấu đến tình hình kinh doanh của tổ chức hay bản thân điểm đến. Vì thế việc quảng bá thông tin một cách chính xác về điểm đến, các hoạt động, sự kiện và tiện nghi du lịch tại điểm đến là rất quan trọng, để đảm bảo đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và mang lại sự hài lòng cho du khách. Dưới đây là một số lợi ích của việc marketing sản phẩm và trải nghiệm một cách chính xác và chân thực:

- **Nhiều khách hàng hài lòng hơn và ít khiếu nại hơn:** Du khách thông thường sẽ cảm thấy hài lòng khi những trải nghiệm mà họ có được đúng với những gì mà họ mong muốn, là kết quả của thông điệp marketing và quảng bá, tuy nhiên họ cũng ít khiếu nại hơn khi họ không đạt được những gì mà mình mong muốn nếu như thông điệp được truyền đạt một cách trung thực.
- **Nâng cao danh tiếng:** Trong con mắt của du khách, chân thành và trung thực sẽ mang lại danh tiếng tích cực cho tổ chức và điểm đến nói chung và là một lợi thế cạnh tranh.
- **Tăng doanh thu:** Có nhiều khách hàng hài lòng về dịch vụ đồng nghĩa với việc khách sẽ lưu trú lâu hơn, sẽ có nhiều khách quay lại và giới thiệu cho bạn bè, người thân, do đó thúc đẩy tình hình kinh doanh và làm tăng doanh thu.
- **Giảm thiểu những tác động tiêu cực đối với xã hội, kinh tế và môi trường:** Chân thành và trung thực trong marketing khiến cho du khách khi quyết định đến với một địa điểm cảm thấy mình có thể hòa nhập gần gũi hơn với sản phẩm, làm giảm thiểu những tác động ngược đối với văn hóa, môi trường và kinh tế.

Chân thực trong marketing đòi hỏi phải có sự am hiểu về sản phẩm và dịch vụ cốt lõi, mang lại những trải nghiệm cho thị trường khách mục tiêu. Marketing chân thực bắt đầu với việc đặt câu hỏi:

- Chúng ta – với tư cách là nhà tổ chức tin tưởng gì về sản phẩm du lịch và trải nghiệm của mình?
- Chức năng, ý nghĩa và tầm quan trọng của nền văn hóa, môi trường địa phương mà chúng ta đang quảng bá là gì?
- Tư tưởng mà chúng ta muốn du khách biết đến về tổ chức cũng như điểm đến là gì?
- Chúng ta sẽ truyền đạt những ý tưởng này như thế nào?

Để quyết định những giá trị cốt lõi của một tổ chức và đưa ra trải nghiệm phù hợp, người làm marketing trước hết cần thời gian nghiên cứu và trả lời câu hỏi: điều gì khiến cho sản phẩm của chúng ta tồn tại và không bao giờ thay đổi, mặc dù đôi khi nó có thể ở thể bất lợi? Hai là phải diễn giải những tư tưởng, giá trị cốt lõi và học hỏi kinh nghiệm trong quá trình marketing. Nghiên cứu có thể là chức năng nội bộ của tổ chức (có thể thấy trong kế hoạch kinh doanh và chính sách của tổ chức, tập gấp quảng cáo hay trang web của tổ chức. v.v...) hay là nghiên cứu những đặc điểm về môi trường xung quanh như quần thể động, thực vật, văn hóa và lịch sử. Nghiên cứu đặc điểm về môi trường xung quanh đòi hỏi phân tích sâu hơn nguồn thông tin sơ cấp và thứ cấp thu được thông qua các cuộc họp, hay những cuộc phỏng vấn với các chuyên gia.

Đối với các điểm đến du lịch, các tổ chức hay điểm tham quan đang tiến hành hoạt động du lịch bền vững, điều quan trọng không chỉ là tuyên truyền cho du khách những gì đã được thực hiện để làm thay đổi hành vi, thái độ của khách, khiến họ cảm thông với những quy định của du lịch bền vững mà còn nâng cao nhận thức và giáo dục du khách biết được lý do tại sao du lịch bền vững trở nên quan trọng, giúp du khách tiếp thu và có thể truyền đạt cho người khác. Hơn nữa, marketing bền vững cũng mang lại những lợi ích trực tiếp cho khách du lịch như cho phép họ tham gia vào quá trình làm du lịch, tạo nên những thay đổi tích cực, và marketing bền vững cũng giúp cho tổ chức có thể giành lợi thế trong quá trình cạnh tranh.

VisitEngland đã phát triển một lý thuyết hướng dẫn tuyệt vời về marketing bền vững, đưa ra một số ý kiến quan trọng bao gồm các chủ điểm:

1. Tìm hiểu về thị trường
2. Xác định mục tiêu trong tuyên truyền bền vững
3. Sử dụng các nguồn thông tin và kênh tuyên truyền phù hợp¹

1. Tìm hiểu về thị trường

Muốn truyền đạt bất kỳ thông điệp nào cần phải xác định đối tượng tiếp nhận thông tin. Dưới đây là 3 phân khúc thị trường trong mối liên hệ với tuyên truyền bền vững cần được xem xét và điều chỉnh:

- **“Đối tượng tìm kiếm đạo đức”:** Du lịch xanh là phương châm sống của họ. Mặc dù số lượng không nhiều nhưng họ luôn trung thành và muốn tìm hiểu về các khía cạnh của du lịch bền vững thông qua sản phẩm, dịch vụ và những trải nghiệm tại điểm đến.
- **“Đối tượng chỉ muốn chút thay đổi”:** Họ đơn giản chỉ là mong muốn có một kỳ nghỉ và có một chút quan tâm đến du lịch bền vững khi quyết định lựa chọn điểm đến. Tuyên truyền đến đối tượng này nên tập trung vào việc du lịch bền vững có thể mang lại cho họ những trải nghiệm thú vị như thế nào.
- **“Yếu tố gây cảm giác tốt”:** Đây là phân khúc thị trường có số lượng lớn nhất, nhóm này quan tâm đến du lịch bền vững thông qua tìm hiểu các bài báo về du lịch, và những khác biệt mà du lịch bền vững mang lại. Họ không mạnh mẽ cam kết hành động nhưng những thông điệp về du lịch bền vững đem lại lợi ích rõ ràng có thể khiến họ có những hành động thiện chí.

2. Xác định mục tiêu trong tuyên truyền bền vững

Trước khi marketing cho bất kỳ nguyên tắc hay trường hợp làm du lịch bền vững nào thì điều quan trọng là phải xác định được mục tiêu tuyên truyền. Có thể với những người khác nhau sẽ có những mục tiêu quan trọng khác nhau nhưng một trong những mục tiêu chung là:

¹ VisitEngland 2010, Làm cho thật – tiếp thị và tuyên truyền các điểm ưu việt của bạn, London: VisitEngland và nhóm hàng đầu về du lịch bền vững vùng nước Anh

- **Nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi:** Một mục đích quan trọng của tuyên truyền thông điệp về du lịch bền vững là làm cho mọi người thấy được tác động tích cực của Du lịch bền vững, khiến du khách ủng hộ cho những cố gắng của bạn, nâng cao nhận thức về những tác động tiêu cực của du lịch và lợi ích của khách hàng khi họ thay đổi hành vi ứng xử theo hướng thân thiện hơn với cộng đồng xã hội, kinh tế và môi trường. Để nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của khách du lịch thì nội dung thông điệp cần nêu rõ họ phải làm gì, lợi ích đạt được từ những hành động này phải tích cực, và xác định rõ đối tượng được hưởng lợi ích từ những thay đổi này là ai.
- **Khiến khách hàng cảm thấy vui khi làm một việc đúng đắn:** Lựa chọn một địa điểm hay đơn vị đang làm du lịch bền vững khiến khách du lịch cảm thấy như họ được chủ động tham gia làm du lịch, tạo nên những thay đổi tích cực, do đó khách cảm thấy vui vì họ đang làm một việc có ích đối với cộng đồng, kinh tế và môi trường và khuyến khích họ đưa ra quyết định đúng đắn.
- **Cho khách thêm cái gì đó:** Đưa trải nghiệm về du lịch bền vững thành một yếu tố cấu thành trong gói sản phẩm là một cách để tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh. Ví dụ các nhà hàng có thể nhấn mạnh việc sử dụng các sản phẩm từ địa phương như một điểm đặc trưng hay các công ty điều hành tour có thể chào khách tour du lịch lưu trú tại nhà của dân địa phương và có những trải nghiệm như người bản địa.

Tăng lượng khách đến và thúc đẩy kinh doanh: Cung cấp một sản phẩm hay một loại trải nghiệm bền vững có thể là điểm khác biệt so với các tổ chức, điểm đến khác, do đó có thể làm tăng lượng khách đến và thúc đẩy kinh doanh. Hơn nữa, nó đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của du khách, đòi hỏi tổ chức đưa ra những sản phẩm có trách nhiệm. Tuy nhiên, trong quá trình tuyên truyền về du lịch bền vững cần đảm bảo có sự kết nối rõ ràng giữa giá trị bền vững và lợi ích của khách hàng. Điều quan trọng là những gì được tuyên truyền phải trung thực, chính xác để tránh những phản hồi tiêu cực của các tổ chức “Tô màu xanh - greenwashing” (dưới đây).

Greenwashing

Những tổ chức mà đánh lạc hướng người tiêu dùng về lợi ích liên quan đến môi trường của một sản phẩm hoặc dịch vụ được hiểu là "greenwashing". Greenwashing bị coi là một vấn nạn vì nó làm người tiêu dùng cảm thấy hoài nghi và làm giảm sức ép của người tiêu dùng khi yêu cầu các tổ chức đưa ra những giải pháp xanh thân thiện với môi trường trong quá trình sản xuất và tiến hành hoạt động kinh doanh.

3. Sử dụng thông điệp và các kênh tuyên truyền phù hợp

Nếu làm không tốt thì những thông điệp về du lịch bền vững có thể khiến khách hàng cảm thấy như họ đang bị lên lớp. Đây là điều khách hàng không mong muốn xảy ra trong kỳ nghỉ của họ, làm giảm lòng tin của khách. Vì thế những thông điệp này cần phải được lựa chọn kỹ lưỡng về mặt từ ngữ khi truyền đạt đến khách hàng mới có thể nhận lại phản hồi mong muốn từ khách hàng. Một số ví dụ về các cách tiếp cận hiệu quả khi truyền đạt thông điệp về du lịch bền vững:

- **Làm cho nội dung thông điệp trở nên vui vẻ và có tính chất tham gia:** Du lịch bền vững thì không nên nhằm

chán. Biến nội dung thông điệp thành những thực tế thú vị khiến du khách cảm thấy sống động hơn. Hơn nữa, tìm hiểu về du lịch bền vững có thể mang lại những trải nghiệm thú vị và khuyến khích học hỏi.

- **Cho thấy sự đồng cảm:** Thay vì những thông điệp khô khan thì khi tuyên truyền về du lịch bền vững nên sử dụng những thông điệp mang tính chất cá nhân một chút như giải thích với du khách rằng cũng như họ, bạn quan tâm đến cộng đồng và môi trường, vì thế bạn đang làm những gì có thể để giảm thiểu tác động tiêu cực và tối đa hóa những tác động tích cực.
- **Làm cho nội dung thông điệp trở nên đặc biệt:** Biến việc yêu cầu khách tuân theo quy định của du lịch bền vững thành những trải nghiệm tích cực thay vì xin lỗi khách hàng vì đã yêu cầu họ thay đổi hành vi. Xem xét lợi ích của du lịch bền vững và biến nó thành nội dung thông điệp. Ví dụ sử dụng hướng dẫn viên địa phương nghĩa là khách hàng có thể “nghe từ chính người địa phương”, sử dụng sản phẩm hữu cơ địa phương trong thực đơn tiếp khách đồng nghĩa với việc khách hàng có cơ hội được tận hưởng những “nguyên liệu tươi ngon nhất của địa phương”.

Làm thế nào để tuyên truyền thông điệp thì các tổ chức, điểm đến và điểm tham quan nên chú trọng đến các kênh tuyên truyền. Đặc biệt nên cân nhắc một số kênh sau:

- **Chứng nhận:** Nếu đạt được chứng nhận về du lịch bền vững thì trong quá trình tuyên truyền nên sử dụng những chứng nhận này. Nên trưng bày chứng nhận và logo ở một số địa điểm như sảnh / lối vào, sổ ghi chép (đối với cơ sở lưu trú), trên trang web, tờ rơi hay trong các quảng cáo.
- **Báo chí:** Thu hút sự quan tâm của giới truyền thông và xuất hiện trong các tạp chí và trang web, đính kèm nội dung các bài báo đã xuất bản đề cập đến các dự án về du lịch bền vững mang lại lợi ích cho cộng đồng. Nội dung những bài báo này sau này có thể được đăng trên trang web của tổ chức hoặc trưng bày trong khung treo trên tường để thu hút sự chú ý của mọi người.
- **Trang thông tin điện tử:** Thông qua trang thông tin điện tử của tổ chức hãy để cho mọi người biết đến các dự án về du lịch bền vững đang được tiến hành. Trên website cũng có thể đề cập đến các chính sách và thông điệp về

du lịch bền vững như miêu tả về các sản phẩm và dịch vụ cũng như những lợi ích mà khách hàng sẽ nhận được.

- **Phương tiện truyền thông xã hội:** Thiết lập một số mạng xã hội như Facebook hay Twitter cũng có thể giúp tuyên truyền về du lịch bền vững. Nội dung phải bao gồm đầy đủ thông tin, tiếp cận trực tiếp và không nên dùng ngôn ngữ trang trọng quá.
- **Phương tiện truyền thông in ấn:** Cũng giống như trang web, phương tiện truyền thông in ấn để quảng bá về tổ chức, điểm đến hay điểm tham quan như tập gấp, tờ rơi quảng cáo, thư thông báo nên kết hợp xen kẽ các thông điệp về du lịch bền vững trong mối liên hệ với lợi ích của du khách.

Ví dụ nghiên cứu: Quảng bá du lịch có trách nhiệm tại Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam

Tháng 4 năm 2013, Dự án Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do EU tài trợ đã tham gia triển lãm du lịch đầu tiên do khối doanh nghiệp tư nhân tổ chức - Hội chợ du lịch quốc tế (VITM) tại Hà Nội.

Để quảng bá và chứng minh cho dự án du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội, Ban Quản lý Dự án quyết định tham gia đăng ký một gian trưng bày tại hội chợ VITM.

Chỉ làm bằng bìa cứng với hình ảnh minh họa bằng mực đen, gian hàng nổi bật lên so với các gian hàng khác, ngay lập tức truyền tải được thông điệp nên sử dụng các nguồn nguyên liệu tái chế, đồng thời cho thấy được vẻ đẹp của việc sử dụng những nguyên liệu tự nhiên đơn giản. Cách làm này có thể truyền tải thông điệp về du lịch có trách nhiệm mà không cần phải dùng đến lời nói.

Để làm cho việc tìm hiểu về Du lịch có trách nhiệm trở nên thú vị, ý tưởng của Dự án là khiến khách đến tham quan cảm thấy như họ đang tham gia vào một "hành trình học hỏi", dẫn dắt họ đi qua "con đường Du lịch có trách nhiệm" dọc theo lối vào gian hàng.

Khi khách hàng đi dọc theo con đường, họ sẽ nhìn thấy hình ảnh về con người, động vật, cảnh quan và đồ vật được làm từ bìa cứng, có cả biển chỉ dẫn thông báo với khách về những thông điệp của Du lịch có trách nhiệm.

Bắt đầu từ khu vực Đồng Bằng sông Cửu Long ở miền Nam Việt Nam, con đường Du lịch có trách nhiệm này chạy dọc đất nước và kết thúc ở khu vực miền núi phía Bắc - 8 tỉnh Tây Bắc. Ở mỗi tỉnh miền Bắc đều có điểm kiểm tra và bàn phục vụ và khách hàng có thể tìm hiểu về sản phẩm và những trải nghiệm về Du lịch có trách nhiệm ở tỉnh đó.

4. Truyền đạt thông điệp đúng thời điểm

- **Trước khi đặt chỗ:** Nói với du khách trước khi họ đến và lý do vì sao du lịch bền vững lại giá trị hơn, chất lượng tốt hơn và hấp dẫn hơn.
- **Trong khoảng thời gian sau khi khách đặt chỗ và trước khi khách đến:** Nói với khách nên chuẩn bị những gì cho chuyến đi như thông tin khách nên mang theo gì,

những hành vi có thể được chấp nhận tại điểm đến, trang phục, hành động thế nào để thể hiện sự tôn trọng đối với mọi người, v.v... Khi khách đến nơi thì nhân viên có thể trực tiếp chào đón và nhấn mạnh thêm những vấn đề quan trọng cần lưu ý.

- **Trong suốt quá trình lưu trú:** Lúc này khách hàng có thể được chỉ dẫn về những trường hợp đang áp dụng du lịch bền vững và họ có thể làm để hỗ trợ. Chẳng hạn tại nơi khách lưu trú, một vài tin nhắn để trong phòng tắm nhắc nhở khách nên sử dụng nước tiết kiệm bằng cách tái sử dụng khăn tắm hay tắt đèn khi không sử dụng.
- **Sau quá trình lưu trú:** Giữ liên hệ với khách là một cách tốt không chỉ khuyến khích khách hàng quay lại và giới thiệu cho người thân đến mà còn là cơ hội để tuyên truyền thông tin cụ thể hơn về chương trình du lịch bền vững. Ví dụ thông báo với khách hàng về những dự án cộng đồng hay những trường hợp thành công của các hoạt động liên quan đến môi trường.

DUY TRÌ BẢO MẬT DỮ LIỆU TRONG MARKETING

Để tiến hành hoạt động kinh doanh của mình, khối doanh nghiệp du lịch công và tư nhân phải thu thập thông tin về khách hàng và tổ chức. Ví dụ, một cơ quan du lịch của nhà nước cần biết thông tin chi tiết về tất cả các khách sạn trong một tỉnh, cùng với thông tin về tên và địa chỉ của chủ đầu tư khách sạn, hồ sơ thuế, và thông tin về khách sạn như tổng số phòng và giá phòng. Mặt khác, về phía doanh nghiệp như khách sạn cần thu thập thông tin cá nhân của khách hàng như tên khách, quốc tịch khách, thông tin tài khoản ngân hàng để thực hiện giao dịch bán hàng khi cung cấp dịch vụ cho khách. Quản lý tốt dữ liệu khách hàng được phản ánh thông qua cách thu thập, lưu trữ và sử dụng thông tin khách hàng như tên, địa chỉ hay thông tin cá nhân khác của khách mà vẫn đảm bảo tính bảo mật của những thông tin này.

Các loại dữ liệu yêu cầu tính bảo mật trong du lịch

Các loại dữ liệu yêu cầu được bảo mật bao gồm thông tin về khách hàng (khách hàng cá nhân hay doanh nghiệp) đang được lưu trữ trong máy tính hay hồ sơ lưu trữ của tổ chức mà có thể được sử dụng bởi bên thứ ba. Ví dụ như thông tin về tên, địa chỉ, e-mail, số hộ chiếu, ngày tháng năm sinh và tài khoản ngân hàng của khách.

Tầm quan trọng của việc đảm bảo quyền riêng tư

Quản lý tốt dữ liệu khách hàng và đảm bảo quyền riêng tư là điều quan trọng để gây dựng mối quan hệ với khách hàng (cá nhân hay doanh nghiệp). Nếu các tổ chức không tôn trọng quyền riêng tư của khách hàng có thể gây ra những vấn đề nghiêm trọng về mặt tài chính, thương mại hay nguy hại đến danh tiếng của tổ chức đó, hay có thể là bị xử phạt.

Mục đích và cách thu thập dữ liệu

Mục đích thu thập dữ liệu phải liên quan đến loại hình kinh doanh của tổ chức và phải có lý do hợp lý. Khi thu thập dữ liệu, thì các cá nhân và doanh nghiệp cần phải được thông báo liệu những thông tin này sẽ được sử dụng cho mục đích marketing hay cho các mục đích khác. Nếu cần có thể chuẩn bị hợp đồng chính thức đề cập rõ đến điều khoản bảo mật, giải thích mục đích thu thập thông tin để làm gì và thông tin này sẽ được sử dụng như thế nào. Nếu yêu cầu thông tin về tài khoản ngân hàng hay thẻ tín dụng của khách thì cần phải

tư vấn pháp lý vì những thông tin này liên quan đến vấn đề an ninh.

Vấn đề bảo mật dữ liệu khách hàng ở Việt Nam

Ở Việt Nam, luật giải quyết bảo vệ dữ liệu khách hàng là Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Nghị định số 99/2011/ND-CP. Luật và Nghị định này hỗ trợ giải quyết tính bảo mật dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng. Luật này yêu cầu người bán khi thu thập thông tin khách hàng phải thông báo với khách lý do, đảm bảo thông tin chính xác và được bảo mật, không chuyển những thông tin này cho người khác khi chưa được sự đồng ý của khách hàng. Nghiêm cấm người bán có những hành vi quấy rối khách hàng hay lợi dụng khách hàng, như:

- Lừa dối khách hàng hay định hướng sai lệch thông qua quảng cáo hoặc cung cấp thông tin sai về sản phẩm và người bán.
- Quấy rối khách hàng bằng cách marketing sản phẩm hay dịch vụ mà khách hàng không mong muốn
- Cưỡng chế người tiêu dùng bằng hành vi đe dọa hoặc trục lợi
- Bắt khách hàng thanh toán cho sản phẩm hoặc dịch vụ mà khách hàng không yêu cầu

Lưu trữ dữ liệu cho mục đích marketing

Một số điểm cần ghi nhớ khi lưu trữ dữ liệu cho mục đích marketing:

- Đảm bảo thông tin cá nhân luôn được bảo mật (ví dụ, hạn chế tối đa việc lưu trữ dữ liệu trên các thiết bị di động)
- Thường xuyên kiểm tra dữ liệu, đảm bảo dữ liệu luôn được cập nhật chính xác
- Đảm bảo dữ liệu được lưu trữ theo mục đích thu thập và chỉ dùng khi cần thiết
- Luôn luôn cho mọi người cơ hội lựa chọn có nhận thông tin marketing hay không (càng đơn giản càng tốt - ví dụ chỉ bằng cách nhấp chuột vào nút đồng ý trong e-mail)
- Lưu lại chi tiết thông tin yêu cầu không tham gia của khách hàng, đảm bảo những khách hàng này sẽ không bị làm phiền trong tương lai (khi có chiến dịch marketing khác)

Gửi thông tin marketing

Nếu một cá nhân hay công ty liên hệ với tổ chức của bạn, yêu cầu gửi thông tin marketing thì không có lý do gì mà bạn không cung cấp những thông tin này. Bạn có thể gửi thông tin marketing qua thư hay điện thoại, trừ khi khách yêu cầu không muốn nhận thông tin marketing trực tiếp. Khi gửi thông tin marketing bằng chuyển phát nhanh, fax hay e-mail đến từng cá nhân, trước hết cần có sự đồng ý của khách, tuy nhiên điều này không hẳn là cần thiết trong kinh doanh. Nếu mua dữ liệu bên ngoài thì cần tư vấn pháp lý để đảm bảo không xảy ra vi phạm.

THU THẬP PHẢN HỒI CỦA DU KHÁCH

Thu thập phản hồi của du khách là một bước quan trọng vì nó giúp cho các tổ chức cũng như cá nhân hoạt động trong lĩnh vực du lịch hiểu hơn về thị hiếu của khách hàng. Thị hiếu của khách có thể bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về mặt xã hội, chính trị, kinh tế và cảnh quan môi trường.

Kết quả của việc thu thập ý kiến khách hàng là để điều chỉnh và tạo ra những sản phẩm và chiến dịch quảng bá phù hợp, đáp ứng nhu cầu của thị trường. Lợi ích của việc thu thập ý kiến khách hàng một cách thường xuyên là:

- Khuyến khích du khách đưa ra phản hồi về sản phẩm, dịch vụ hay trải nghiệm
- Nêu lên các vấn đề khách gặp phải, từ lớn đến nhỏ
- Cơ hội cho các cá nhân và tổ chức nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ
- Hạn chế khiếu nại
- Tăng lượng khách đến thăm và thúc đẩy kinh doanh

Cách thức thu thập phản hồi

Cách thức thu thập phản hồi của khách phụ thuộc vào nguồn lực tài chính và nhân lực, sự hạn chế về mặt thời gian, mức độ chi tiết của thông tin cần thu thập và đặc điểm của khách hàng (đặc biệt là khả năng tiếp cận khách hàng nói riêng). Một số cách thu thập phản hồi thông dụng là:

- **Khảo sát:** Có thể tiến hành trực tuyến, qua điện thoại, thư điện tử. Bản khảo sát bao gồm hệ thống những câu hỏi định sẵn giúp hỗ trợ thu thập thông tin phản hồi về một chủ đề nhất định để có thể dễ dàng tổng hợp và phân tích. Thường được sử dụng khi điều tra về mức độ hài lòng của khách hàng sau khi sử dụng một loại sản phẩm hay dịch vụ.
- **Nhóm tập trung:** Thảo luận nhóm theo quy mô vừa hoặc nhỏ giữa các nhóm có thành viên được lựa chọn sẵn. Nhóm tập trung có khả năng cung cấp những ý kiến sâu sắc về thị hiếu, thái độ và quan điểm về các sản phẩm, dịch vụ đang hiện hữu hoặc sản phẩm, dịch vụ mới.
- **Phiếu điều tra hoặc thẻ bình luận:** Phiếu hoặc thẻ bằng giấy với một hoặc vài câu hỏi được định sẵn để thu thập ý kiến khách hàng sau khi khách hàng sử dụng một sản phẩm hay dịch vụ. Ví dụ ở một số địa danh di sản văn hóa hay lịch sử cung cấp sổ ghi chép hay trong khách sạn có những tấm thẻ hoặc giấy để ở dưới cửa phòng khách vào đêm cuối khách lưu trú.
- **Truyền thông:** Các mạng xã hội, cộng đồng trực tuyến, hay diễn đàn thảo luận có thể được sử dụng để thu thập phản hồi của khách hàng, có thể là những thông tin trực tiếp về địa điểm hay lĩnh vực kinh doanh (như trang Trip Advisor) hay là những thông tin chung chung về thái độ khách hàng và xu thế thị trường.
- **Phản hồi trực tiếp tại địa điểm và quan sát:** Đơn giản là quan sát thái độ của du khách và hỏi ý kiến khách hàng về một sản phẩm, dịch vụ hay trải nghiệm cụ thể có thể là cách thu thập phản hồi đơn giản nhất, ít tốn kém nhất nhưng lại nhanh nhất. Có thái độ tích cực và khách quan vì "tất cả các thông tin phản hồi là thông tin phản hồi tốt". Việc nói chuyện trực tiếp và quan sát khách hàng có thể giải quyết vấn đề trước khi khách rời đi, nâng cao mức độ hài lòng cho khách, do đó khách sẽ có những nhận xét tích cực và có thể quay lại sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ.

Theo dõi thông tin phản hồi

Khi đã nhận được thông tin phản hồi của khách hàng thì cần phải hành động nhanh chóng để đảm bảo không xảy ra mất mát. Khi đã hoàn tất, tổ chức nên liên hệ với khách hàng để thông báo vấn đề đã được khắc phục hoặc dịch vụ đã được cải thiện (có thể thông qua thư điện tử, thông báo hoặc trang web của tổ chức).



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 4

SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM

Khi hoàn thành bài này, học viên sẽ có thể:

- Liệt kê và mô tả các yêu cầu của tổ chức và chính phủ về sử dụng tốt lao động và các điều kiện làm việc
- Giải thích cách tuyển dụng và sử dụng lao động một cách minh bạch
- Mô tả cách tạo ra một lực lượng nhân sự đa dạng về giới, dân tộc, độ tuổi và khuyết tật
- Giải thích tầm quan trọng của cách thức quảng cáo các vị trí tuyển dụng
- Liệt kê và mô tả các tiêu chí tuyển chọn nhân viên mới và các chính sách nhân sự trong tổ chức
- Giải thích tầm quan trọng của cam kết nhóm
- Mô tả cách phát triển kế hoạch và mục tiêu du lịch có trách nhiệm
- Liệt kê và mô tả các nguyên tắc làm việc nhóm, bao gồm các đặc điểm về nhóm làm việc hiệu quả, vai trò và đặc trưng các thành viên, tổ chức bên trong nhóm, các vấn đề tiềm tàng và lợi ích của nhóm làm việc hiệu quả
- Giải thích vai trò và lý thuyết về động lực và ứng dụng vào các bối cảnh nơi làm việc khác nhau

MỤC LỤC

SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?	2
LỢI ÍCH CỦA VIỆC TUÂN THEO CÁC ĐIỀU KIỆN SỬ DỤNG LAO ĐỘNG TỐT	2
ÁP DỤNG CÁC ĐIỀU KIỆN SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM	2
Hiểu được luật pháp Việt Nam về quản lý sử dụng lao động	2
Hợp đồng sử dụng lao động	2
Mức lương tối thiểu hay cao hơn	3
Các mức lợi ích sử dụng lao động theo thỏa thuận của ngành.....	3
Tiền thưởng và ưu đãi	4
.....	4
Không gian làm việc	4
THỨC ĐẨY SỬ DỤNG CHÍNH SÁCH VỀ BÌNH ĐẲNG GIỚI VÀ CƠ HỘI CÔNG VIỆC BÌNH ĐẲNG	4
Không phân biệt đối xử	4
Bình đẳng giới	5
TUÂN THỦ CÁC CÁCH THỨC TUYỂN DỤNG CÓ TRÁCH NHIỆM.....	5
CUNG CẤP CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO KỸ NĂNG PHÙ HỢP	6
HỖ TRỢ SỬ DỤNG LAO ĐỘNG ĐỊA PHƯƠNG	6
PHÁT TRIỂN SỰ CAM KẾT VÀ HỢP TÁC NHÓM CÓ TRÁCH NHIỆM	7
Phát triển và tuyên truyền rõ ràng các kế hoạch và mục tiêu du lịch có trách nhiệm	7
Phát triển bản kế hoạch du lịch có trách nhiệm	7
Tuyên truyền rõ ràng các kế hoạch, mục tiêu, vai trò và trách nhiệm trong du lịch có trách nhiệm	7

Bài học này giới thiệu tổng quan về áp dụng Luật Lao động Việt Nam và đặc biệt làm nổi bật các thực tiễn hoạt động có trách nhiệm đáp ứng hay vượt quá các nhu cầu hoạt động trong sử dụng lao động vì lợi ích của những người lao động và người sử dụng lao động.

SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?

Dựa trên các nguyên tắc của Tổ chức Lao động Quốc tế ILO về lao động quốc tế, sử dụng lao động có trách nhiệm liên quan tới việc thực hiện các tiêu chuẩn lao động nhằm tạo các cơ hội cho cả nam và nữ có thể có được công việc tốt và hiệu quả trong điều kiện tự do, bình đẳng, an toàn và tự trọng; một yếu tố quan trọng trong khung quốc tế để đảm bảo sự phát triển của nền kinh tế toàn cầu sẽ tạo lợi ích cho tất cả mọi người. Sử dụng lao động có trách nhiệm nhằm dành sự cân bằng giữa tạo ra lợi ích cùng lúc cho cả người sử dụng lao động lẫn người lao động.

Bộ công cụ ILO về xóa đói giảm nghèo thông qua du lịch

Bộ công cụ của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) về Xóa đói giảm nghèo đã được soạn thảo và dịch sang tiếng Việt với sự hỗ trợ của Dự án Du lịch có trách nhiệm do EU tài trợ, như một phần nỗ lực thúc đẩy sử dụng lao động có trách nhiệm trong ngành du lịch Việt Nam. Với mục đích thúc đẩy các việc làm bền vững trong bối cảnh xóa đói giảm nghèo, bộ công cụ vạch ra tình hình chung cho các cách tiếp cận xóa đói giảm nghèo và cách Tổ chức ILO có thể tham gia trong bối cảnh việc làm bền vững và Mục tiêu Phát triển Thiên niên kỷ của Liên Hợp Quốc. Trong đó cũng tóm tắt quá trình phát triển gần đây của ngành du lịch và tầm nhìn cho các cách tiếp cận xóa đói giảm nghèo. Bộ công cụ được chia thành 5 chương mô-đun: ngành công nghiệp du lịch và xóa đói giảm nghèo - cái nhìn tổng quan, nguồn nhân sự, việc làm bền vững và đối thoại xã hội, quảng bá và marketing trong du lịch, thị trường du lịch, và kinh doanh du lịch. Bộ công cụ của Tổ chức ILO về Xóa đói giảm nghèo thông qua Du lịch có bản trực tuyến trên trang thông tin mạng của Tổ chức ILO tại địa chỉ www.ilo.org

LỢI ÍCH CỦA VIỆC TUÂN THEO CÁC ĐIỀU KIỆN SỬ DỤNG LAO ĐỘNG TỐT

Việc thực hiện các điều kiện sử dụng lao động tốt đã có căn cứ vững chắc trong luật lao động địa phương và mong muốn các tiêu chuẩn lao động quốc tế có thể đưa tới các lợi ích cho người sử dụng lao động cũng như người lao động như:

- Cải thiện hiệu suất làm việc và cách thức làm việc tiết kiệm khi đạt chuẩn
- Nhân viên tốt hơn và hài lòng hơn, tỉ lệ nghỉ việc thấp hơn do lương cao hơn cùng tiêu chuẩn về thời gian làm việc, và tôn trọng sự công bằng
- Nguồn nhân lực được đào tạo tốt hơn, mức độ sử dụng lao động cao hơn do có đầu tư vào đào tạo nghề
- Giảm các tai nạn hay các chi phí sức khỏe tốn kém nhờ áp dụng các chuẩn về an toàn

- Nâng cao đổi mới từ nhân viên nhờ có quy định bảo vệ nhân viên
- Nâng cao tính linh động trong thị trường lao động nhờ có quy định bảo hộ xã hội như các chương trình bảo hiểm hỗ trợ thất nghiệp và các chính sách tích cực về thị trường lao động

Bên cạnh những lợi ích trực tiếp kể trên, các tiêu chuẩn lao động như chất lượng lao động và sự ổn định xã hội và chính trị thường được các nhà đầu tư nước ngoài xem xét như là các tiêu chí chọn các quốc gia để đầu tư, và thường đánh giá cao các yếu tố này hơn so với yếu tố giá lao động. Cũng có những bằng chứng cho thấy các quốc gia không tôn trọng các tiêu chuẩn lao động thì thường có vị trí cạnh tranh hơn trong nền kinh tế toàn cầu.¹

ÁP DỤNG CÁC ĐIỀU KIỆN SỬ DỤNG LAO ĐỘNG CÓ TRÁCH NHIỆM

Việc áp dụng các điều kiện sử dụng lao động có trách nhiệm yêu cầu phải có sự hiểu biết về các luật Việt Nam về quản lý sử dụng lao động, áp dụng các hợp đồng lao động, trả lương tối thiểu hay cao hơn, cung cấp các phúc lợi lao động thỏa thuận trong ngành, có tiền thưởng và quà khuyến khích, và tạo môi trường làm việc đủ không gian.

Hiểu được luật pháp Việt Nam về quản lý sử dụng lao động

Bộ Luật Lao động Việt Nam áp dụng cho tất cả các cá nhân làm việc cho các tổ chức đóng tại Việt Nam hay cho các cá nhân người Việt Nam, không phân biệt quốc tịch; cũng như là các công ty Việt Nam gửi lao động ra nước ngoài (theo Luật về Gửi lao động Việt Nam ra làm việc ở nước ngoài). Các nguồn chính cho luật sử dụng lao động ở Việt Nam là:

- Luật Lao động (được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 23/6/1994, sửa đổi ngày 2/4/2002, 29/11/2006, và 2/4/2007)
- Luật đưa lao động Việt Nam ra làm việc ở nước ngoài (được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 29/11/2006)
- Nghị định của Chính phủ, Thông tư và quyết định của Bộ, Quyết định và các hướng dẫn của tỉnh
- Thỏa ước lao động tập thể, luật lệ của công ty, hợp đồng cá nhân
- Tóm tắt và hướng dẫn thực hiện hàng năm của Tòa án Nhân dân Tối cao

Hợp đồng sử dụng lao động

Hợp đồng sử dụng lao động (hay hợp đồng lao động) là thỏa thuận giữa người lao động và người sử dụng lao động về công việc trả lương, điều kiện làm việc và các quyền và nghĩa vụ của mỗi bên. Hợp đồng sử dụng lao động đảm bảo an toàn lớn hơn cho người lao động và người sử dụng lao động bằng cách cụ thể hóa đầy đủ các điều kiện sử dụng lao động và vai trò cũng như trách nhiệm của mỗi người. Hợp đồng lao động phải được ký đối với tất cả các công việc kéo dài hơn 3 tháng (trừ công việc giúp việc nội trợ). Ở Việt Nam, có các loại hợp đồng lao động khác nhau, mỗi loại được thiết kế cho các giai đoạn sử dụng lao động khác nhau.

¹ As previous

1. Hợp đồng lao động không xác định thời hạn: không có thời hạn cụ thể
2. Hợp đồng lao động có thời hạn: 12 hoặc 36 tháng
3. Hợp đồng lao động cho các công việc cụ thể hay thời vụ: dưới 12 tháng

Các thuật ngữ cần được xác định rõ trong hợp đồng lao động theo Luật Lao động Việt Nam bao gồm:

- **Công việc sẽ thực hiện:** Mô tả các hoạt động hàng ngày và các quyết định cần thiết. Các hoạt động này phải tuân thủ pháp luật.
- **Giờ làm việc:** giờ làm việc tối đa là 8 tiếng một ngày hoặc 48 giờ một tuần. Phải đảm bảo thời gian nghỉ tối thiểu là 24 giờ liên tục mỗi tuần. Người lao động được phép nghỉ ít nhất 30 phút trong giờ làm việc nếu làm liên tục 8 giờ (nếu làm ca đêm thì nghỉ ít nhất 45 phút)
- **Tiền lương:** Người lao động được hưởng mức lương không được thấp hơn mức lương tối thiểu, mức lương này được rà soát thường xuyên. Các mức lương tối thiểu có khác nhau tùy theo địa điểm nơi làm việc.
- **Nơi làm việc/ địa điểm:** Nơi làm việc của người lao động. Cần chỉ ra các yêu cầu về di chuyển đến nơi làm việc. Người sử dụng lao động cần trả chi phí đi lại khi có lý do hợp lý.
- **Thời hạn hợp đồng:** Theo thời hạn của ba loại hợp đồng đã định nghĩa ở trên (hợp đồng lao động không xác định thời hạn, hợp đồng lao động có thời hạn, hay hợp đồng lao động cho công việc cụ thể hay mùa vụ).
- **Điều kiện về vệ sinh và an toàn nghề:** Tuyên bố về việc người sử dụng lao động phải cung cấp để đảm bảo an toàn và vệ sinh nghề và cải thiện điều kiện làm việc tại nơi làm việc cũng như các nghĩa vụ có liên quan đối với người lao động

Mức lương tối thiểu hay cao hơn

Người lao động phải nhận được mức lương không được thấp hơn mức lương tối thiểu theo quy định của Liên đoàn Lao động Việt Nam. Mức tối thiểu tùy thuộc vào mức phát triển kinh tế xã hội ở các vùng khác nhau:

VÙNG	ĐỊA ĐIỂM	MỨC TỐI THIỂU*
Vùng I	Thành thị Hà Nội và TP HCM	2.350.000 VND / tháng
Vùng II	Thành thị Hà Nội và TP HCM, Cần Thơ, Đà Nẵng, Hải Phòng	2.100.000 VND / Tháng
Vùng III	Các thành phố trực thuộc tỉnh và các quận huyện ở Bắc Ninh, Bắc Giang, Hải Dương, và Vĩnh Phúc	1.800.000 VND / Tháng
Vùng IV	Các địa bàn còn lại	1.650.000 VND / Tháng

* Thời điểm hiện hành 1/1/2013

Tuy nhiên nếu có thể người lao động cần hướng tới để trả lương cao hơn mức lương tối thiểu. Các lợi ích của việc trả lương cao hơn sẽ bao gồm:

- **Tăng tinh thần làm việc:** Nhân viên nhận mức lương cao hơn mức trung bình sẽ cảm thấy được đánh giá cao hơn và nhờ đó sẽ nâng cao tinh thần làm việc của họ.
- **Giảm số lượng nghỉ việc:** người lao động nhận mức lương đầy đủ sẽ không thấy cần phải tìm kiếm các cơ hội công việc khác với mức lương có thể tốt hơn.

- **Coi trọng chất lượng:** Trả lương cao hơn mức tối thiểu sẽ khuyến khích số lượng và chất lượng đơn xin việc cho vị trí trống/ đang quảng cáo.
- **Tạo động lực:** Người lao động nhận mức lương cao hơn mức trung bình sẽ cảm thấy có động lực thực hiện thỏa đáng các công việc hàng ngày ở mức cao hơn.

Tiền lương phải được rà soát lại hàng năm và tăng theo số năm người lao động đã làm ở vị trí hiện tại, mức trách nhiệm, và kinh nghiệm. Hàng năm cũng phải xem xét mức lạm phát và đưa yếu tố này vào khi xem xét tiền lương hàng năm.

Các mức lợi ích sử dụng lao động theo thỏa thuận của ngành

Theo Bộ Luật Lao động Việt Nam, người sử dụng lao động phải cung cấp các lợi ích sau cho người lao động:

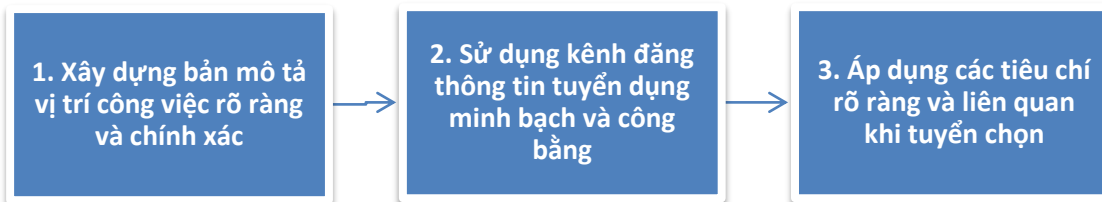
- **Bảo hiểm xã hội và nghỉ phép:** bảo hiểm xã hội bắt buộc phải nộp cho người lao động có hợp đồng lao động không xác định thời hạn hay có thời hạn 3 tháng hoặc dài hơn. Nguồn quỹ bảo hiểm xã hội sẽ trả trợ cấp cho nghỉ ốm, nghỉ thai sản, các tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, và lương hưu.
- **Nghỉ hàng năm và nghỉ lễ:** Mỗi người lao động làm việc 12 tháng đầy đủ sẽ được hưởng 12 ngày nghỉ lễ vẫn được trả đủ lương theo điều kiện trong hợp đồng lao động trong điều kiện làm việc thông thường. Người lao động cũng được hưởng các ngày nghỉ lễ trả đủ lương (vd, Tết âm lịch, Quốc khánh, Quốc tế Lao động).
- **Nghỉ ốm:** Người lao động bị ốm đau và/ hoặc có khuyết tật hay nghỉ phép theo yêu cầu của bác sỹ có thể nhận khoản trợ cấp do quỹ bảo hiểm xã hội trả theo mức lương của người lao động với thời gian tối đa là 30-60 ngày mỗi năm tùy theo thời gian người lao động đã đóng góp vào quỹ bảo hiểm xã hội.
- **Nghỉ thai sản:** Người lao động nữ được quyền nghỉ trước và sau khi sinh con là 06 tháng, và trong thời gian này được hưởng chế độ thai sản theo quy định của pháp luật về bảo hiểm xã hội
- **Tai nạn lao động:** phải được xử lý ngay lập tức, người sử dụng lao động phải chịu hoàn toàn trách nhiệm về sự việc xảy ra. Người sử dụng lao động phải trả tiền lương đầy đủ kèm các khoản phí chữa trị cho toàn bộ khoảng thời gian nghỉ việc. Người lao động còn được hưởng trợ cấp bảo hiểm xã hội trả một lần hay trả góp theo tháng từ quỹ bảo hiểm xã hội.
- **Lương hưu:** Cả người sử dụng lao động và người lao động đều phải đóng góp vào quỹ bảo hiểm xã hội để trả lương hưu cho người lao động khi họ nghỉ hưu.
- **Nghỉ để thực hiện nghĩa vụ quân sự hoặc nghĩa vụ cộng đồng:** Người lao động có quyền tạm ngưng thực hiện nhiệm vụ theo hợp đồng lao động nếu họ được yêu cầu thực hiện nghĩa vụ quân sự hay các nghĩa vụ công dân khác. Người sử dụng lao động phải sử dụng lại lao động này sau khi họ đã kết thúc đợt nghĩa vụ.

Nghĩa vụ của người lao động và người sử dụng lao động về việc cung cấp môi trường lao động tốt

Tiền thưởng và ưu đãi

Mục đích của tiền thưởng và ưu đãi là để cải thiện hiệu quả kinh doanh bằng cách thưởng người lao động, ví dụ như khi mức bán hàng có tăng trưởng, và cũng là cách tạo động lực công việc. Các ví dụ về tiền thưởng và ưu đãi bao gồm:

- **Nhân viên đi nghỉ:** Nhân viên đi ăn tối hay tham gia một chuyến đi thường được người sử dụng lao động chi trả hoàn toàn do đã làm việc tốt. Chuyến đi như vậy thường có kèm các hoạt động xây dựng tinh thần làm việc nhóm.
- **Kỳ nghỉ có trả lương:** Người lao động được nghỉ vẫn được người sử dụng lao động trả lương. Trong du lịch những chuyến đi như vậy thường dưới dạng *Tiền trạm*, người lao động được đưa đến điểm đến họ phải bán cho khách hàng để giúp cho người lao động hiểu biết hơn về các đặc điểm của nơi này, nhờ vậy sẽ bán được tốt hơn.
- **Tiền thưởng:** Số tiền với mức thưởng cố định ngoài mức lương chuẩn cho công việc hoàn thành tốt, vd nếu nhân viên bán hàng vượt quá được quota trong một khoảng thời gian nhất định



Các yếu tố chính trong việc tuyển dụng có trách nhiệm

Không gian làm việc

Người sử dụng lao động phải đảm bảo đầy đủ điều kiện làm việc vệ sinh và an toàn trong khi đó người lao động phải tuân theo tất cả các chính sách và quy trình về an toàn và vệ sinh. Các nghĩa vụ quan trọng liên quan tới an toàn và vệ sinh nghề nghiệp là bắt buộc đối với người lao động cũng như người sử dụng lao động:

- **Nghĩa vụ của người sử dụng lao động:** Đảm bảo nơi làm việc đạt yêu cầu cơ bản về không gian (đồ đạc phù hợp, đủ sáng cũng như tiếp cận được thông tin và công nghệ thông tin phù hợp, vv.) Đủ điều kiện thông gió và đảm bảo tiếng ồn, sức nóng và các yếu tố có hại khác ở mức thấp nhất. Các đợt kiểm tra định kỳ và bảo trì máy

móc và thiết bị và đảm bảo các yêu cầu về an toàn và vệ sinh lao động có liên quan, thông tin được cung cấp tại nơi nhân viên có thể dễ dàng nhìn thấy. Kiểm tra và đánh giá các yếu tố nguy hiểm và có hại để thực hiện các phương thức giảm thiểu các rủi ro và cải thiện điều kiện làm việc cũng như chăm sóc sức khỏe cho người lao động.

- **Nghĩa vụ của người lao động:** Tuân theo các quy định, quy trình và luật lệ về an toàn và vệ sinh liên quan tới công việc và nhiệm vụ được giao. Sử dụng và duy trì các thiết bị để bảo vệ bản thân. Báo cáo kịp thời tới người có trách nhiệm trong trường hợp có khả năng xảy ra tai nạn hay có tai nạn nghề, các bệnh, các sự việc nguy hiểm hay độc hại và hỗ trợ khắc phục hiệu quả nếu có thể.

THỨC ĐẨY SỬ DỤNG CHÍNH SÁCH VỀ BÌNH ĐẲNG GIỚI VÀ CƠ HỘI CÔNG VIỆC BÌNH ĐẲNG

Không phân biệt đối xử

Theo Luật Lao động Việt Nam, người lao động có quyền làm việc mà không bị phân biệt đối xử trên cơ sở giới tính, chủng tộc, tầng lớp xã hội, tình trạng hôn nhân, tín ngưỡng và tôn giáo. Người lao động cũng bị cấm không được phân biệt đối xử đối với người khuyết tật, hay chống lại việc thiết lập, gia

nhập hay tham gia vào các hoạt động của công đoàn. Ngoài ra, người lao động phải thực hiện các nguyên tắc về bình đẳng giới đối với các vấn đề về tuyển dụng, sử dụng lao động, tiền lương, và tăng lương.

Các điều bị cấm khác bao gồm:

- Ngược đãi người lao động, quấy rối tình dục tại nơi làm việc.
- Cưỡng chế lao động
- Lạm dụng việc dạy nghề, học nghề để tạo lợi nhuận; lợi dụng lao động hoặc lôi kéo, cưỡng chế học viên nghề, người học nghề vào làm những công việc trái pháp luật
- Sử dụng người lao động chưa được đào tạo hay không có chứng chỉ nghề quốc gia để làm những công việc có yêu cầu người lao động đã qua đào tạo hoặc người lao động có chứng chỉ nghề quốc gia.

- Quảng cáo hay lôi kéo theo cách giả dối để có thể lừa gạt người lao động hoặc khai thác các dịch vụ việc làm để ký hợp đồng gửi lao động ra nước ngoài để thực hiện các hành vi trái pháp luật
- Sử dụng trái pháp luật lao động chưa đủ tuổi

Bình đẳng giới

Bình đẳng giới có được khi mọi người có thể tiếp cận và hưởng phần thưởng, nguồn lực và cơ hội như nhau, bất kể họ là phụ nữ hay nam giới. Bình đẳng giới bao gồm các lĩnh vực quan trọng như cung cấp khoản thù lao công bằng, gỡ bỏ rào cản ngăn phụ nữ được tham gia làm việc đầy đủ và công bằng, tiếp cận công bằng và thực sự vào tất cả các loại hình nghề nghiệp và ngành, bao gồm cả các vị trí lãnh đạo, và xóa bỏ phân biệt đối xử về giới đặc biệt là trong các trách nhiệm chăm sóc và với gia đình.

Bình đẳng giới không chỉ quan trọng trong việc tạo nên người sử dụng lao động công bằng, mà nó còn quan trọng đối với doanh nghiệp trong việc tạo ra lợi nhuận và hiệu suất. Các lợi ích quan trọng khác của bình đẳng giới tại nơi làm việc bao gồm:

- Bình đẳng giới thu hút nhân tài hàng đầu: Nơi làm việc có thể thu hút cả nam lẫn nữ sẽ có thể thu hút những nhân tài tốt nhất.
- Bình đẳng giới làm giảm chi phí: Cả nam và nữ nhân viên sẽ có khả năng ở lại với công ty họ đang làm việc khi họ thấy được đối xử công bằng, do đó giảm được số người nghỉ việc và giảm chi phí phải tuyển dụng người mới.
- Các công ty áp dụng bình đẳng giới hoạt động tốt hơn. Sự đa dạng tại nơi làm việc bao gồm đại diện của phụ nữ có thể đưa ra những quan điểm đa dạng hơn, phân tích đầy đủ toàn diện hơn và khuyến khích được nỗ lực lớn hơn, dẫn tới cải thiện chất lượng của việc ra quyết định.
- Bình đẳng giới nâng cao hiệu suất và tính cạnh tranh quốc gia: trao quyền cho phụ nữ sẽ tạo ra hiệu suất cao trong sử dụng nhân tài của quốc gia. Giảm sự phân biệt về giới sẽ làm tăng hiệu suất và tăng trưởng kinh tế, nhờ đó tăng được sức cạnh tranh của quốc gia.
- Bất bình đẳng giới gây ra phí phạm nguồn lực: Đầu tư giáo dục bé gái và phụ nữ sẽ bị lãng phí và các cơ hội kinh tế sẽ mất đi khi phụ nữ không được tham gia đầy đủ vào lực lượng lao động và đóng góp vào năng suất quốc gia.

Bảo vệ trẻ em trong du lịch

Một nghiên cứu do Tổ chức Lao động Quốc tế ILO thực hiện đã ước tính có khoảng 13-19 triệu trẻ em dưới 18 tuổi đang phải làm công việc có gắn với du lịch, tương đương 10-15% tổng số lao động trong ngành du lịch toàn cầu.²

Các doanh nghiệp nhỏ với bản chất công việc không chính thức trong ngành Du lịch tạo ra môi trường thuận lợi cho việc khai thác lao động trẻ em, ngành phải có nghĩa vụ đạo đức để bảo vệ trẻ em khỏi nguy hiểm.

Thường xảy ra nhiều trong các nhà hàng và khách sạn, trẻ em có thể phải tiếp xúc với các mối nguy hiểm về thể chất và đạo đức có thể gây hại cho phần đời còn lại của các em, lý do là việc các doanh nghiệp này có sử dụng các chất có cồn, hay liên quan tới công nghiệp tình dục, bạo lực và ma túy bất

hợp pháp.

Trong khi vấn đề cơ bản nhất vẫn là nghèo đói, thiếu cơ hội học tập và sức ép kinh tế ngày càng tăng do toàn cầu hóa, vẫn còn nhiều điều ngành Du lịch có thể làm để bảo vệ sức khỏe của trẻ em khỏi bị tổn hại. Một số gợi ý hành động để xóa bỏ lạm dụng trẻ em ở các mức độ khác nhau bao gồm:

Quốc tế

- Công ước quốc tế (C182, C138, CRC)
- Hướng dẫn và quy định đạo đức toàn cầu UNWTO
- Quy định hành vi trong ngành du lịch

Quốc gia

- Phê chuẩn công ước quốc tế
- Thực hiện pháp luật và củng cố
- Cung cấp giáo dục bắt buộc miễn phí cho mọi người
- Cung cấp thông tin cho khách du lịch
- Cung cấp bảo trợ xã hội cho các hộ nghèo

Vùng

- Thực hiện các dự án phi chính phủ/ địa phương về các nhóm tự lực
- Thực hiện vận động hành lang, nâng cao nhận thức
- Cho phép có tổ chức công đoàn của người lao động

Khác

- Tăng cường cộng đồng giám sát trẻ em
- Thúc đẩy thiết lập mạng lưới, sự phối hợp giữa các tổ chức phi chính phủ
- Tổ chức nghiên cứu địa phương để hiểu các vấn đề của địa phương và tạo sự đồng thuận.

TUÂN THỦ CÁC CÁCH THỨC TUYỂN DỤNG CÓ TRÁCH NHIỆM

Tuyển dụng có trách nhiệm liên quan tới việc phát triển bản mô tả công việc chính xác và rõ ràng cho các ngành nghề, áp dụng quảng cáo minh bạch và công bằng đối với các vị trí trống, và áp dụng các tiêu chí rõ ràng và có liên quan khi tuyển chọn nhân viên mới. Khi các tổ chức hay công ty có các quy trình và chính sách sẵn có về tuyển dụng, thì phải tuân theo những quy trình chính sách này. Dưới đây là một số lời khuyên khi áp dụng tuyển dụng có trách nhiệm:

- **Xây dựng bản mô tả vị trí công việc rõ ràng và chính xác:** Đảm bảo có bản mô tả công việc ("vị trí") cho vị trí cần người. Bản mô tả công việc cần bao gồm các chi tiết như chức danh nghề, dưới quyền ai, lương (kèm phúc lợi), giờ làm việc, địa điểm, mục đích công việc, các trách nhiệm và nhiệm vụ chính (bao gồm cả năng lực cần có), bằng cấp học thuật hay nghề nghiệp, kinh nghiệm công việc và các kỹ năng theo yêu cầu.
- **Sử dụng kênh đăng thông tin tuyển dụng minh bạch và công bằng:** Các quảng cáo công việc phải chỉ ra các lợi ích của vị trí trống, triển vọng của tổ chức, cơ hội cho các ứng viên trúng tuyển và hướng dẫn cách lấy thêm thông tin hay đặt câu hỏi. Thông tin trên quảng cáo công việc phải trùng hợp với các tiêu chí lựa chọn và không sử dụng ngôn ngữ phân biệt đối xử hay rập khuôn hay các yêu cầu phân biệt đối xử (vd, 'bán hàng nam', 'tuổi từ 30-45'). Khi đưa quảng cáo công việc lên phải xem xét cách thức để tiếp cận đối tượng mục tiêu hiệu quả nhất, đặc

² Black, M. 1999, *Trong vùng tranh tối tranh sáng: Lao động trẻ em trong công nghiệp khách sạn, du lịch và dịch vụ ăn uống*, Tổ chức Lao động Quốc tế, Geneva, Thụy Sĩ

biệt là các đối tượng sống tại địa phương đó (vd, đưa trên báo địa phương, bảng tin, trang mạng, vv). Khoảng thời gian giữa lúc đăng quảng cáo và thời điểm tuyển dụng phải đủ để các ứng viên nhận biết được có vị trí trống và chuẩn bị và nộp hồ sơ xin việc (vd, 3-4 tuần).

- **Áp dụng các tiêu chí rõ ràng và có liên quan trong tuyển chọn:** Các tiêu chí tuyển chọn bao gồm các kỹ năng cần thiết, kiến thức, bằng cấp, phẩm chất, và kinh nghiệm cần có để có thể thực hiện các nhiệm vụ của vị trí đó và phải hình thành cơ sở cho danh mục các câu hỏi phỏng vấn, đánh giá ứng viên và đưa vào danh sách rút gọn. Tiêu chí tuyển chọn phải phản ánh nội dung trong bản mô tả vị trí và nhu cầu của tổ chức. Quyết định các tiêu chí thiết yếu phải được thực hiện trước khi rà soát các hồ sơ xin việc. Tầm quan trọng của từng tiêu chí phải được thỏa thuận (và cân nhắc) để giúp cho việc lựa chọn giữa các ứng viên dễ dàng hơn. Khi tuyển chọn ứng viên, sử dụng tổng hợp các tiêu chí sẽ có lợi hơn là xác định một ứng viên với bằng cấp danh giá nhất, hay có nhiều ấn phẩm nhất, hay có thâm niên cao nhất.

CUNG CẤP CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO KỸ NĂNG PHÙ HỢP

Các chương trình đào tạo nhân viên cung cấp cho nhân viên thông tin và kỹ năng họ cần để thực hiện công việc hiệu quả, theo các tiêu chuẩn đã đề ra/ theo yêu cầu, và tác động ít nhất tới an toàn và sức khỏe của nhân viên. Đào tạo là việc quan trọng vì nó giúp nêu ra các điểm yếu của nhân viên và nhờ đó xây dựng nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng chung và có thể làm việc nhóm hay làm việc độc lập, cải thiện hiệu quả công việc và sự tự tin của nhân viên, đảm bảo tốt hơn tính đồng nhất trong kết quả và quá trình làm việc, và tạo ra sự hài lòng hơn cho nhân viên và thể hiện được sự coi trọng nhân viên. Đào tạo phải được thực hiện ngay sau khi tuyển dụng và tiếp diễn trong suốt thời gian sử dụng lao động. Các nguyên tắc cần xem xét khi lên kế hoạch, thực hiện chương trình đào tạo kỹ năng có trách nhiệm bao gồm:

- **Chương trình giới thiệu công việc:** giúp nhân viên mới nhanh chóng và vui vẻ ổn định với vị trí công việc. Đào tạo giới thiệu công việc thông thường sẽ cung cấp tổng quan về công việc với cách thức, thời gian, và mong muốn rõ ràng. Ngoài ra, đào tạo ban đầu cũng bao gồm tổng quan về nơi làm việc (vị trí của bếp và nhà vệ sinh), giới thiệu với các nhân viên (vai trò và trách nhiệm của họ), và tổng quan về các công việc và quy trình làm việc (vd, giờ làm việc, ngày nghỉ, viết báo cáo số giờ làm việc, trang phục, các luật lệ về an toàn và sức khỏe). Đào tạo giới thiệu cũng là lúc tốt nhất để giới thiệu cho nhân viên mới sứ mệnh, mục tiêu, giá trị và triết lý kinh doanh của tổ chức. Về khía cạnh du lịch có trách nhiệm, cũng trong buổi đào tạo giới thiệu này nhân viên sẽ được giới thiệu nền tảng rõ ràng và những mong đợi của tổ chức bao gồm các giá trị đạo đức, chính trực, và trách nhiệm xã hội nhân viên phải hoàn thành. Các chủ đề tiềm năng cần bao quát bao gồm các chính sách, luật lệ và quy định bao gồm:
 - Không phân biệt đối xử
 - Quấy rối tình dục
 - Đạo đức trong kinh doanh
 - Đa dạng
 - Xử lý xung đột
 - Kỹ năng dịch vụ khách hàng
 - An toàn nơi làm việc

- Các nguyên tắc thân thiện với môi trường và xã hội và các hoạt động trong tổ chức

- **Đào tạo kỹ năng thường xuyên:** Nhân viên phải được đào tạo năng lực kỹ năng chính thức phù hợp với nghề và theo nhu cầu của nhân viên. Đào tạo kỹ năng phải nằm trong kế hoạch đào tạo chính thức của tổ chức có xác định rõ: (i) yêu cầu về đào tạo từ phía tổ chức, (ii) kỹ năng hiện tại của nhân viên và nhu cầu trong tương lai, (iii) các nguồn lực có sẵn phục vụ đào tạo, (iv) các cách thức đào tạo phù hợp, và (v) các cơ hội đào tạo. Các yếu tố cần cân nhắc trong khi phát triển đào tạo kỹ năng thường xuyên bao gồm:
 - **Phân tích nhu cầu đào tạo:** Tại sao lại cần đào tạo? Đào tạo với hình thức nào? Cần đào tạo ở đâu và khi nào? Ai cần được đào tạo và ai sẽ thực hiện đào tạo? Việc đào tạo sẽ thực hiện như thế nào?
 - **Thiết kế chương trình đào tạo:** Sử dụng bản mô tả công việc hiện tại và danh mục đầy đủ các tiêu chuẩn và quy trình có thể tạo ra từ từng trách nhiệm ghi trong bản mô tả công việc. Các mục tiêu học tập có thể đo đếm được, cách thức giảng dạy đào tạo, và tổng quan các chủ đề hay mô đun phát triển cho chương trình đào tạo sử dụng phương thức lộ gic từng bước một.
 - **Phát triển chương trình đào tạo:** Sử dụng các mục tiêu và thông tin soạn ra từ bước thiết kế để phát triển chương trình đào tạo bao gồm các tài liệu cho đào tạo viên và học viên và các hoạt động đánh giá khả thi.
 - **Thực hiện chương trình đào tạo:** giảng dạy chương trình đào tạo cho nhân viên theo các chi tiết có trong bản thiết kế chương trình đào tạo
 - **Đánh giá chương trình đào tạo:** Học viên đã có được các kiến thức, kỹ năng hay thái độ như xác định trong bước phân tích chưa? Có thể cần có những điều chỉnh trong thiết kế, phát triển, hay thực hiện chương trình đào tạo sau khi thực hiện giảng thử lúc ban đầu.

HỖ TRỢ SỬ DỤNG LAO ĐỘNG ĐỊA PHƯƠNG

Với hầu hết mọi người, cách quan trọng để tránh đói nghèo là có việc làm. Tuy nhiên, hỗ trợ sử dụng lao động địa phương không chỉ củng cố nền kinh tế địa phương bằng cách tạo việc làm và thu nhập, mà nó còn tạo ra sự hỗ trợ lớn hơn cho tổ chức từ phía cộng đồng do đã tuyển chọn lao động địa phương. Một số trường hợp nên sử dụng lao động địa phương bao gồm:

- Đưa kiến thức địa phương và việc sinh sống tại địa phương như yếu tố ưu tiên vào bản mô tả công việc và trên quảng cáo
- Đảm bảo các tiêu chí tuyển chọn cho các vị trí không bỏ qua các mức độ kỹ năng và học vấn thông thường của nguồn nhân lực địa phương.
- Nếu kỹ năng và kiến thức của nguồn nhân lực địa phương ít có sức cạnh tranh thì nên bù lại bằng cách đưa ra các chương trình tập huấn toàn diện tại nơi làm việc
- Nếu kỹ năng và kiến thức của nguồn nhân lực địa phương ít có sức cạnh tranh thì đưa lao động sinh sống tại địa phương vào làm các vị trí ở mức khởi đầu và làm việc để phát triển kỹ năng theo thời gian.

PHÁT TRIỂN SỰ CAM KẾT VÀ HỢP TÁC NHÓM CÓ TRÁCH NHIỆM

Sử dụng lao động có trách nhiệm đi đôi với việc phát triển cam kết và phối hợp làm việc nhóm thông qua việc thực hiện các chính sách và nguyên tắc ứng xử mang tính xây dựng trong tổ chức.

Phát triển và tuyên truyền rõ ràng các kế hoạch và mục tiêu du lịch có trách nhiệm

Sự có trách nhiệm trong du lịch chỉ thành hiện thực nếu tổ chức phát triển và thực hiện các hoạt động, thực tế và cách tiếp cận du lịch có trách nhiệm theo đúng cách và có được sự tham gia và cam kết của nhân viên khi thực hiện công việc trong du lịch có trách nhiệm. Ngoài ra, nếu mục tiêu, hoạt động, và cách thực hiện trong bản kế hoạch du lịch có trách nhiệm của tổ chức không được tuyên truyền rõ ràng và được nhân viên hiểu rõ thì khả năng tổ chức đó có thể đạt được các mục tiêu và mục đích thành công là rất nhỏ.

Phát triển bản kế hoạch du lịch có trách nhiệm

Bất cứ doanh nghiệp nào cũng có thể có trách nhiệm hơn - có thể là trong chính các hoạt động nội bộ của mình, hay thay vào đó, thông qua các hoạt động bên ngoài trong cộng đồng địa phương hay với môi trường. Nhằm xác định và phát triển các kế hoạch du lịch có trách nhiệm các doanh nghiệp nên:

- Phân tích các tình huống kinh tế và môi trường cả bên trong lẫn bên ngoài và xác định các thách thức và mối đe dọa liên quan tới du lịch (vd, sử dụng năng lượng hay nguồn nước trong khách sạn còn cao, quản lý rác thải tại địa phương còn yếu kém gây ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách, trẻ em bị giới hạn cơ hội được đi học chính thức, vv). Thu thập được thông tin phản hồi của khách sẽ là cách tốt để giúp tìm ra được các vấn đề, hoặc có thể nói chuyện với nhà chức trách trong du lịch địa phương. Đảm bảo nhân viên phải được tham gia vào quá trình xác định này.
- Phân tích các vấn đề đã được xác định theo mức độ vấn đề, mức độ nguồn lực cần thiết từ tổ chức, mức độ liên quan tới mục tiêu của tổ chức, và mức độ tác động tích cực tiềm tàng nếu có biện pháp can thiệp.
- Xếp hạng các vấn đề theo các tiêu chí quy định (áp dụng hệ thống cho điểm và xếp thứ tự) và phát triển thành danh sách các biện pháp can thiệp khả thi
- Phát triển kế hoạch hoạt động du lịch có trách nhiệm để can thiệp. Ví dụ, “giảm tiêu thụ điện năng” có thể bao gồm từng bước loại bỏ các bóng đèn cũ có hiệu quả năng lượng kém, lắp đặt quạt trần và tránh dùng điều hòa nhiệt độ, lắp đặt tấm nước nóng năng lượng mặt trời, vv. Cần phải xác định cho từng hoạt động du lịch có trách nhiệm các hoạt động, mục đích, mục tiêu, thời gian, trách nhiệm và nguồn lực theo yêu cầu và mục tiêu có thể đo đếm được để đánh giá mức độ thành công (bao gồm cả các mức ranh giới khởi đầu)
- Thực hiện các hoạt động theo kế hoạch du lịch có trách nhiệm và thường xuyên giám sát và đánh giá và chỉnh sửa để đảm bảo thành công hơn.
- Tất cả nhân viên đều phải tham gia vào quá trình phát triển kế hoạch du lịch có trách nhiệm bao gồm việc định ra mục tiêu và hoạt động khuyến khích tinh thần trách nhiệm lớn hơn. Phân công và gọi nhân viên là các ‘nhà vô địch’

hay các lãnh đạo trong việc thực hiện các hoạt động hay dự án có thể giúp nhân viên nhận thức tốt hơn và cam kết nhiều hơn.

Tuyên truyền rõ ràng các kế hoạch, mục tiêu, vai trò và trách nhiệm trong du lịch có trách nhiệm

Có được sự ủng hộ, tham gia và cam kết của nhân viên trong các hoạt động du lịch có trách nhiệm là quá trình thường xuyên lâu dài và yêu cầu phải tuyên truyền thường xuyên để đảm bảo củng cố việc thực hiện các hoạt động này vào tiềm thức của nhân viên. Ngoài ra, việc tuyên truyền cho các hoạt động du lịch có trách nhiệm có thể tạo ra niềm tự hào của nhân viên trong tổ chức, nhờ đó nhân viên sẽ thường xuyên tuyên truyền với khách và người dân trong cộng đồng về các hoạt động du lịch có trách nhiệm trong tổ chức. Điều này không chỉ ảnh hưởng tốt tới danh tiếng của tổ chức mà còn giúp nâng cao nhận thức và đào tạo mọi người về chính vấn đề này, dẫn đến việc hiểu vấn đề rộng hơn và hỗ trợ các hành động tích cực. Nhằm tuyên truyền các kế hoạch, mục tiêu, vai trò và trách nhiệm của du lịch có trách nhiệm, quản lý cần:

- Xây dựng các bản mô tả công việc cá nhân cho từng hoạt động du lịch có trách nhiệm yêu cầu nhân viên phụ trách dự án bao gồm công việc cần thực hiện, số giờ làm việc, nơi làm việc/ địa điểm, thời điểm thực hiện, các yêu cầu báo cáo, và điều kiện về an toàn và vệ sinh nghề nghiệp.
- Cung cấp thông tin cho nhân viên về các tình trạng môi trường, kinh tế hay xã hội và các hoạt động hay dự án tổ chức đang thực hiện ngay trong buổi đào tạo giới thiệu công việc.
- Hướng dẫn nhân viên về các hoạt động du lịch có trách nhiệm trong buổi đào tạo giới thiệu công việc bao gồm cả lịch sử của hoạt động, các thành tựu đã đạt được cho tới nay, và các nhiệm vụ nhân viên cần làm và mong đợi của quản lý.
- Phát triển bộ nguyên tắc ứng xử cho nhân viên bao quát các vấn đề như tính chuyên nghiệp, quản lý phản nàn, cung cấp thông tin chính xác, quản lý các tương tác của khách với cộng đồng và môi trường tại địa phương, vv.
- Cập nhật thường xuyên với nhân viên về tiến độ các hoạt động có trách nhiệm trên bảng tin của nhân viên, qua thư điện tử và trong các buổi họp với nhân viên
- Kết hợp báo cáo các thành tựu của các hoạt động du lịch có trách nhiệm trong bản báo cáo cuối năm và cho phép nhân viên và những người khác dễ dàng tiếp cận tài liệu này trên trang mạng của tổ chức hay qua thư điện tử.



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 5

XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi học xong bài này, học viên sẽ có thể:

- Giải thích tầm quan trọng của việc phát triển các quy định trong công ty về hành vi có trách nhiệm của khách hàng
- Giải thích cách xây dựng các bản hướng dẫn và quy trình tổ chức giúp khách hàng tuân theo các hành vi du lịch có trách nhiệm
- Giải thích ý nghĩa và tầm quan trọng của việc phát triển các chính sách tổ chức có liên quan tới sự bền vững về kinh tế, văn hóa-xã hội và môi trường.
- Xác định rõ đặc điểm của kiến thức và các chiến dịch nâng cao nhận thức.
- Liệt kê và giải thích các loại hình và đặc điểm của kiến thức và các công cụ phổ biến kiến thức
- Giải thích tầm quan trọng của các chương trình đào tạo và huấn luyện thường xuyên về các thực tiễn du lịch bền vững.

MỤC LỤC

THẾ NÀO LÀ XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM?	2
TẦM QUAN TRỌNG CỦA VIỆC XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ CÁC CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM .	2
PHÁT TRIỂN CÁC CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC VỀ THỰC TIỄN DU LỊCH BỀN VỮNG	2
Phân tích tính bền vững của tổ chức.....	2
Phát triển các chính sách du lịch có trách nhiệm	2
Các nội dung quan trọng trong chính sách	3
PHÁT TRIỂN CÁC QUY TRÌNH VÀ HƯỚNG DẪN TỔ CHỨC TRONG THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG BỀN VỮNG	3
Phát triển các quy trình	3
Phát triển các văn bản hướng dẫn	4
PHỔ BIẾN CHÍNH SÁCH, QUY TRÌNH VÀ VĂN BẢN HƯỚNG DẪN	6
Phát triển các công cụ phổ biến nội bộ	6
Các nguyên tắc về thông điệp nâng cao nhận thức tốt	7
PHÁT TRIỂN NHÂN VIÊN VÀ TẬP HUẤN VỀ DU LỊCH BỀN VỮNG.....	7
Phân tích.....	7
Thiết kế	8
Phát triển.....	8
Thực hiện.....	8
Đánh giá.....	8

Bài này giới thiệu cách tiếp cận theo hệ thống trong việc xác định các nhu cầu bền vững trong tổ chức và việc phát triển cũng như thực hiện các chính sách, quy trình và hướng dẫn Du lịch có Trách nhiệm nhằm giúp đạt được các mục tiêu chính sách. Ngoài ra, bài học cũng giới thiệu các phương pháp hiệu quả để phổ biến các chính sách và quy trình, và cách tiếp cận logic trong việc phát triển và thực hiện đào tạo và phát triển nhân viên về các thực tiễn du lịch bền vững nhằm thực hiện thành công hơn các chính sách về Du lịch có Trách nhiệm.

THẾ NÀO LÀ XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ PHÁT TRIỂN CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM?

Việc xây dựng năng lực và phát triển chính sách tổ chức có trách nhiệm liên quan tới quá trình phát triển cơ cấu tổ chức nội bộ để trở nên có trách nhiệm hơn về kinh tế, xã hội và môi trường. Bắt đầu bằng việc phân tích các khía cạnh trong bền vững, việc phát triển chính sách sẽ nhằm củng cố vị trí quan trọng của tổ chức trong công việc thực tiễn. Để thực hiện được chính sách cần phải phát triển một hệ thống các quy trình cùng với các hướng dẫn chi tiết hỗ trợ. Tiếp theo, việc tuyên truyền và phổ biến các chính sách và quy trình cho nhân viên là bắt buộc, tiếp nối là tập huấn và phát triển nhân viên nhằm đảm bảo việc thực hiện thành công các thực tiễn du lịch có trách nhiệm.

TẦM QUAN TRỌNG CỦA VIỆC XÂY DỰNG NĂNG LỰC VÀ CÁC CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC CÓ TRÁCH NHIỆM

Các chính sách quy định rõ ràng vị trí tổng thể của tổ chức đối với một vấn đề cụ thể. Nếu không có chính sách tổ chức, nhân viên và khách hàng sẽ không biết tổ chức muốn đạt được điều gì trong một lĩnh vực cụ thể, và vì thế có thể vô tình thực hiện những hành động trái ngược hoặc cản trở khả năng đạt được mục tiêu của tổ chức.

Việc tồn tại các chính sách về Du lịch có Trách nhiệm là rất cần thiết vì mục tiêu của Du lịch có Trách nhiệm là nhằm giảm thiểu các tác động tiêu cực về xã hội, kinh tế và môi trường và đem lại tối đa các tác động tích cực. Khi thiếu vắng các chính sách đưa ra các mong muốn của tổ chức về sự bền vững về môi trường, xã hội và kinh tế, nhân viên và khách hàng càng có thể làm cho các tác động tiêu cực trở nên trầm trọng hơn hay hạn chế các tác động tích cực tiềm tàng.

Tuy nhiên, các mục tiêu chính sách Du lịch có Trách nhiệm không thể tự thực hiện được, mà cần nhân viên nhận biết được các chính sách này và có kỹ năng thực hiện các nhiệm vụ cần thiết để có thể đạt được mục tiêu; nhờ đó nâng cao nhận thức và tập huấn về các quy trình và hướng dẫn chính sách, các thành phần bổ sung cần thiết trong quá trình thực hiện chính sách.

PHÁT TRIỂN CÁC CHÍNH SÁCH TỔ CHỨC VỀ THỰC TIỄN DU LỊCH BỀN VỮNG

Việc phát triển các chính sách tổ chức về thực tiễn du lịch bền vững bao gồm trước hết việc phân tích các thực tiễn bền vững đang trong hoạt động, và sau đó là phát triển các chính sách du lịch có trách nhiệm dựa trên những khác biệt có thể nhận biết trong lúc phân tích tính bền vững.

Phân tích tính bền vững của tổ chức

Bước đầu tiên trong quá trình là xác nhận có nhu cầu về một chính sách mới nhằm củng cố thực tiễn thực hiện bền vững trong tổ chức, hoặc thay vào đó, rà soát và chỉnh sửa một chính sách đã có sẵn. Các bước quan trọng cần thiết để thực hiện phân tích tính bền vững của tổ chức bao gồm:

- **Tập hợp nhóm phát triển chính sách và đánh giá:** Trong điều kiện tốt nhất, việc phân tích sẽ do một nhóm nhân viên có kiến thức tốt trong từng lĩnh vực hoạt động quan trọng của tổ chức thực hiện (ví dụ như các trưởng phòng hay các trưởng nhóm) cũng như có kinh nghiệm về du lịch bền vững.
- **Thiết lập các tiêu chí bền vững:** để giúp hướng dẫn việc phân tích tính bền vững như một điểm tham chiếu. Nếu có sẵn các tiêu chuẩn hay tiêu chí quốc gia về bền vững, những tiêu chuẩn và tiêu chí này cần được ưu tiên đầu tiên vì chúng đã được phát triển phù hợp với điều kiện trong nước và đã được phê duyệt chính thức (ví dụ như Nhãn hiệu Bông Sen Xanh cho cơ sở lưu trú ở Việt Nam). Trong trường hợp không có các tiêu chí bền vững quốc gia thì có thể điều chỉnh các tiêu chí quốc tế cho thích hợp (ví dụ như Tiêu chí Du lịch Bền vững Toàn cầu).
- **Nghiên cứu và phân tích các thực tế hoạt động:** Sử dụng các tiêu chí bền vững để hướng dẫn, đánh giá các thực tiễn hoạt động để xác định các lĩnh vực đã có tính bền vững, và những lĩnh vực cần cải thiện. Để thực hiện các phân tích, các tiêu chí quan trọng có thể chuyển đổi thành dạng danh mục kiểm tra với các câu hỏi 'Có/Không' và sử dụng nó để thể hiện việc một thực tiễn bền vững có được thực hiện hay không; hoặc thay vào đó có thể sử dụng thang điểm 1-10 để thể hiện rõ mức độ áp dụng các tiêu chí bền vững.
- **Các nhu cầu bền vững quan trọng:** Rà soát kết quả phân tích và rút gọn lại thành các lĩnh vực quan trọng nhất cần áp dụng các chính sách du lịch có trách nhiệm.
- **Nghiên cứu và phân tích các vấn đề đã xác định:** Thực hiện nghiên cứu để hiểu hơn các vấn đề bền vững xung quanh các lĩnh vực hoạt động theo danh sách đã rút gọn. Lập phạm vi các lĩnh vực mà chính sách bao quát, các tác động tiềm tàng về các chính sách hiện tại, các quy định hay luật định có thể liên quan tới lĩnh vực của chính sách, và các hướng dẫn hay tiêu chuẩn sẵn có về các thực tiễn tốt nhất.

Phát triển các chính sách du lịch có trách nhiệm

Các chính sách là các văn bản nhằm mục đích mô tả nguyên tắc hay chuỗi hoạt động được một tổ chức hay từng cá nhân thực hiện hoặc đề xuất.¹ Các chính sách rất quan trọng vì giúp tránh được sự hiểu nhầm (ví dụ giữa các nhân viên hay khách hàng) về quan điểm của tổ chức hay cá nhân trong các vấn đề quan trọng, giúp đảm bảo đáp ứng được các yêu cầu luật pháp hay các yêu cầu khác, cũng có thể là các công cụ giúp cải thiện chất lượng. Mục đích lớn lao của chính sách là:

- Nêu rõ các giá trị cơ bản của tổ chức hay cá nhân
- Hỗ trợ việc thực hiện các thực tiễn công việc và các quá trình ra quyết định
- Khuyến khích các hoạt động có hiệu suất cao
- Đảm bảo tuân theo các quy định hay luật pháp
- Giảm thiểu các rủi ro về thể chế
- Thiết lập ranh giới cho một số hoạt động nhất định

- Được các nhà chức trách cấp cao nhất phê duyệt chính thức (đối với các tổ chức)

Các nội dung quan trọng trong chính sách

Một văn bản chính sách nên bao gồm những nội dung sau:

- **Thanh tiêu đề:** Bao gồm tên chính sách, ngày ban hành và phần nhận dạng chính sách bao gồm số hiệu của chính sách, số trang, ngày có hiệu lực, thông báo “loại bỏ/thay thế?”, cơ quan đưa ra đề xuất, và cơ quan phê duyệt chính sách.
- **Câu phát biểu chính sách:** chỉ ra mục đích của chính sách, các tham chiếu, nếu cần, đến các quy định bên ngoài, các thảo luận chính sách bổ sung, v.v... Ngoài ra còn có bản tóm tắt về tầm quan trọng của các nội dung chính sách.
- **Khả năng áp dụng:** làm rõ đối tượng áp dụng chính sách cũng như các hậu quả nếu không tuân thủ theo chính sách (ví dụ như tên của các phòng ban liên quan).
- **Định nghĩa:** Định nghĩa các thuật ngữ.
- **(Các) cơ quan hữu quan:** (các) cơ quan cần liên hệ trong trường hợp cần được hỗ trợ để hiểu rõ về chính sách, hay cách giải quyết các vấn đề và các tình huống đặc biệt.
- **Các chính sách liên quan:** thông tin và tham chiếu chính xác về các chính sách, quy trình, hay hướng dẫn có liên quan.

Các lĩnh vực quan trọng trong xây dựng chính sách có thể liên quan tới Du lịch có Trách nhiệm và tính bền vững cũng như các vấn đề cần xem xét trong khi xây dựng chính sách bao gồm:

Chính sách sử dụng hiệu quả năng lượng và nước

Gợi ý tuyên bố chính sách một cách cơ bản: “[Tên công ty] cam kết giảm tiêu thụ năng lượng và nước trong mọi cơ hội thông qua chính nỗ lực chủ động của các nhân viên và khách hàng của công ty và các biện pháp thụ động như việc lắp đặt các thiết bị tiết kiệm năng lượng và nguồn nước.”

Các vấn đề cần xem xét: Việc sử dụng đèn, loại đèn, sử dụng điều hòa nhiệt độ, máy sưởi, và thiết bị thông gió tự nhiên, sử dụng nhiên liệu và năng lượng tự tái tạo, kiểm soát và duy trì các thiết bị điện, dây điện, đường ống dẫn nước, sử dụng các phương tiện vận chuyển khác nhau, sử dụng các thiết bị điều chỉnh dòng chảy của nước, sử dụng nước mưa, sử dụng lại nước, tuyên truyền và giáo dục nhân viên và khách hàng, kiểm soát mức độ sử dụng năng lượng và nguồn nước.

Chính sách về quản lý chất thải và tái chế

Gợi ý tuyên bố chính sách một cách cơ bản: “[Tên công ty] cam kết quản lý rác thải bền vững thông qua áp dụng các nguyên tắc giảm thiểu, tái sử dụng, và tái chế.”

Các vấn đề cần xem xét: Sử dụng các chất liệu tái sử dụng và tái chế, các quy trình thải rác, bao bì sản phẩm, sử dụng các sản phẩm dùng một lần, thực tiễn mua sỉ sản phẩm, truyền bá và giáo dục nhân viên và khách hàng, kiểm soát mức độ thải rác và tái chế

Chính sách về tinh thần nhạy cảm văn hóa xã hội

Gợi ý tuyên bố chính sách một cách cơ bản: “[Tên công ty] cam kết vì lợi ích, sức khỏe và sự an toàn của tất cả các nhân viên và nhà thầu, và đảm bảo cung cấp cho khách hàng các sản phẩm và dịch vụ có trách nhiệm với văn hóa xã hội.”

Các vấn đề cần xem xét: Quy định hành vi đối với nhân viên và khách hàng, tham gia vào các dự án phát triển cộng đồng địa phương, tài trợ các hoạt động của địa phương, kiểm soát các dự án trong cộng đồng

Chính sách về phân bổ kinh tế công bằng và khả thi

Gợi ý tuyên bố chính sách một cách cơ bản: “[Tên công ty] cam kết đạt được tính bền vững về kinh tế trong các hoạt động dựa trên nền tảng nguyên tắc công bằng mậu dịch và thúc đẩy áp dụng công bằng trong sử dụng lao động và trong cung cấp cơ hội kiếm sống cho cộng đồng và kinh tế địa phương.”

Các vấn đề cần xem xét: Các nguyên tắc thương mại, lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ địa phương, mức lương nhân viên, ký hợp đồng có mô tả vị trí công việc, cung cấp phúc lợi nhân viên, tập huấn cho nhân viên và xây dựng nguồn nhân lực, cung cấp cơ hội thăng tiến nghề nghiệp, thực hiện bình đẳng giới và không phân biệt đối xử, truyền bá và giáo dục nhân viên và khách hàng, kiểm soát lương và hợp đồng.

Chính sách bảo vệ trẻ em khỏi những lạm dụng tình dục và thương mại

Gợi ý tuyên bố chính sách một cách cơ bản: “[Tên công ty] cam kết tuân thủ các nguyên tắc bảo vệ trẻ em khỏi bị bóc lột lao động và lạm dụng tình dục và sẽ tuân theo tất cả các quy định, hiệp ước, công ước và nguyên tắc liên quan và khả thi của địa phương và quốc tế về việc bảo vệ, phúc lợi, sức khỏe và an toàn của trẻ em.”

Các vấn đề cần xem xét: Thực hiện kiểm tra độ tuổi trong quá trình tuyển dụng hay lựa chọn hàng hóa và dịch vụ, tuyên truyền và giáo dục nhân viên và khách hàng, tập huấn và xây dựng nguồn nhân lực với các vấn đề và hành động quan trọng, kiểm soát và báo cáo các sự việc về lạm dụng trẻ em, nguyên tắc ứng xử/ các điều kiện sử dụng lao động

PHÁT TRIỂN CÁC QUY TRÌNH VÀ HƯỚNG DẪN TỔ CHỨC TRONG THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG BỀN VỮNG

Sau khi đã xây dựng chính sách có thể soạn thảo các quy trình và hướng dẫn cách thực hiện các hoạt động bền vững.

Phát triển các quy trình

Dựa trên các chính sách của tổ chức, các quy trình sẽ hướng dẫn theo từng bước, giải thích cách để thực hiện chính sách. Các quy trình xác định đối tượng hành động, cụ thể hóa các hành động chính xác cần áp dụng, làm rõ các hoạt động sẽ diễn ra, và thể hiện chuỗi các sự kiện xảy ra. Quy trình cần

được viết với ngôn ngữ đơn giản và dễ hiểu với các từ gần gũi và ngắn gọn. Quy trình có thể bao gồm các biểu đồ, sơ đồ khối, hay ngay cả các bức ảnh.

Các thành phần chính trong quy trình

Các thành phần chính trong một quy trình bao gồm:¹

- **Mục đích và phạm vi:** xác định mục đích quy trình, phạm vi bao quát và các lĩnh vực không nằm trong quy trình.
- **Trách nhiệm thực hiện quy trình:** xác định đối tượng sẽ thực hiện quy trình.
- **Quy trình:** liệt kê (hoặc mô tả) chính xác theo trình tự nhiệm vụ cần làm và ghi chú những trường hợp ngoại lệ.
- **Danh sách quy trình:** Các bước thực hiện các hoạt động.
- **Tài liệu:** liệt kê các tài liệu sẽ sử dụng trong quy trình và gắn kèm các ví dụ về các tài liệu hoàn chỉnh, nếu có.
- **Hồ sơ:** Liệt kê các hồ sơ đã tạo ra do kết quả của việc áp dụng quy trình, vị trí cất giữ và thời gian cất giữ.
- **Phê duyệt và ngày:** do người phê duyệt quy trình ký tên và ghi ngày tháng.

Phát triển các văn bản hướng dẫn

Các hướng dẫn giúp hỗ trợ quá trình ra quyết định hàng ngày bằng cách mô tả các thực tiễn tốt nhất, các lựa chọn cách xử lý theo tiêu chuẩn và dựa vào chứng cứ thông qua kiểm tra các chứng cứ và thỏa thuận giữa những người thực hiện. Thông thường văn bản hướng dẫn được xây dựng cho các quy trình phức tạp nhằm giải thích cách thực hiện quy trình một cách chi tiết.

Một ví dụ cần phải có văn bản hướng dẫn là khi tổ chức có quy trình chỉ định nhân viên có liên quan tới việc thực hiện quảng cáo với công chúng. Thay vì liệt kê trong văn bản quy trình các chi tiết về cách thực hiện quảng cáo (ví dụ như quảng cáo trong một ấn phẩm địa phương và ba ấn phẩm tầm quốc gia, áp dụng quảng cáo trong hai tuần, vv.), văn bản hướng dẫn cần được phát triển để đề cập chi tiết các bước cụ thể cần phải tuân theo.

Các thành phần chính trong văn bản hướng dẫn

- **Định nghĩa phạm vi chủ đề:** Thiết lập phạm vi áp dụng văn bản hướng dẫn (ví dụ như định nghĩa những hướng dẫn cho các chủ đề cụ thể)
- **Phân tích bối cảnh:** thông tin về mục đích của văn bản hướng dẫn
- **Giải thích sự cần thiết:** nêu lên các tác động tích cực của bản hướng dẫn cũng như chỉ ra hậu quả của việc không tuân theo bản hướng dẫn
- **Thứ tự các bước:** Tóm tắt các bước thực hiện hoạt động
- **Chi tiết các bước:** Các bước được chia nhỏ thành các hoạt động, tuân theo trình tự logic để thực hiện vận hành công việc hàng ngày.

¹ Dyson, M. & Hội đồng chăm sóc người tàn tật của Úc (ACROD) 1999, Viết chính sách và quy trình khi nào và viết như thế nào, bản in thứ 2, ACROD, bang Queensland, Úc

Đề cương một chính sách tiêu chuẩn:**Tên của tổ chức****Tiêu đề**

Trang x trên tổng số y trang

Ngày phát hành: Nhập ngày**Tuyên bố chính sách:**

Mô tả mục đích chính sách và tầm quan trọng

Đối tượng áp dụng:

Tên các phòng ban có liên quan

Định nghĩa:

Định nghĩa các thuật ngữ

(Các) cơ quan hữu quan:

(Các) cơ quan cần liên hệ lấy thông tin hay cần hỗ trợ về chính sách

Các chính sách liên quan:

Tham chiếu của các chính sách có liên quan

Tên và chức vụ người phê duyệt

Ký tên và ghi rõ ngày tháng của người phê duyệt quy trình

Đề cương một quy trình tiêu chuẩn:**Tên tổ chức**

(Nếu cụ thể cho quy trình dịch vụ hay một đơn vị, thì lấy tên của quy trình hay đơn vị)

Tiêu đề

Trang x trên tổng số y trang

Số phát hành: 1**Ngày phát hành:** 10/1999**Mục đích và phạm vi**

Xác định mục đích quy trình, phạm vi bao quát, các trường hợp loại trừ.

Phê duyệt và ngày: do người phê duyệt quy trình ký tên và ghi ngày tháng**Trách nhiệm thực hiện quy trình**

xác định đối tượng sẽ thực hiện quy trình

Quy trình

Liệt kê chính xác nhiệm vụ cần làm theo thứ tự và ghi chú những trường hợp loại trừ.

Tài liệu

Liệt kê các tài liệu sẽ sử dụng phục vụ quy trình và đính kèm các ví dụ về các tài liệu hoàn chỉnh, nếu có.

Hồ sơ

Liệt kê các hồ sơ đã tạo ra do kết quả của việc áp dụng quy trình, vị trí lưu trữ và thời gian lưu trữ

Tên và Chức danh người phê duyệt

Ký tên và ghi rõ ngày tháng người phê duyệt quy trình

Ngày tháng

Đề cương bản hướng dẫn tiêu chuẩn:**Tên tổ chức**

(Nếu cụ thể cho quy trình dịch vụ hay một đơn vị, thì lấy tên của quy trình hay đơn vị)

Tiêu đề

Trang x trên tổng số y trang

Ngày phát hành: 10/1999**Lĩnh vực chủ đề**

Xác định mục đích của quy trình, lĩnh vực bao trùm và các trường hợp loại trừ

Phân tích bối cảnh

Xác định người thực hiện quy trình

Giải thích sự cần thiết

Liệt kê theo thứ tự chính xác những việc cần làm, lưu ý những trường hợp loại trừ

Các bước

Liệt kê các tài liệu được sử dụng với quy trình, đính kèm ví dụ về các tài liệu hoành chính, nếu cần

Tuân thủ quá trình phát triển chính sách

Các bước chính trong quá trình phát triển các chính sách mới hay đã có sẵn bao gồm việc lên kế hoạch chính sách, soạn thảo chính sách, và trình phê duyệt. Các thành phần chính trong mỗi bước sẽ được thảo ra bằng biểu đồ ở trang kế tiếp.

Sau khi chính sách và quy trình đã được phê duyệt, các văn bản hướng dẫn sẽ được soạn thảo kèm theo việc phát triển và thực hiện chương trình phổ biến và nâng cao nhận thức.

Mẹo nhỏ khi soạn thảo chính sách tổ chức tốt

- Tiêu đề chính sách rõ ràng, lựa chọn kỹ càng, và truyền tải được nội dung của chính sách
- Bắt đầu từ nghiên cứu: đọc và phân tích các tài liệu và ví dụ khác
- Sử dụng cách viết rõ ràng và chính xác; sử dụng một ý chính cho mỗi đoạn để đảm bảo súc tích
- Sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu đối với người đọc (vd. nhân viên mới); tránh cách viết quá nặng về kỹ thuật
- Cân nhắc tới người đọc trước khi viết (vd. có cần đưa định nghĩa vào không)
- Tránh tình trạng các thông tin sớm trở nên lạc hậu
- Kết hợp các cách tiếp cận có trách nhiệm khác nhau khi viết nội dung chính sách và các quy trình

nội bộ nhằm giúp nhân viên làm quen với nội dung của chính sách. Nhân viên cần nắm được các quy trình chính xác, bao gồm các hành động, cách thức để đạt được các mục tiêu chính sách.

Phát triển các công cụ phổ biến nội bộ

Các công cụ phổ biến là hoạt động thông báo rộng rãi chính sách trong tổ chức và các phòng ban khác nhau. Những công cụ này giúp đảm bảo đưa thông tin đến tất cả các cá nhân trong tổ chức để cùng thực hiện đạt được mục tiêu chung.

Việc lựa chọn công cụ phổ biến chính sách, quy trình và văn bản hướng dẫn sẽ thay đổi tùy theo quy mô của tổ chức, các nguồn lực sẵn có, và đối tượng người nghe. Một số công cụ phổ biến hay được dùng nhất bao gồm:

- **Bản tin:** đưa tin về các chính sách, quy trình mới hay sửa đổi bao gồm các thông tin cụ thể về mục đích, tầm quan trọng, lợi ích của chính sách và nơi cung cấp thêm thông tin
- **Trang thông tin mạng:** Tạo dựng chuyên mục chính sách và quy trình trên trang thông tin mạng của tổ chức là cách phổ biến thông tin nhanh chóng và dễ dàng tới nhân viên. Ngoài ra, các chính sách và quy trình nhờ đó sẽ luôn sẵn sàng truy cập 24 giờ/ ngày và có thể gắn kết với các thông tin trực tuyến khác.

PHỔ BIẾN CHÍNH SÁCH, QUY TRÌNH VÀ VĂN BẢN HƯỚNG DẪN

Các chiến lược nâng cao nhận thức về chính sách là rất quan trọng trong việc thực hiện chính sách, và là kênh tuyên truyền



Lên kế hoạch

- Xác định nhu cầu và lấy cam kết
- Xác định lĩnh vực cần phát triển hay thay đổi
- Thành lập một nhóm phát triển chính sách

Soạn thảo

- Cùng suy nghĩ các vấn đề cùng các quan điểm/hành động đề xuất
- Viết bản thảo đầu tiên
- Gửi lấy ý kiến cho bản thảo và nhận phản hồi (có thể thông qua các cuộc họp hay hội thảo)
- Rà soát lại bản dự thảo và gửi lấy ý kiến phản hồi lần cuối
- Viết bản thảo cuối cùng



Phê duyệt

- Nộp bản thảo cuối cùng cho những người phê duyệt
- Rà soát lại văn bản theo ý kiến phản hồi từ người phê duyệt (nếu cần)
- Nhận bản phê duyệt cuối cùng (với các chính sách và quy trình, phần này cần có chữ ký và ghi rõ ngày tháng)

- **Thư điện tử:** gửi các chính sách và quy trình trực tiếp vào hòm thư của các đối tượng mục tiêu dưới dạng văn bản đính kèm. Khi cán bộ quản lý cấp cao gửi thư này sẽ làm tăng mức độ quan trọng của văn bản. Phương thức tuyên truyền này có đặc điểm nhanh chóng và trực tiếp.
- **Áp phích:** Công cụ này rất phù hợp cho việc phổ biến các quy trình và văn bản hướng dẫn. Các áp phích được thiết kế tốt phải bao hàm được các thông điệp quan trọng và có cách trình bày đẹp mắt, có thể đặt ngay tại nơi diễn ra chính các hoạt động đó.
- **Các tờ rơi và tài liệu quảng bá:** nêu ra cái nhìn tổng quan về chính sách và làm nổi bật các quy trình quan trọng. Việc kết hợp sử dụng các hình ảnh minh họa thú vị có thể làm cho thông tin trở nên sinh động.
- **Các cuộc họp và hội thảo:** là phương thức nâng cao nhận thức một cách sâu rộng và trực tiếp về các chính sách, quy trình, và thậm chí cả các văn bản hướng dẫn mang tính thực hành và “cầm tay chỉ việc”, và đạt được sự cam kết hành động sâu rộng hơn. Phương thức này cũng tạo cơ hội cho nhân viên nêu ra các câu hỏi để làm rõ nội dung văn bản.

Các nguyên tắc về thông điệp nâng cao nhận thức tốt

Khi xem xét cách tuyên truyền và phổ biến các chính sách, quy trình và hướng dẫn, cần chú ý các vấn đề sau:

- **Gây sự chú ý:** Nói trực tiếp với đối tượng khán giả mục tiêu; sử dụng ngôn ngữ trực tiếp và phù hợp với người nghe; sử dụng các hình ảnh, hình minh họa, biểu đồ và màu sắc để làm cho thông tin trở nên sinh động.
- **Điều chỉnh phù hợp với tâm trí người nghe:** thông điệp không nên chỉ đề cập tới các vấn đề kinh doanh mà nên giải thích tầm quan trọng tính đến yếu tố con người.
- **Kêu gọi hành động:** Thúc giục người nghe không chỉ đọc và hiểu được vấn đề mà tiến thêm một bước để tham gia tích cực vào quá trình thay đổi
- **Tuyên truyền các lợi ích:** Tạo động lực cho người nghe thực hiện hành động bằng cách tuyên truyền các lợi ích một cách rõ ràng, trực tiếp và liên quan tới người nghe.
- **Truyền tải thông điệp thống nhất:** Thông điệp phải đảm bảo tính thống nhất để củng cố các nguyên tắc và tạo được sự tin tưởng cao hơn từ phía người nghe về các chính sách của quản lý.

Đặc biệt trong trường hợp các chính sách mới được thực hiện hay mới được thay đổi, việc liên tục phát hành bản tin,

các bài báo và cập nhật thông qua các mục thông tin trên mạng thông tin nội bộ sẽ đảm bảo các nhân viên hiểu được liên tục và đảm bảo việc phổ biến chính sách được thường xuyên và hiệu quả. Tất cả các nhân viên mới tuyển dụng cần được đào tạo trong chương trình giới thiệu công việc và các khóa đào tạo củng cố thường xuyên (có thể là hàng năm).

PHÁT TRIỂN NHÂN VIÊN VÀ TẬP HUẤN VỀ DU LỊCH BỀN VỮNG

Sau khi tổ chức đã thiết lập được các chính sách, quy trình và hướng dẫn hành động, cần phải phát triển nhân viên và tổ chức tập huấn để giới thiệu và củng cố các hoạt động có trách nhiệm theo yêu cầu. Việc phát triển nhân viên và tập huấn cũng giúp làm cho nhân viên thấm nhuần các vấn đề về văn hóa tại nơi làm việc và những mong đợi về kết quả công việc.

Trong khi xây dựng năng lực có thể bao gồm các phương pháp như cổ vấn và hướng dẫn (như đã bàn ở trên), thì tập huấn luôn là công cụ phổ biến nhất ở hầu hết các môi trường làm việc hiện nay khi muốn nâng cao năng lực của nhân viên. Do vậy, phần viết này sẽ tập trung vào tập huấn nhân viên về các thực tiễn du lịch bền vững.

Một công cụ sử dụng hiệu quả giúp hướng dẫn quá trình phát triển và thực hiện chương trình đào tạo là phương pháp P-T-P-T-Đ, phương pháp này chia nhỏ việc lên kế hoạch và thực hiện thành năm bước quan trọng: Phân tích, Thiết kế, Phát triển, Thực hiện, và Đánh giá. Mỗi bước sẽ được xem xét cụ thể theo thứ tự dưới đây.

Phân tích

Bước phân tích tập trung vào việc nắm được tình trạng hiện nay, các mục tiêu hay tình trạng mong muốn, và sau đó xác định sự chênh lệch về kiến thức, kỹ năng và thái độ của nhân viên. Bước này đồng thời xem xét mô hình đào tạo và chiến lược thiết kế và phát triển tài liệu đào tạo.

- **Hồ sơ học viên:** Nắm được về đối tượng học viên – độ tuổi, kinh nghiệm, học vấn, các yếu tố văn hóa, giới tính.
- **Phân tích công việc:** Hiểu rõ bản chất công việc của học viên cần tập huấn. Các nhiệm vụ và kỹ năng cần thiết là gì? Vì việc tập huấn này liên quan tới việc thực hiện các chính sách và quy trình Du lịch có Trách nhiệm cụ thể,

nên khi phân tích công việc cần chú trọng vào những phạm vi công việc cụ thể liên quan tới chính sách hay quy trình.

- **Mô hình đào tạo:** Xác định các mô hình đào tạo, phương pháp giảng dạy và môi trường học tập phù hợp nhất cho học viên. Xem xét thời lượng chương trình đào tạo, cách thức đào tạo và xác định địa điểm và đào tạo viên tiềm năng.
- **Các quyết định thiết kế và phát triển:** xem xét chọn người sẽ xây dựng kế hoạch đào tạo và các tài liệu hướng dẫn, viết nội dung, và thực hiện việc đào tạo. Bắt đầu lên kế hoạch về nhu cầu địa điểm đào tạo.

Thiết kế

Bước thiết kế sử dụng các thông tin từ bước phân tích để giúp thiết lập chương trình đào tạo khung, chẳng hạn như việc xác định cơ sở đào tạo tiềm năng, chiến lược phát triển đào tạo viên, xây dựng kế hoạch đào tạo và các biểu mẫu tài liệu đào tạo.

- **Cơ sở đào tạo:** có thể xác định một đào tạo viên nội bộ (ví dụ như người quản lý hay giám sát một bộ phận), hoặc xây dựng Điều khoản Tham chiếu rồi tuyển chọn cơ sở đào tạo bên ngoài. Xác định và tuyển chọn cơ sở đào tạo cần dựa trên các tiêu chí đã xác định như yêu cầu về bằng cấp, trình độ học vấn, và kinh nghiệm trước đó. Đến đây cần thiết phải quyết định xem cơ sở đào tạo được chọn có cần phải được đào tạo về chính sách hay quy trình hay không, nên cần thực hiện phân tích nhu cầu đào tạo cho cơ sở đào tạo.
- **Xây dựng chiến lược phát triển đào tạo viên:** Xem xét cách thức thực hiện đào tạo của cơ sở đào tạo. Một đào tạo viên sẽ đào tạo tất cả các lĩnh vực chính sách và quy trình, hay phải cần tới một nhóm đào tạo viên thực hiện chương trình đào tạo (ví dụ các trường bộ phận)?
- **Xây dựng kế hoạch đào tạo:** Xác định các thông tin chung như tên khóa đào tạo, mô hình đào tạo, số lượng học viên, đối tượng học viên, mục tiêu đào tạo. Xác định rõ các mục tiêu chương trình. Phát triển, sắp xếp trình tự và cấu trúc các mục tiêu học tập và nội dung học. Xác định các nguồn tài liệu cần thiết cho việc dạy và học hiệu quả như các điều kiện, thiết bị, và tài liệu giảng dạy. Phát triển chiến lược đánh giá (nếu cần) để thể hiện năng lực và đánh giá sự phát triển kỹ năng. Lựa chọn phương pháp giảng dạy.
- **Xây dựng các biểu mẫu tài liệu giảng dạy:** sử dụng các nhà thiết kế tài liệu hướng dẫn theo các tiêu chuẩn đã xác định từ bước phân tích. Xây dựng các biểu mẫu cho tất cả tài liệu đào tạo.

Xác định phương thức đào tạo phù hợp

Mỗi người có cách học khác nhau (một số học qua quan sát, một số học qua lắng nghe, số khác học qua hành động). Việc tiến hành tổng hợp các phương pháp đào tạo sẽ đáp ứng được nhiều loại học viên khác nhau. Các phương pháp đào tạo thông thường gồm có:

- **Thảo luận:** buổi họp được tổ chức để thảo luận về chính sách và/ hoặc quy trình. Khuyến khích sự tham gia và cho phép trình bày các quan điểm khác nhau về chủ đề thảo luận.
- **Hoạt động nhóm:** các hoạt động học tập theo nhóm để giải quyết vấn đề trong các nhóm nhỏ liên quan tới chính sách hoặc quy trình.
- **Sử dụng các phương tiện truyền thông:** thuyết trình kèm theo âm thanh-hình ảnh (sử dụng bảng hình, bảng tiếng, máy chiếu) hay sử dụng máy tính và mạng internet để giúp phổ biến thông tin về chính sách và/hoặc các quy trình.
- **Các hoạt động thể chất:** Di chuyển và/ hoặc vận hành các vật liệu học tập
- **Câu đố:** vui vẻ và có tính tương tác. Có thể tổ chức sau khi tập huấn để củng cố kết quả học tập.
- **Cá nhân giải quyết vấn đề:** các hoạt động học tập được thực hiện bởi cá nhân từng nhân viên
- **Đóng vai, mô phỏng và thực hành mẫu:** Học viên được yêu cầu phải trình diễn một tình huống mô phỏng để thể hiện mình đã nắm được quy trình
- **Diễn giả:** Mời khách danh tiếng hay có kiến thức tốt về chủ đề cần biết đến nói chuyện
- **Học tập thực địa:** Đưa học viên đi tham quan học tập tại một điểm tại địa phương nhằm tìm hiểu các ví dụ và tình huống thực tế khi thực hiện các nguyên tắc có trách nhiệm trong đời thực.

Việc phác thảo kế hoạch đào tạo có thể giúp cho công tác đào tạo được thực hiện theo quy trình hợp lý. Các thành phần quan trọng trong kế hoạch đào tạo được nêu ra trong những bảng biểu dưới đây là ví dụ về việc đào tạo tại nơi làm việc về công tác bảo vệ trẻ em.

Phát triển

Khi đã phân tích xong nhu cầu đào tạo và thiết kế xong bản kế hoạch đào tạo, sẽ cần phát triển các nội dung đào tạo (cả cho đào tạo viên và học viên). Bước này bao gồm phát triển các tài liệu đào tạo sau:

- Tài liệu hướng dẫn, sách bài tập, tài liệu phát cho học viên
- Tài liệu hướng dẫn đào tạo viên
- Bài thuyết trình (vd. bằng phần mềm powerpoint)
- Các tài liệu và công cụ hỗ trợ giảng dạy (vd tài liệu marketing, thiết bị dụng cụ thực hành, đoạn phim video, áp phích, v.v...)

Thực hiện

Bước thực hiện liên quan đến việc tiến hành đào tạo cho các đối tượng hưởng lợi (học viên). Bước này cũng bao gồm việc đào tạo đào tạo viên nếu cần. Các bước quan trọng trong việc thực hiện đào tạo bao gồm:

- Lựa chọn các đối tượng hưởng lợi (học viên)
- Gửi thư mời đến dự khóa đào tạo
- Đăng ký học viên
- Thực hiện các buổi đào tạo
- Đánh giá học viên

Việc đánh giá sau khi đào tạo cũng có thể được thực hiện để quyết định hiệu quả của đào tạo.

Đánh giá

Khi việc đào tạo đã hoàn tất, việc cần làm là đánh giá tính hiệu quả của khóa học bao gồm nội dung, tài liệu đào tạo và phương thức truyền đạt, cũng như đánh giá ảnh hưởng của khóa đào tạo đối với học viên để đảm bảo việc đào tạo đã xây dựng được năng lực cần thiết.

- **Đánh giá khóa đào tạo:** có thể được thực hiện thông qua lấy ý kiến phản hồi từ học viên (vd qua bảng hỏi ngắn, hay thảo luận sau khóa học), cũng như thông qua quan sát của chính đào tạo viên hay của các thành viên thuộc ban quản lý khi họ tham gia theo dõi khóa học.
- **Đánh giá tác động của đào tạo đối với học viên:** có thể được thực hiện thông qua bài kiểm tra trước và sau khóa học cũng như qua quá trình theo dõi và báo cáo trong môi trường công việc.

Sử dụng bộ công cụ Du lịch có Trách nhiệm tại Việt Nam để đào tạo

Tại sao lại không sử dụng bộ công cụ Du lịch có Trách nhiệm tại Việt Nam như là nguồn tài liệu để phát triển chương trình đào tạo về Du lịch có Trách nhiệm? Các bài và các chương có thể trích ra dễ dàng, kết hợp hay điều chỉnh để tạo ra một chương trình đào tạo cơ bản tốt về Du lịch có Trách nhiệm nhằm đáp ứng những nhu cầu cụ thể trong tổ chức của bạn.

Ví dụ về kế hoạch đào tạo của tổ chức và nội dung chương trình đào tạo về công tác bảo vệ trẻ em trong lĩnh vực du lịch

KẾ HOẠCH ĐÀO TẠO	[Tên công ty] đào tạo chính sách và quy trình về công tác bảo vệ trẻ em
THỜI LƯỢNG	Buổi hội thảo dự kiến diễn ra trong 4 tiếng – kết hợp nhiều loại hình hoạt động trong lớp học và thực tế. Lịch học được ghi trong bản kế hoạch đào tạo dưới đây.
MỤC TIÊU	Sau khi kết thúc chương trình học, học viên có thể: <ul style="list-style-type: none"> • Hiểu được các vấn đề cơ bản và các tác động của sử dụng lao động trẻ em và lạm dụng tình dục • Hiểu được vai trò và trách nhiệm của nhân viên trong công tác bảo vệ trẻ em • Áp dụng các kỹ thuật để xác định các nguy cơ vi phạm về công tác bảo vệ trẻ em và biết cách xử lý phù hợp
HÌNH THỨC TẬP HUẤN	Đào tạo trong lớp học sử dụng các phương pháp học tác động cao bao gồm trình chiếu powerpoint, thẻ hình, nghiên cứu tình huống, đóng vai và câu đố. Có thể bao gồm tham quan thực địa để trải nghiệm về thực tế du lịch có trách nhiệm tại một điểm đến
YÊU CẦU ĐỊA ĐIỂM	Phòng học có đủ không gian, bàn, ghế và trang thiết bị để cho một nhóm 30 học viên cùng với đào tạo viên
TÀI LIỆU	<ul style="list-style-type: none"> • Bộ tài liệu trình chiếu (Presenter hoặc là Powerpoint); • Tài liệu hướng dẫn học viên và danh mục kiểm • Bảng giấy lật A1 và bút viết • Bộ thẻ hình • Các đoạn phim video về các tình huống bảo vệ trẻ em • Tài liệu phát thêm với nghiên cứu tình huống về các trường hợp bảo vệ trẻ em
NỘI DUNG	Xem bảng dưới đây

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH TẬP HUẤN QUY ĐỊNH BẢO VỆ TRẺ EM

Chủ đề	Tiêu đề	Thời lượng
Chủ đề 1	Hiểu được các vấn đề trong lao động trẻ em và lạm dụng tình dục trong du lịch	30 phút
Chủ đề 2	Ngăn ngừa các nguy cơ vi phạm quy định bảo vệ trẻ em	60 phút
Chủ đề 3	Xác định các nguy cơ vi phạm quy định bảo vệ trẻ em	60 phút
Chủ đề 4	Báo cáo các nguy cơ vi phạm quy định bảo vệ trẻ em	30 phút
Chủ đề 5	Bảo vệ trẻ em trong tình huống khẩn cấp	60 phút

Ví dụ một bản giáo án đào tạo cho tổ chức về bảo vệ trẻ em trong du lịch

Chủ đề 3: Xác định các nguy cơ vi phạm về bảo vệ trẻ em (60 phút)

Mục đích bài học: Sau khi kết thúc bài này, học viên sẽ hiểu được tầm quan trọng của việc áp dụng quy định bảo vệ trẻ em trong du lịch, có thể xác định các nguy cơ vi phạm về quy định bảo vệ trẻ em và áp dụng khi báo cáo và các chiến lược đúng đắn ứng phó trong trường hợp khẩn cấp.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY/ HOẠT ĐỘNG HỌC	THỜI GIAN	NGUỒN TÀI LIỆU
<p>1. Giới thiệu</p> <ul style="list-style-type: none"> Mục đích, mục tiêu, các nội dung chính, cách đánh giá, vv Chào mừng các học viên tới khóa đào tạo – tự giới thiệu bản thân, nhắc lại về mục đích và mục tiêu, giải thích lịch học/ nội dung. Giải thích các yêu cầu về đánh giá và các thực hiện, và việc trao chứng chỉ tham gia khóa học Thống nhất nội quy lớp học - sử dụng điện thoại, phòng vệ sinh, giờ nghỉ, hút thuốc, vv. 	Giới thiệu về khóa học và buổi học (5 phút)	<ul style="list-style-type: none"> Máy tính có Powerpoint Máy chiếu Bảng trắng hoặc bảng giấy lật Bút viết bảng Thẻ hình về các tình huống vi phạm quy định bảo vệ trẻ em, và các tình huống không vi phạm Tài liệu phát về nghiên cứu tình huống nguy cơ vi phạm quy định bảo vệ trẻ em Đoạn video về các nguy cơ vi phạm quy định về bảo vệ trẻ em
<p>2. Hoạt động khởi động</p> <ul style="list-style-type: none"> Bạn hiểu thế nào về lạm dụng/ bóc lột trẻ em? Tại sao bảo vệ trẻ em lại quan trọng đối với du lịch? Thảo luận: Bạn đã bao giờ chứng kiến một đứa trẻ bị bóc lột/ lạm dụng chưa? Bạn cảm thấy thế nào? Bạn đã phản ứng thế nào? Theo bạn thì bạn có giúp giải quyết được vấn đề không? Bạn còn có thể làm gì? Viết các ý kiến quan trọng lên bảng lật 	Hoạt động khởi động (5 phút)	
<p>3. Thuyết trình</p> <ul style="list-style-type: none"> Quyền của trẻ em là gì? Vi phạm quy định bảo vệ trẻ em có nghĩa là gì? Các hình thức vi phạm quy định bảo vệ trẻ em: (i) Lao động trẻ em (ii) Lạm dụng tình dục Tác động của các vi phạm quy định bảo vệ trẻ em Làm thế nào để xác định các vi phạm về quy định bảo vệ trẻ em 	Trình bày xác định các vi phạm quy định bảo vệ trẻ em (15 phút)	
<p>4. Nghiên cứu tình huống</p> <p>Học viên chia thành từng nhóm nhỏ và nghiên cứu tình huống về một nguy cơ vi phạm quy định bảo vệ trẻ em và thảo luận các bước cần tuân thủ nhằm xác định rõ xem có đúng là có vi phạm về quy định bảo vệ trẻ em hay không. Các nhóm trình bày về nghiên cứu của mình và giải thích các biện pháp giải quyết cho cả lớp.</p>	Trình diễn (10 phút)	
<p>5. Thực hành</p> <p>Một đoạn video ngắn về các tình huống có nguy cơ vi phạm quy định về bảo vệ trẻ em và dừng sau mỗi đoạn video để hỏi học viên và yêu cầu giải thích lại những gì họ vừa xem và nghe khiến họ tin rằng đã có sự vi phạm quy định về bảo vệ trẻ em và các bước tiếp theo cần thực hiện để nhận biết là có vi phạm hay không.</p>	Giờ thực hành – xác định các vi phạm quy định về bảo vệ trẻ em (15 phút)	
<p>6. Ôn bài</p> <ul style="list-style-type: none"> Ôn lại các điểm chính trong buổi học và trả lời các câu hỏi Ghi lại các yêu cầu đánh giá 	Ôn bài (10 phút)	



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 6

CHUỖI CUNG ỨNG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi kết thúc bài học, học viên sẽ có thể:

- Mô tả vai trò và trách nhiệm của các loại nhà cung cấp khác nhau
- Giải thích cách chọn nhà cung cấp dựa trên các nguyên tắc và tiêu chí của du lịch có trách nhiệm
- Miêu tả cách xây dựng hợp đồng với nhà cung cấp dựa trên các nguyên tắc của du lịch có trách nhiệm
- Giải thích cách thiết kế các tiêu chí cho mục tiêu bền vững
- Giải thích các bước phát triển kế hoạch hành động cho chuỗi cung ứng bền vững
- Liệt kê và mô tả các cách hỗ trợ nhà cung cấp trong việc liên tục cải tiến cách thu mua bền vững và có trách nhiệm
- Giải thích cách thực hiện các buổi đào tạo/ huấn luyện các nhà cung cấp
- Giải thích tầm quan trọng trong việc kiểm soát qui trình hoạt động và chứng từ của các nhà cung cấp, liên quan đến điều hành dịch vụ một cách an toàn

MỤC LỤC

CHUỖI CUNG ỨNG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?	2
Lợi ích của chuỗi cung ứng có trách nhiệm	2
XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG ĐỂ PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG.....	2
Thực hiện các nghiên cứu cơ bản	2
Phát triển các chính sách và tiêu chuẩn cho chuỗi cung ứng bền vững	3
Đề ra mục tiêu bền vững cho các nhà cung cấp	3
Phát triển kế hoạch hành động hỗ trợ các nhà cung cấp đạt các tiêu chuẩn bền vững	4
NÂNG CAO NHẬN THỨC VÀ HỖ TRỢ CÁC NHÀ CUNG CẤP ĐẠT MỤC TIÊU BỀN VỮNG	4
Nâng cao nhận thức.....	4
Cung cấp hỗ trợ	5
Cung cấp các ưu đãi	5
GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ BỀN VỮNG CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP	6
Phát triển các tiêu chí đánh giá tính bền vững	6
Truyền đạt các tiêu chí bền vững chính xác tới các nhà cung cấp	6
Thực hiện đánh giá bền vững.....	7
Đưa ra phản hồi về việc thực hiện của các nhà cung cấp.....	7
Cải tiến liên tục trong mua sắm có trách nhiệm và bền vững.....	7

Bài học này giới thiệu tổng quan về chuỗi cung ứng trong ngành du lịch và về các yếu tố cần cân nhắc trong việc thúc đẩy lồng ghép hiệu quả các nguyên tắc và thực tiễn du lịch có trách nhiệm vào các hàng hóa và dịch vụ cung cấp cho các tổ chức.

CHUỖI CUNG ỨNG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?

Chuỗi cung ứng bao gồm toàn bộ các khâu trong quá trình sản xuất và liên quan đến các hàng hóa và dịch vụ của các nhà cung cấp có hợp đồng với công ty. Các dịch vụ và hàng hóa này có thể trực tiếp hoặc gián tiếp liên quan đến sản phẩm du lịch tiêu thụ cuối cùng.

Trong ngành du lịch, chuỗi cung ứng có thể bao gồm nhiều thành phần, từ dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ăn uống, dã ngoại, giải trí, đồ thủ công, chế biến món ăn và rác thải, đến các cơ sở hạ tầng hỗ trợ ngành Du lịch của một điểm đến. Các thành phần này cùng nhau làm nên một phần sản phẩm mà du khách đã mua cho kỳ nghỉ của mình. Sự liên kết giữa các thành phần kể trên được mô tả trong hình dưới đây.

Áp dụng tính trách nhiệm cho chuỗi cung ứng ngành du lịch yêu cầu cân nhắc ba lĩnh vực chính của du lịch có trách nhiệm là: kinh tế, môi trường và nguyên tắc xã hội – trong từng thành phần của sản phẩm du lịch. Điều này đòi hỏi phân tích tính bền vững của mỗi thành tố trong chuỗi cung ứng sản xuất cho dịch vụ và sản phẩm du lịch để đánh giá mức độ cam kết của họ với sự bền vững, các lĩnh vực có thể giảm thiểu tác động tiêu cực và tối đa hóa các tác động tích cực.

Lợi ích của chuỗi cung ứng có trách nhiệm

- Nâng cao nhận thức về tính bền vững trong nội bộ doanh nghiệp để tăng hiệu quả nhân viên và với các nhà cung cấp
- Doanh thu tăng qua các hành động giảm thiểu chi phí như việc giảm tiêu thụ năng lượng
- Tăng số lượng khách hàng bởi nhu cầu các sản phẩm du lịch có trách nhiệm đang tăng cao
- Nâng cao tính hiệu quả hoạt động bằng cách sử dụng hiệu quả các nguồn lực, qua đó giảm chi phí
- Tăng cường các tài sản cốt yếu của doanh nghiệp qua việc bảo vệ môi trường và văn hóa
- Thúc đẩy kinh tế địa phương qua việc sử dụng nguồn lực địa phương.

XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH VÀ KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG ĐỂ PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG

Chính sách chuỗi cung ứng bền vững bao gồm việc đảm bảo các nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ tuân theo các trách nhiệm với môi trường, xã hội và kinh tế, đồng thời thống nhất với các mục tiêu bền vững của bản thân tổ chức.

Chính sách chuỗi cung ứng bền vững là quan trọng bởi nó xác định các hành động chính thức để hướng dẫn các nhà cung cấp (và nhân viên của tổ chức) về các mục tiêu và chiến lược kinh doanh có thể chấp nhận được. Nói cách khác, nó là nối kết trực tiếp giữa mục tiêu bền vững của tổ chức và hoạt động điều hành tổ chức hàng ngày.

Phát triển chính sách sẽ không hiệu quả nếu không có các hướng dẫn về cách thức đạt được. Thành lập kế hoạch hành động để đạt được các chính sách bền vững cho các nhà cung cấp có thể là một cách tốt để đưa ra hướng dẫn này.

Các bước chính trong phát triển chính sách chuỗi cung ứng bền vững và lập kế hoạch hành động bao gồm thực hiện khảo sát cơ bản với các nhà cung cấp về các tiêu chí bền vững chính, dự thảo chính sách chuỗi cung ứng bền vững, phát triển các mục tiêu bền vững và dự thảo kế hoạch hành động.

Thực hiện các nghiên cứu cơ bản

Nghiên cứu cơ bản về tính bền vững của các nhà cung cấp có mục đích cung cấp “cận cảnh” về mức độ bền vững mà các nhà cung cấp đang thực hiện trong hoạt động kinh doanh hiện hành của họ. “Cận cảnh” này cung cấp các thông tin cần thiết trong việc thiết kế các chính sách, các tiêu chuẩn và mục tiêu của chuỗi cung ứng bền vững. Việc thực hiện các nghiên cứu cơ bản này là quan trọng bởi vì:

- Xác định được và loại hành vi / hoạt động trong phát triển bền vững hiện nay

- Xác định các thái độ với phát triển bền vững
- Xác định mức độ chỉ số hiện tại (trước can thiệp)
- Hỗ trợ thiết lập và ưu tiên các lĩnh vực/mục tiêu chính sách phát triển bền vững
- Cung cấp phương thức đề ra mục tiêu bền vững một cách thực tế và quy trình đánh giá

Các bước chính trong việc thực hiện nghiên cứu cơ bản bao gồm:

- 1. Xây dựng đội ngũ quản lý:** Để hướng dẫn và điều hành quá trình phát triển chính sách của công ty cần một đội ngũ quản lý bao gồm đại diện của các bộ phận khác nhau cũng như đại diện từ nhà cung cấp. Một đội ngũ như vậy sẽ đảm bảo các chính sách, tiêu chuẩn, mục tiêu và hành động cho phát triển bền vững sẽ có tính thực tế, có thể đạt được và có liên quan, cũng như giúp nâng cao sự tham gia, hỗ trợ và tính sở hữu trong quá trình thực hiện.
- 2. Phát triển các phương pháp và cách tiếp cận đánh giá cơ bản:** Cần một cách tiếp cận để tiến hành đánh giá các nhà cung cấp. Thông thường, một nghiên cứu cơ bản sẽ bao gồm các cuộc phỏng vấn sâu cá nhân (nếu số lượng các nhà cung cấp giới hạn), hoặc bản câu hỏi tự đánh giá qua hình thức thư điện tử / trang thông tin trực tuyến hoặc bản câu hỏi in trên giấy). Các lưu ý khác bao gồm việc quyết định ai sẽ là người thực hiện khảo sát (nếu sử dụng bản câu hỏi) và các yêu cầu cần đào tạo, cũng như quyết định khi nào cần thực hiện khảo sát, ví dụ thực hiện khảo sát trong mùa thấp điểm có thể nhận được sự tham gia tích cực hơn.
- 3. Phát triển các tiêu chí đánh giá:** Một nghiên cứu cơ bản nên dựa trên tập hợp các câu hỏi hoặc tiêu chí được xác định rõ ràng và có tính liên quan, dễ hiểu và dễ đo lường. Các tiêu chí nên bao quát ba khía cạnh chính của du lịch bền vững: kinh tế, xã hội và môi trường, nhưng cũng cần nắm bắt được mức độ nhận thức của các nhà cung cấp về các vấn đề và ảnh hưởng của du lịch bền vững, mức độ mong muốn tham gia du lịch bền vững, khả năng chuyên môn có đủ thực hiện các nguyên tắc của du lịch bền vững hay không, các trở ngại có thể trong quá trình thực hiện. Một vài ví dụ về các khía cạnh cần đánh giá như sau:
 - **Kinh tế:** Mức lương tối thiểu; phòng tránh hao hụt doanh số; chính sách sử dụng các sản phẩm và dịch vụ địa phương; thanh toán công bằng với khách hàng, các nhà sản xuất và cung cấp.
 - **Môi trường:** Sử dụng có trách nhiệm các nguồn nước và điện; chính sách giảm rác thải; chính sách sử dụng sản phẩm tái chế; truyền bá tới du khách và nhân viên tầm quan trọng của các vấn đề môi trường và phát triển bền vững.
 - **Xã hội:** Chính sách công bằng cơ hội công việc và công bằng giới tính; cung cấp hợp đồng cho nhân viên; tuân theo các quy định về sức khỏe và an toàn; thực hiện các chương trình đào tạo tại công ty; cung cấp các nguyên tắc ứng xử cho du khách.

- 4. Thực hiện nghiên cứu cơ bản, xem xét và đánh giá các kết quả:** Sau khi nghiên cứu cơ bản được thực hiện và dữ liệu về thực tiễn các nhà cung cấp được thu thập, kết quả cần được phân tích để xác định các nhà cung cấp nào đang thực hành phát triển bền vững và những thay đổi cần có. Kết quả khảo sát cơ bản giúp ưu tiên các nhà cung cấp đã và đang hoạt động có trách nhiệm hoặc có động lực và quan tâm đến việc áp dụng các thực tiễn tốt, hoặc giúp các nhà cung cấp không ý thức cao hoặc không hứng thú về các vấn đề của du lịch bền vững có những thay đổi tích cực hơn.

Phát triển các chính sách và tiêu chuẩn cho chuỗi cung ứng bền vững

Các kết quả nghiên cứu cơ bản đem đến cái nhìn toàn cảnh về mức độ thực hiện du lịch bền vững giữa các nhà cung cấp, đặc biệt thấy được điểm mạnh và điểm yếu của họ. Từ đó, đội ngũ quản lý có thêm thông tin để quyết định phương hướng và nội dung cho các chính sách chuỗi cung ứng bền vững. Việc phát triển chính sách là quá trình hợp tác của các bộ phận trong tổ chức, đại diện của nhà cung cấp và sự đồng thuận trong phương hướng chiến lược trong quá trình phát triển chuỗi cung ứng bền vững.

Trong khi các chính sách chuỗi cung ứng thường khác nhau giữa các tổ chức bởi các yếu tố đặc thù của môi trường địa phương, các yếu tố xã hội, kinh tế và chính trị, cùng yếu tố chính của khảo sát cơ bản, chính sách cần phát triển một hệ thống các tiêu chuẩn kết nối với ba mục tiêu nền tảng của du lịch bền vững.

Các tiêu chuẩn định ra cho chính sách cần cân nhắc các yếu tố trong việc lựa chọn nhà cung cấp mới và các cơ hội ưu đãi cho nhà cung cấp hiện thời. Các tiêu chuẩn chính sách cần xác định rõ các lĩnh vực thực hiện chính để quản lý và để đánh giá hiệu quả. Tuy nhiên việc tổ chức các chính sách có thể theo cơ cấu liên quan trực tiếp đến các phòng ban điều hành như hướng dẫn du lịch, nhân sự, quan hệ khách hàng, quản lý điểm đến, tour, vv. Nguyên tắc chung trong việc phát triển các tiêu chuẩn bao gồm:

- Phản ánh luật pháp và qui định của nhà nước
- Dựa trên các mức độ thực hiện hoặc qui trình cụ thể
- Được lập ra với các tiêu chí cụ thể, đo lường được, có thể đạt được, có tính thực tế và đúng thời điểm (SMART)
- Đảm bảo linh hoạt trong các tình huống đặc thù của địa phương và các khả năng của từng nhân viên

Đề ra mục tiêu bền vững cho các nhà cung cấp

Các tiêu chuẩn đặt ra trong chính sách chuỗi cung ứng bền vững có thể đạt được hiệu quả nhất qua việc thiết lập các mục tiêu cụ thể cho việc đo lường mức độ thay đổi cần có để đạt các mục tiêu chính sách.

Các mục tiêu đề ra cần đạt các chuẩn bền vững và nên cân nhắc mức độ tiến bộ của từng nhà cung cấp trong các lĩnh vực chính, cũng như tổng số hoặc phần trăm

các nhà cung cấp có thể đạt tiêu chuẩn đề ra hàng năm.

- **Mục tiêu cho từng nhà cung cấp:** Tất cả nhân viên đều có hợp đồng lao động chính thức với vị trí công việc được mô tả kéo dài 2 năm.
- **Mục tiêu rộng hơn cho chuỗi cung ứng:** 50% tất cả các nhà cung cấp đều có hợp đồng lao động chính thức và các mô tả công việc cho nhân viên của họ kéo dài 1 năm, 100% nhà cung cấp có hợp đồng lao động và mô tả công việc kéo dài 2 năm.

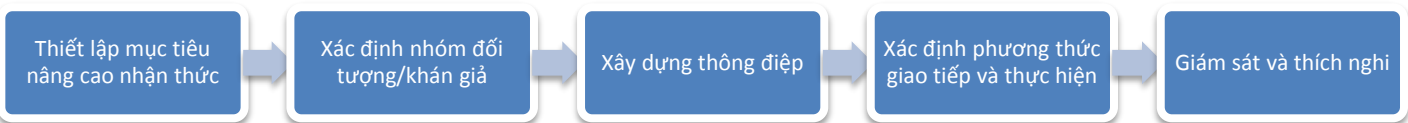
Việc xác định ngày đạt các mục tiêu cần được thực hiện theo chiến lược và ưu tiên hóa theo mức độ hay tầm quan trọng của các tác động tiêu cực cần giải quyết, cũng như mức độ khá dễ dàng khi thực hiện được các biện pháp (khi có được một số "chiến thắng" sớm thì có thể giúp xây dựng lòng tin và nâng cao động lực). Thông thường việc xây dựng và ưu tiên các mục tiêu thường dựa trên:¹

- Loại hình, mức độ và nguồn gốc của ảnh hưởng
- Các tiêu chuẩn bền vững hiện có cho mỗi ảnh hưởng (ví dụ: các nhân sinh thái, quy định của tổ chức, các thỏa thuận quốc tế)
- Khả năng của nhà cung cấp trong việc giảm thiểu ảnh hưởng
- Khả năng gây ảnh hưởng của tổ chức tới các nhà cung cấp

Phát triển kế hoạch hành động hỗ trợ các nhà cung cấp đạt các tiêu chuẩn bền vững

Kế hoạch hành động là một quá trình phát triển các hoạt động một cách có tổ chức, có tính ưu tiên và tính khả thi nhằm đạt các mục tiêu và sứ mệnh đề ra. Để các nhà cung cấp có thời gian đạt được các tiêu chuẩn bền vững, kế hoạch hành động cần xác định các hoạt động và mục tiêu trong giai đoạn ngắn hạn (6-12 tháng), trung hạn (2-3 năm) và dài hạn (3-5 năm).

Kế hoạch hành động cho chuỗi cung ứng có trách



Các bước chính trong chương trình nâng cao nhận thức

nhệm xác định các hoạt động cần hỗ trợ các nhà cung cấp đạt tiêu chuẩn của doanh nghiệp trong việc cải tiến hiệu suất kinh tế, môi trường và xã hội. Theo Tổ chức Sáng kiến của các Hãng lữ hành, kế hoạch hành động cho chuỗi cung ứng có trách nhiệm bao gồm các yếu tố sau:

- Xác định và thống nhất hành động cần thiết để đạt được mục tiêu đã thỏa thuận trước, dựa trên chính sách chuỗi cung ứng bền vững của công ty

¹ Font, X. & Cochrane, J. 2005, Lồng ghép tính bền vững trong kinh doanh: Sách hướng dẫn quản lý cho các hãng lữ hành có trách nhiệm, UNEP & TOI, Paris, Pháp.

- Xác định trách nhiệm (ví dụ cho từng bộ phận)
- Thực hiện theo các tiêu chuẩn để đo lường hiệu suất của nhà cung cấp
- Xác định các nguồn lực cần thiết để thực hiện các kế hoạch hành động (ví dụ như đào tạo, thông tin kỹ thuật, tài chính, nguồn nhân lực)

Thực hiện kế hoạch hành động là quá trình dần dần tạo ra sự thay đổi để dễ dàng quản lý hơn, ví dụ, bằng cách áp dụng bước đầu chỉ với một vài nhà cung cấp hoặc điểm đến.

Cuối cùng, để chắc chắn chính sách chuỗi cung ứng bền vững được thành công, các hợp đồng với nhà cung cấp cần được chỉnh sửa để bao gồm các tuyên bố rõ ràng đòi hỏi sự cam kết của nhà cung cấp về các tiêu chuẩn đã thiết lập trong chính sách chuỗi cung ứng bền vững. Các yếu tố của một hợp đồng tốt bao gồm:

- Thiết lập và thống nhất về phương pháp và thủ tục nội bộ như tiêu chuẩn hợp đồng
- Đề cương điều khoản hợp đồng chỉ rõ yêu cầu kết quả tối thiểu cần đạt được
- Đưa ra các thủ tục xử lý các nhà cung cấp không đạt tiêu chuẩn tối thiểu hoặc những nhà cung cấp báo cáo sai.

NÂNG CAO NHẬN THỨC VÀ HỖ TRỢ CÁC NHÀ CUNG CẤP ĐẠT MỤC TIÊU BỀN VỮNG

Nếu các nhà cung cấp không hiểu đúng đắn về các vấn đề của phát triển bền vững, các ảnh hưởng của thói quen kinh doanh xấu, lợi ích của các thói quen kinh doanh tốt thì cơ hội họ tham gia và cam kết với các tiêu chuẩn và mục tiêu bền vững trong khuôn khổ chính sách chuỗi cung ứng bền vững là thấp. Hơn nữa, một khi nhà cung cấp đã hiểu hơn về tầm quan trọng của bền vững, họ có thể cần hỗ trợ để tìm ra giải pháp, các

khuyến khích thúc đẩy hành động.

Nâng cao nhận thức

Nhằm nâng cao nhận thức về các vấn đề phát triển bền vững, việc xác định các vấn đề chính là cần thiết để truyền đạt vấn đề đó tới các nhà cung cấp. Xác định và phát triển các thông điệp nâng cao nhận thức về phát triển bền vững có thể bao gồm các bước sau:

- **Lập ra các mục tiêu/mục đích nâng cao nhận thức:** Xác định các vấn đề chính của phát triển bền vững cần được truyền đạt tới các nhà cung cấp và xác định các kết quả mong muốn của chiến dịch nâng cao nhận thức.

- **Xác định khán giả/nhóm đối tượng mục tiêu:** Cần phân tích chuỗi cung ứng của tổ chức để xác định nhóm đối tượng của chiến dịch nâng cao nhận thức
- **Xây dựng các thông điệp:** Dựa trên các phản hồi từ nhà cung cấp và khả năng phát triển các thông điệp nâng cao nhận thức chính. Hầu hết các phương pháp xác định ra hai loại thông điệp: (i) thông điệp nhận thức, cung cấp thông tin nền về các vấn đề bền vững và có thể sử dụng để nhấn mạnh tầm quan trọng của hành động có hiểu biết và các thay đổi hành vi, (ii) các thông điệp hành động, mô tả chi tiết các hành động cần để thay đổi và thành lập các hành vi cụ thể.²
- **Xác định phương thức truyền đạt và tiến hành:** Có nhiều phương thức liên lạc/truyền đạt cần cho nhiều nhà cung cấp khác nhau. Ngoài ra một số phương thức truyền đạt có thể gây ảnh hưởng mạnh hơn, có thể bao gồm qua hệ thống thư, thăm/họp trực tiếp, họp, hội thảo.
- **Giám sát và thích ứng:** Mục tiêu của chiến dịch nâng cao nhận thức nên được nhận biết và giám sát nhằm đánh giá thành công của chiến dịch. Việc sử dụng khảo sát và phiếu phản hồi có thể hỗ trợ quá trình giám sát. Cách thức tiếp cận của chiến dịch có thể cần thay đổi dựa trên kết quả của quá trình giám sát

Việc truyền đạt các chính sách chuỗi cung ứng bền vững và kế hoạch hành động nên được kết hợp trong chương trình nâng cao nhận thức chung ngay khi các vấn đề chung của phát triển bền vững và lợi ích của các hành động tích cực được hiểu đúng đắn.

Ngoài việc nâng cao nhận thức về chính sách chuỗi cung ứng bền vững và kế hoạch hành động, việc cập nhật nhân viên và nhà cung cấp về tiến trình, duy trì hỗ trợ và cung cấp động lực cho các hoạt động liên tục là rất quan trọng.

Nghiên cứu tình huống: Buffalo tours phát triển chuỗi cung ứng bền vững

Công ty điều hành du lịch Buffalo Tours nhận thức được các ảnh hưởng tiêu cực và tích cực của du lịch và đang có những hành động để kết hợp tính bền vững nhiều hơn nữa trong chuỗi cung ứng của mình.

Ngoài việc tuyển dụng khoảng 250 nhân viên địa phương từ các vùng khác nhau, Buffalo Tours còn hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương và kinh tế địa phương bằng cách ưu tiên các liên kết với những nhà cung cấp điều hành và sở hữu bởi người dân địa phương như khách sạn và công ty vận chuyển, từ đó nhận được những bước tích cực hỗ trợ của họ trong việc áp dụng bền vững vào hoạt động kinh doanh của họ.

Trong lĩnh vực này, Buffalo Tours đã hoàn thành đào tạo nhận thức môi trường cho các nhân viên cơ sở lưu trú và bao gồm các khách sạn có chính sách môi trường. Ngoài ra, trong năm 2009 Buffalo Tours ra mắt tài liệu *Các Gợi ý cho Du lịch Xanh và Có Trách Nhiệm* trong đó

nhấn mạnh các khách sạn, các đơn vị lữ hành và dịch vụ có áp dụng các biện pháp du lịch có trách nhiệm.

Cung cấp hỗ trợ

Trong khi thực hiện một chính sách chuỗi cung ứng bền vững với các tiêu chuẩn và mục tiêu kèm theo cung cấp một khuôn khổ hợp lý để đạt được phát triển bền vững, việc nâng cao nhận thức giúp tạo ra sự hiểu biết về tầm quan trọng của tính bền vững, các tổ chức chưa thực hành các nguyên tắc bền vững thường cần hướng dẫn và hỗ trợ để có thể đạt được các thay đổi mong muốn.

Các tổ chức có thể hỗ trợ các nhà cung cấp nâng cao hiệu quả bền vững bởi:

- Họ có kết nối trực tiếp với người tiêu dùng và nhận được phản hồi về nhu cầu ngày càng tăng cho sự bền vững trong kinh doanh
- Trong trường hợp các tổ chức lớn làm việc với các nhà cung cấp địa phương, họ có thể tiếp cận tốt hơn với công nghệ thông tin và do đó có lợi thế hơn trong việc xây dựng các khả năng thực hiện kinh doanh bền vững so với các nhà cung cấp tự tiếp cận vấn đề.

Để xác định hình thức hỗ trợ nào là cần thiết, việc tham khảo các kết quả của nghiên cứu cơ bản cần được thực hiện. Từ đó có thể đưa ra các chiến lược để giúp xóa bỏ khoảng cách có thể cản trở nhà cung cấp đạt đến mục tiêu bền vững. Ví dụ về các loại hỗ trợ bao gồm:

- **Đào tạo:** sử dụng các chuyên gia trong tổ chức hoặc thuê đào tạo viên từ bên ngoài để đào tạo các lĩnh vực cụ thể như các nguyên tắc của văn phòng xanh, phát triển hợp đồng lao động và mô tả công việc, bảo vệ quyền trẻ em v.v.
- **Các ấn phẩm in:** Xây dựng các văn bản hướng dẫn “làm thế nào” đơn giản hoặc các mẫu văn bản trong các lĩnh vực cụ thể như “Hướng dẫn cách ủ phân rác thải nhà bếp” hay các ví dụ về xây dựng nguyên tắc ứng xử cho du khách
- **Cố vấn:** Xác định, đào tạo và sắp xếp các lãnh đạo nội bộ vào các lĩnh vực chủ đề bền vững cụ thể và yêu cầu họ làm cố vấn cho nhà cung cấp để hỗ trợ và đưa ra các lời khuyên cho việc đạt các mục tiêu bền vững
- **Chuyến đi làm quen sản phẩm:** tổ chức các chuyến đi làm quen sản phẩm cho các nhà cung cấp để giới thiệu các thực tiễn tốt nhất
- **Liên kết đến thông tin và mạng lưới của bên thứ ba:** Liên kết các nhà cung cấp đến các hiệp hội chuyên ngành quốc gia và quốc tế, các tổ chức phi chính phủ quốc tế, những bên có thông tin và cung cấp dịch vụ trên các lịch vụ như quản trị môi trường, phát triển cộng đồng và thương mại công bằng.

Cung cấp các ưu đãi

Việc đưa ra các khuyến khích và khích lệ nhà cung cấp đạt mục tiêu là cần thiết. Dựa trên mức độ đạt các

² Sayers, R 2006, Các nguyên tắc nâng cao nhận thức: *nghiên cứu tình huống về kiến thức về thông tin*, UNESCO, Bangkok, Thailand

chuẩn của chuỗi cung ứng bền vững, các hình thức ưu đãi có thể bao gồm:

- **Hợp đồng ưu tiên:** Các nhà cung cấp thể hiện việc họ đáp ứng và vượt các tiêu chuẩn thực hiện sẽ được quyền ưu tiên hơn trong các hợp đồng so với các bên cung cấp chưa đạt chuẩn.
- **Tiếp tục hợp đồng sớm hơn:** Hợp đồng với các nhà cung cấp thể hiện họ đạt hoặc vượt các tiêu chuẩn thực hiện sẽ được tiếp tục sớm hơn so với các bên cung cấp chưa đạt chuẩn.
- **Các cơ hội quảng bá:** các nhà cung cấp thể hiện họ đạt hoặc vượt các tiêu chuẩn thực hiện có thể được quảng bá trên trang thông tin điện tử, tờ rơi hay thông cáo báo chí của công ty trong đó nhấn mạnh các thành tựu về kinh tế, xã hội và môi trường của nhà cung cấp nhờ quá trình hợp tác cùng công ty.
- **Các ưu đãi tài chính:** Cân nhắc cung cấp một khoản thanh toán tiền mặt hạn chế (cố định hoặc có thể thay đổi) cho các nhà cung cấp có khả năng đáp ứng hoặc vượt quá tiêu chuẩn bền vững cụ thể. Ngoài ra, một giải thưởng tiền mặt (có chứng chỉ công nhận / tuyên dương) có thể được cung cấp cho bên cung cấp thể hiện tốt nhất.

GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ BỀN VỮNG CỦA CÁC NHÀ CUNG CẤP

Giám sát và đánh giá là một phần quan trọng của chuỗi cung ứng có trách nhiệm vì nó cung cấp các phương tiện để xác định nếu các chiến lược phát triển bền vững của các nhà cung cấp đang đáp ứng các tiêu chuẩn và mục tiêu của tổ chức. Một quá trình giám sát và đánh giá toàn diện thường bao gồm các tiêu chí đánh giá tính bền vững và truyền đạt chúng đến các nhà cung cấp, tiến hành đánh giá tính bền vững, cung cấp thông tin phản hồi về hiệu suất các nhà cung cấp, và cuối cùng là khuyến khích cải tiến liên tục.

Phát triển các tiêu chí đánh giá tính bền vững

Việc phát triển các tiêu chí (hoặc "chỉ số") đánh giá tính bền vững liên quan đến việc thành lập chuỗi thông tin chính thức được lựa chọn để đánh giá những thay đổi trong hoạt động của các nhà cung cấp. Việc thành lập các tiêu chí đánh giá tính bền vững thực sự bắt đầu bằng một nghiên cứu cơ bản và thiết lập các tiêu chuẩn và mục tiêu SMART - thành lập và ưu tiên các lĩnh vực quan trọng để đạt bền vững và đặt ra mục tiêu để đo lường các hoạt động hiệu quả. Tiêu chuẩn đánh giá nên như sau:

- Dựa trên các bộ tiêu chuẩn trong chính sách chuỗi cung ứng bền vững, nên bao gồm các yếu tố về kinh tế, xã hội và môi trường
- Bao gồm các tiêu chuẩn đề ra và quy trình kế hoạch hành động, phản ánh khuôn khổ gia tăng và ưu tiên

đã được thành lập. Các tiêu chí đánh giá tính bền vững cần được ghi lại dưới dạng ngắn gọn và có một con số tuyệt đối (con số hoặc số lượng), một con số tương đối (tỷ lệ phần trăm hoặc tỷ lệ) hoặc đơn giản là các thông báo có / không (tồn tại hoặc thiếu). Ba loại chính của các chỉ số là:³

1. **Chỉ số kết quả đạt được:** Các chỉ số định lượng như con số nhân viên có hợp đồng chính thức hay số lượng các cây trồng trong chương trình xanh.
2. **Chỉ số quy trình:** Phản ánh cam kết với các điều kiện chính sách và tham gia ngăn chặn, ví dụ, có/thiếu chính sách tiền lương tối thiểu hay phần trăm nhà cung cấp từ thiện thức ăn còn thừa cho người nghèo.
3. **Chỉ số nhận thức:** Các tỷ lệ các nhà cung cấp đưa ra các ý kiến nhất định, ví dụ, tỷ lệ phần trăm của các nhà cung cấp tin rằng hoạt động bền vững của họ đã cải thiện đời sống cộng đồng

Ba loại chỉ số đánh giá

Truyền đạt các tiêu chí bền vững chính xác tới các nhà cung cấp

Một khi các tiêu chí đánh giá đã được thành lập chúng cần được thông báo cho các nhà cung cấp để họ nhận biết các chương trình giám sát và đánh giá, nhận biết các tiêu chí dựa trên đó họ sẽ được đánh giá hiệu suất. Thông báo các nhà cung cấp về các tiêu chí theo các chuẩn giao tiếp doanh nghiệp (ví dụ email, họp, hội thảo). Việc truyền đạt các tiêu chí bền vững là rất quan trọng, bao gồm các yếu tố sau:

- **Giải thích** tầm quan trọng và các lợi ích của qui trình giám sát, quản lý tới các nhà cung cấp và cả tổ chức; các hệ quả của việc không thực hiện.
- **Đánh giá** các văn bản tiêu chí (ví dụ liệt kê trên bảng excel hay bảng Word)

³ UNWTO & Tổ chức phát triển Hà Lan SNV năm 2010, Cẩm nang về du lịch và xóa đói nghèo – Các bước thực hành cho các điểm đến, Madrid, TBN

- **Định nghĩa** các từ khóa
- **Hướng dẫn** cách sắp xếp từng tiêu chí (ví dụ đơn vị, tỉ lệ)
- **Giải thích** cách thức tiến hành chương trình giám sát và quản lý (khi nào, bởi ai, bằng cách nào), các mong đợi từ nhà cung cấp, vai trò và trách nhiệm của nhà cung cấp và tổ chức trong quy trình giám sát và đánh giá

Thực hiện đánh giá bền vững

Cách thực hiện đánh giá bền vững thông thường phụ thuộc vào quy mô của tổ chức, chuỗi cung ứng cũng như mức độ của các nguồn lực (nhân sự, tài chính, thời gian) mà tổ chức có thể cam kết cùng quá trình giám sát và đánh giá. Với hầu hết doanh nghiệp vừa và nhỏ, quy trình đánh giá có thể bao gồm:

- **Tổ chức thực hiện:** Yêu cầu nhà cung cấp nộp các báo cáo và văn bản nội bộ (ví dụ hóa đơn tiền điện và nước, các văn bản chính sách, các hợp đồng lao động, ghi chú các cuộc họp, ghi chép các khóa đào tạo v.v) Có thể cần đến thăm nhà cung cấp hay tổ chức họp với các nhân viên cốt lõi.
- **Nhà cung cấp thực hiện (tự đánh giá):** yêu cầu nhà cung cấp hoàn thành bảng/biểu giám sát và đánh giá, và cung cấp các chứng từ đi kèm. Đào tạo ban đầu về cách thực hiện đánh giá cho các nhân viên cốt lõi của nhà cung cấp có thể cần được thực hiện.
- **Đánh giá của bên thứ ba (hợp đồng thuê ngoài):** Các công ty lớn có thể tìm đến hỗ trợ từ các tổ chức độc lập hoặc các cá nhân trong việc thay mặt cho tổ chức tiến hành đánh giá.

Các thông tin thu thập được từ các đánh giá khác nhau về việc thực hiện bền vững cần được tập hợp lại vào một kho dữ liệu để cho phép phân tích kết quả dễ dàng, sử dụng các bảng, biểu đồ. Điều này giúp hiểu được ý nghĩa của kết quả quá trình đánh giá - tốt, trung bình, hay tệ? Có thể so sánh với tình trạng trước đó, so với các chỉ số hay mục tiêu đề ra, hay so với các bên khác (các nhà cung cấp khác hay các điểm đến khác).

Đưa ra phản hồi về việc thực hiện của các nhà cung cấp

Ngay khi các kết quả được thu thập và phân tích, chúng cần được ghi lại trong báo cáo thực hiện của từng nhà cung cấp. Báo cáo nên cung cấp kết quả dưới dạng đơn giản và dễ hiểu, sử dụng các bảng, biểu đồ và ý chính. Thông tin phản hồi nên tập trung vào các yếu tố tích cực để tăng cường và tuyên dương các thành quả, khuyến khích các mục tiêu chưa đạt được nhưng vẫn đang trong quá trình cải thiện. Kết quả báo cáo có thể được đưa ra trong cuộc họp với nhà cung cấp hay đơn thuần là gửi báo cáo cho nhà cung cấp qua thư hoặc email. Các kết luận và tác động của hành động cần được thảo luận cùng việc trình bày các kết quả. Phản hồi cần được thực hiện thường xuyên và kịp thời.

Cải tiến liên tục trong mua sắm có trách nhiệm và bền vững

Dựa trên các lĩnh vực còn thực hiện kém, tổ chức cần hỗ trợ nhà cung cấp cải thiện kết quả của họ để họ đạt các mục tiêu trong các giai đoạn đánh giá sau đó. Các hỗ trợ được đề cập trong các phần trước cần được thực hiện liên tục với phương thức tập trung sau mỗi kì đánh giá để tạo nên cách thức cải tiến tích cực.



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 7

HỖ TRỢ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi kết thúc bài này, học viên sẽ có thể:

- Liệt kê và mô tả các phương pháp hợp tác với cộng đồng địa phương tại điểm đến để thực hiện du lịch có trách nhiệm
- Giải thích cách đưa các thực tiễn Du lịch có trách nhiệm vào các cơ chế hợp tác và đạt được sự đồng thuận từ cộng đồng tại điểm đến
- Mô tả tầm quan trọng trong việc phối hợp với cơ quan địa phương và trung ương
- Giải thích cách giáo dục cộng đồng địa phương về tầm quan trọng của quản lý các nguồn tài nguyên thiên nhiên bền vững, bảo tồn các giá trị văn hóa xã hội và phân phối công bằng các lợi ích kinh tế.
- Liệt kê và mô tả các cách huy động nguồn vốn để hỗ trợ điểm đến
- Giải thích cách hỗ trợ các thương nhân địa phương lập kế hoạch kinh doanh và đề án huy động vốn
- Giải thích cách kết nối cộng đồng hoặc thương nhân tại địa phương với các cơ quan hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ để được hỗ trợ xây dựng năng lực
- Liệt kê và mô tả các cơ hội tư vấn và hướng dẫn về nhu cầu du khách.

MỤC LỤC

HỖ TRỢ ĐIỂM ĐẾN CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?	2
LỒNG GHÉP DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM KHI HỢP TÁC VỚI CỘNG ĐỒNG TẠI ĐIỂM ĐẾN.....	2
Phát triển quy trình tổ chức khi hợp tác với cộng đồng tại điểm đến và môi trường tự nhiên	2
Đưa thực tiễn du lịch có trách nhiệm vào các cơ chế hợp tác tại điểm đến.....	2
XÚC TIẾN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TẠI ĐIỂM ĐẾN	3
Sự tham gia trực tiếp của các cơ quan chính quyền địa phương và trung ương	3
Hợp tác làm việc cùng các tổ chức tương đồng mục tiêu	4
Hỗ trợ giáo dục cộng đồng địa phương về tầm quan trọng của du lịch bền vững	4
HỖ TRỢ VỐN CHO PHÁT TRIỂN XÃ HỘI VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG TẠI ĐIỂM ĐẾN	4
Cung cấp và xúc tiến tổ chức tour du lịch đến các điểm đến di sản.....	4
Cung cấp thông tin cho khách hàng về các cách hỗ trợ bảo tồn di sản	5
Khuyến khích du khách đóng góp trực tiếp cho các hoạt động môi trường và xã hội	5
Phối hợp, tài trợ và gây quỹ để ủng hộ vì mục đích môi trường và xã hội.....	5
Hỗ trợ các tổ chức và nhóm cộng đồng của địa phương lập kế hoạch kinh doanh và đề án huy động vốn	6
Hỗ trợ lập kế hoạch kinh doanh	6

Bài học sau giới thiệu tổng quan về các cách tổ chức có thể hợp tác với cộng đồng địa phương để duy trì được một môi trường thú vị cho người dân địa phương sinh sống đồng thời cho khách du lịch đến tham quan du lịch trong tương lai. Bài học này còn quan tâm đặc biệt đến các cách có thể hỗ trợ điểm đến đạt được các lợi ích kinh tế lớn lao từ du lịch.

HỖ TRỢ ĐIỂM ĐẾN CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?

Hỗ trợ điểm đến có trách nhiệm là việc các tổ chức không chỉ đơn thuần khai thác điểm đến vì các lợi ích kinh tế của họ mà còn đóng vai trò tích cực trong việc nâng cao các giá trị văn hóa xã hội, bảo vệ môi trường địa phương, mang đến các lợi ích kinh tế được phân phối công bằng tới cộng đồng địa phương. Hỗ trợ điểm đến có trách nhiệm bao gồm:

- Đảm bảo du khách và doanh nghiệp hành động có cân nhắc tới tính nhạy cảm về môi trường và văn hóa xã hội
- Đảm bảo các nhà cung cấp địa phương được chi trả thích đáng cho hàng hóa và dịch vụ mà họ cung cấp
- Quảng bá các hoạt động tích cực của doanh nghiệp với cơ quan, tổ chức và cộng đồng địa phương tới chuỗi cung ứng của họ để thúc đẩy các kết quả du lịch bền vững
- Khuyến khích các doanh nghiệp hỗ trợ tạo nguồn vốn cho quản lý phát triển bền vững
- Xúc tiến chia sẻ thông tin với các nhà sản xuất và cung cấp dịch vụ tại địa phương nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm của họ đáp ứng tốt hơn nhu cầu của du khách

LÒNG GHÉP DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM KHI HỢP TÁC VỚI CỘNG ĐỒNG TẠI ĐIỂM ĐẾN

Phát triển quy trình tổ chức khi hợp tác với cộng đồng tại điểm đến và môi trường tự nhiên

Việc phát triển quy trình tổ chức khi hợp tác với cộng đồng và môi trường địa phương thường được thực hiện qua Bản Nguyên Tắc Ứng Xử trong đó nêu ra các trách nhiệm và mong đợi của các nhà điều hành du lịch và điểm đến – bao gồm cả cộng đồng địa phương, các khu di sản văn hóa và các khu bảo tồn. Các quy tắc ứng xử nội bộ này nhằm mục đích nâng cao ý thức và kiến thức về hậu quả của các hành vi không phù hợp và yêu cầu du khách thực hiện các hành vi giảm thiểu tác động và/hoặc tham gia các hoạt động du lịch bền vững. Các bước chính trong quá trình xây dựng nguyên tắc ứng xử cho du khách bao gồm:

- **Huy động sự hỗ trợ và tham gia của các bên liên quan:** Việc thiết lập nguyên tắc ứng xử cần có sự thảo luận và hỗ trợ từ các bên liên quan. Các bên liên quan có thể bao gồm: du khách, các doanh nghiệp, các tổ chức/nhóm về xã hội và môi trường, chính phủ và ban quản lý các điểm du lịch.
- **Xác định các vấn đề bền vững và mục tiêu chính:** Qua các cuộc họp hoặc hội thảo với các bên liên quan, các vấn đề chính của phát triển bền vững tại điểm đến cũng như nhu cầu và mong muốn của cộng đồng, các khía cạnh kinh tế và môi trường cần được xem xét. Các quy định luật pháp của Nhà nước cần được phân tích. Các mục tiêu đề ra cần bao quát các lĩnh vực kinh tế, xã hội và môi trường.

- **Xác định vai trò và nghĩa vụ:** Nguyên tắc ứng xử được thành lập dựa trên các mục tiêu vai trò và trách nhiệm. Vai trò và trách nhiệm của cộng đồng địa phương, các doanh nghiệp du lịch và du khách cần được tách biệt.
- **Dự thảo Quy tắc ứng xử:** Các vấn đề cần cân nhắc trong việc dự thảo quy tắc ứng xử bao gồm:¹
 - **Các khía cạnh sinh thái:** xử lý chất thải; các hành vi đi bộ, lái xe, chèo thuyền; thực vật, san hô, bảo vệ các loài nguy cấp; khoảng cách thích hợp để xem và chụp ảnh động vật hoang dã; cho ăn hoặc chạm vào động vật, kiểm soát vật nuôi, bảo tồn nước sạch; Giảm thiểu mức độ tiếng ồn của du khách, tác động trực tiếp từ du khách đến du khách; qui mô nhóm khách; thu thập thực vật, côn trùng, vỏ sò, đá; các đồ lưu niệm bị cấm bởi luật thương mại quốc tế.
 - **Các khía cạnh xã hội:** Các phong tục tập quán tại địa phương; xin phép khi chụp ảnh; Trang phục; Ngôn ngữ; tính riêng tư; phản ứng với người ăn xin; sử dụng các thiết bị công nghệ; Trao đổi hàng hóa và thương lượng giá; quyền của người dân địa phương; Vai trò của phụ nữ trong xã hội địa phương; tôn giáo và các nghi lễ địa phương; các quan chức địa phương, các khu vực cấm.
 - **Các khía cạnh kinh tế:** Tiêu chuẩn sinh hoạt địa phương; các hoạt động kinh tế chính của địa phương và vùng; các sản phẩm địa phương; các dịch vụ địa phương; các dự án địa phương.

Nguyên tắc chủ đạo xây dựng quy tắc ứng xử

- **Bền vững:** Các vai trò và nghĩa vụ cần tập trung vào việc nâng cao nhận thức và hiểu biết về hậu quả của các hành vi tiêu cực và tích cực tới con người và môi trường, và huy động cam kết từ các bên trong việc thực hiện phát triển bền vững.
- **Công bằng:** quy tắc ứng xử cần phản ánh mối quan tâm của tất cả các bên liên quan bao gồm du khách, doanh nghiệp, các tổ chức môi trường và xã hội, chính phủ và ban quản lý di tích.
- **Hiệu suất:** quy tắc ứng xử cần thực tế, thực hiện với chi phí hiệu quả qua đó doanh nghiệp và điểm đến có thể thực hiện các vai trò và trách nhiệm đề ra với mức chi phí có thể chấp nhận được.
- **Hiệu quả:** quy tắc ứng xử nên nêu bật được các vấn đề cụ thể của phát triển bền vững, trong đó hành vi của du khách được quản lý hiệu quả và ảnh hưởng của họ lên điểm đến được giảm thiểu. Các bên liên quan của điểm đến cần có nghĩa vụ hỗ trợ hiệu quả các mục tiêu của bền vững
- **Tính liên quan:** Mục tiêu của quy tắc ứng xử cần hỗ trợ thực hiện các mục tiêu bền vững của các kế hoạch và chiến lược quản lý điểm đến.

Đưa thực tiễn du lịch có trách nhiệm vào các cơ chế hợp tác tại điểm đến

Ngay khi quy tắc ứng xử được hoàn thiện và đã xác định các vai trò, trách nhiệm cụ thể của các bên liên quan, những bên liên quan chính cần thể hiện cam kết thực hiện các hành vi du

¹ Blangy, S. & Wood, M. 1992, 'Xây dựng và thực thi các nguyên tắc du lịch sinh thái tại các khu vực hoang dã và cộng đồng địa phương' trong cuốn Du lịch sinh thái: Hướng dẫn cho các nhà quy hoạch và quản lý, viết bởi Lindberg, K. & Hawkins, D., NXB Hiệp hội DLST

MAKE TRAVEL A GREAT EXPERIENCE

PRACTICAL TIPS FOR THE GLOBAL TRAVELLER

"We live in a wonderful world that is full of beauty, charm and adventure. There is no end to the adventures we can have if only we seek them with our eyes open"

Jawaharlal Nehru



Navigating the mighty Mekong River in a slow boat. Savouring the authentic cuisine of a street vendor in Morocco. Reflecting on life's mysteries amid the ancient burial grounds of Angkor...



The diversity of our world unites us, and gives us the chance to explore, engage and experience the best that local cultures and communities have to offer.

Respecting our world and all that makes us different and unique, will enhance your travel experience.



Following these practical steps will make your international travels as rewarding and gratifying as possible for you, for the people you meet, and for the places you visit.

Whether your travels take you to a tropical beach, a bustling city or a tranquil village, you will gain more from your travel experience and earn the respect of your international hosts by:

lịch bền vững, thành lập và cập nhật chính sách và quy trình của tổ chức và điểm đến, một cam kết đối tác chính thức hoặc hợp đồng liên kết cần lập ra giữa tổ chức và các bên liên quan của điểm đến. Các quy tắc ứng xử cần được truyền đạt và phân bố đầy đủ.

- **Cập nhật và phát triển chính sách và các thủ tục của điểm đến và của tổ chức:** Phân tích các doanh nghiệp hiện tại và các thói quen điều hành điểm đến so với quy tắc ứng xử bền vững và phát triển các chính sách/thủ tục cần để phù hợp quy tắc ứng xử của chính sách phát triển có trách nhiệm của tổ chức cũng như quá trình xây dựng năng lực của tổ chức (xem thêm tại Chương 5)
- **Xây dựng thỏa thuận hợp tác và liên kết đối tác:** Nên chính thức hóa các quy tắc ứng xử thành các hợp đồng hợp tác và đối tác giữa các doanh nghiệp du lịch và điểm đến (các nhóm đại diện cho cộng đồng địa phương, cơ quan quản lý khu di sản). Các thỏa thuận hợp tác này thường không có tính ràng buộc pháp lý mà chỉ đóng vai trò nâng cao mức độ cam kết của các bên. Hợp đồng hợp tác nên gắn các yếu tố của quy tắc ứng xử vào dạng văn bản viết và được ký bởi các bên liên quan. Chứng thực của thỏa thuận phải được thực hiện bởi các nhà quản lý cấp cao của phía điểm đến và từ người đứng đầu của tổ chức phía doanh nghiệp và chính thức hóa với chữ ký (và đóng dấu) của cả hai bên.
- **Thông tin tuyên truyền:** Các quy tắc ứng xử cần được thông tin tuyên truyền đến du khách qua tờ rơi, trang thông tin điện tử, hướng dẫn viên trước khi bắt đầu tour, hay qua các đoạn phim video trình chiếu trên phương tiện vận chuyển (như xe ô tô, thuyền, máy bay). Các điểm đến cần phối hợp cùng các nhà điều hành du lịch để tuyên truyền quy tắc ứng xử tới các điểm du lịch, ví dụ, trên biển



Honouring local traditions and customs

- Research your destination to learn all that you can about local customs and traditions. It is a great way to build understanding of the local community and excitement for your adventure ahead.
- Learn to speak a few words in the local language. This can help you connect with the local community and its people in a more meaningful way.
- Experience and respect all that makes an international destination different and unique from its history, architecture and religion to its music, art and cuisine.



Supporting the local economy

- Buy locally-made handicrafts and products.
- Respect local vendors and artisans by practising fair trade.
- Do not buy counterfeit products and items that are prohibited by national/international regulations.



Respecting the environment

- Reduce your environmental impact by being a good steward of natural resources and archaeological treasures.
- Protect wildlife and their natural habitats.
- Purchase products that are not made using endangered plants or animals.
- Take photos instead of protected artefacts as mementos of your trip.
- Leave only your footprint and a good impression behind.



Being an informed and respectful traveller

- Observe national laws and regulations.
- Respect human rights.
- Protect children from exploitation in travel and tourism.
- Take appropriate health precautions.
- Know how to access medical care or contact your embassy in case of an emergency.



Global Code of Ethics for Tourism
For Responsible Tourism
www.UNWTO.org/ethics

The World Tourism Organization (UNWTO), a United Nations specialized agency, is the leading international organization with the decisive and central role in promoting the development of responsible, sustainable and universally accessible tourism. It serves as a global forum for tourism policy issues and a practical source of tourism know-how. Its membership includes 154 countries, 7 territories, 2 permanent observers and over 400 Affiliate Members.

The World Committee on Tourism Ethics is an independent body of the UNWTO in charge of the promotion of the Global Code of Ethics



World Tourism Organization
Capitán Haya 42, 28020, Madrid, Spain
www.UNWTO.org
© 2010 UNWTO - All rights reserved

chỉ dẫn, qua hướng dẫn viên địa phương. Ngoài ra cần kết hợp đào tạo nhân viên và thực hiện các hoạt động nâng cao nhận thức cộng đồng.

XÚC TIẾN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TẠI ĐIỂM ĐẾN

Các nhà cung cấp hàng hóa và dịch vụ quảng cáo, vận chuyển, dịch vụ lưu trú, giải trí và ăn uống cho du khách, cũng là nhà cung cấp thu nhập và việc làm hỗ trợ kinh tế địa phương, vì vậy các nhà điều hành du lịch có thể gây ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của điểm đến, không chỉ từ chính hoạt động kinh doanh của họ mà còn qua mối liên hệ mật thiết giữa họ và các cơ quan địa phương và toàn quốc tại điểm đến, các cơ quan phi chính phủ và các tổ chức du lịch trách nhiệm khác và các chương trình xây dựng năng lực du lịch bền vững cho cộng đồng.

Sự tham gia trực tiếp của các cơ quan chính quyền địa phương và trung ương

Đối thoại và hợp tác giữa các khối du lịch tư nhân và các cơ quan chính quyền có thể làm nâng cao chất lượng và loại hình các dịch vụ du lịch, các trải nghiệm kỳ nghỉ và đem lại lợi ích cho cư dân địa phương. Khối tư nhân rất cần hợp tác với các cơ quan địa phương và trung ương để tham gia giải quyết các vấn đề lớn hơn của phát triển bền vững ngoài hoạt động sản xuất kinh doanh thông thường của họ. Đối thoại giữa cộng đồng và doanh nghiệp cũng đem lại niềm tin cho các cơ quan và các doanh nghiệp tư nhân tại điểm đến. Các cách chính để khối du lịch tư nhân có thể hợp tác trực tiếp

THAM GIA HỘI THẢO, HỘI HỢP VÀ DIỄN ĐÀN DO CƠ QUAN NHÀ NƯỚC TỔ CHỨC

Tham dự các sự kiện của khối nhà nước như hội thảo du lịch, hội họp và diễn đàn trong ngành có sự tham gia của khối tư nhân

THAM GIA CÁC CUỘC NGHIÊN CỨU/ KHẢO SÁT CỦA CƠ QUAN NHÀ NƯỚC

Đưa ra phản hồi và đóng góp cho các nghiên cứu và khảo sát của chính phủ có các bên liên quan từ khối tư nhân

THAM GIA QUÁ TRÌNH LÊN KẾ HOẠCH VÀ XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH CHO ĐIỂM ĐẾN

Hội thảo của các cơ quan chính phủ hoặc kêu gọi phản hồi về các chính sách du lịch và công văn chính phủ

THAM GIA HỢP TÁC CÔNG-TƯ

Cùng chính phủ phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch cho điểm đến

với cơ quan chính quyền địa phương và trung ương về phát triển bền vững có thể được minh họa như sau:

Hợp tác làm việc cùng các tổ chức tương đồng mục tiêu

Ngoài việc làm việc trực tiếp với chính quyền địa phương, các nhà điều hành du lịch có thể hợp tác cùng các doanh nghiệp tương đồng hay các tổ chức phi chính phủ để cùng hiệp lực tạo ảnh hưởng gián tiếp tới cộng đồng. Hai loại hình liên kết có thể bao gồm:

- **Hợp tác cùng các doanh nghiệp tương đồng:** Tham gia các nhóm hoặc hiệp hội trong ngành. Các nhóm hoặc hiệp hội này có thể trong các lĩnh vực khác nhau của ngành Du lịch (ví dụ lưu trú, tour, nhà hàng), cùng khu vực địa lý (hiệp hội du lịch tại điểm đến), các nhóm quan tâm đến du lịch có trách nhiệm. Các nhóm này có vai trò như tiếng nói của ngành có thể có cơ hội phát triển và thực hiện một số hành động du lịch bền vững tại điểm đến
- **Làm việc cùng các tổ chức phi chính phủ (NGOs):** Các NGOs ngày càng đóng vai trò trung gian kết nối chính phủ, khối doanh nghiệp và cộng đồng. Hợp tác với các NGOs để cùng tham gia các dự án du lịch bền vững giúp công ty đạt được những thay đổi tích cực.

Hỗ trợ giáo dục cộng đồng địa phương về tầm quan trọng của du lịch bền vững

Các công ty lữ hành có thể góp phần và phát triển bền vững điểm đến qua việc hỗ trợ giáo dục cộng đồng địa phương về tầm quan trọng của quản lý tài nguyên thiên nhiên bền vững, tính nhạy cảm về văn hóa và xã hội, phân bổ lợi ích kinh tế công bằng. Các cách chính để thực hiện bao gồm:

- **Diễn thuyết tại các trường đại học và phổ thông:** Truyền đạt nhu cầu tăng cao về phát triển bền vững tại các điểm đến cho sinh viên, cũng như các bước tổ chức cần làm để đạt điều đó.
- **Tham gia các hội thảo và hội nghị:** Mời các cơ hội tham gia các hội thảo và hội nghị liên quan đến khối tư nhân và phát triển du lịch bền vững.
- **Đưa ra các chương trình học bổng giáo dục hoặc từ thiện:** thành lập quỹ học bổng cho trẻ em và thanh niên để giúp đỡ họ đến trường. Các học bổng có thể ưu tiên các ngành học liên quan đến du lịch bền vững, quản lý môi trường hay văn hóa địa phương. Đóng góp cho các trường phổ thông và đại học qua hình thức cung cấp tư liệu giáo dục như sách về du lịch bền vững qua đó giáo dục cộng đồng về tầm quan trọng của du lịch bền vững.

- **Tham gia xây dựng chương trình học:** Có thể tích cực tham gia quá trình xây dựng chương trình học của các trường có liên quan đến chủ đề du lịch bền vững.

Nghiên cứu tình huống: Hội đồng Tư vấn Du lịch kết nối khu vực công và tư ở cấp độ quốc gia

Trong tháng 10 năm 2012, Hội đồng Tư vấn Du lịch Việt Nam (TAB) được chính thức thành lập dưới sự hỗ trợ của Dự án EU do Liên minh Châu Âu tài trợ. TAB trực tiếp báo cáo lên Tổng cục Du lịch, tạo ra một cơ chế chính thức để đối thoại trực tiếp và hợp tác giữa khu vực tư nhân và khu vực nhà nước trong ngành Du lịch Việt Nam.

Với mục tiêu thúc đẩy đối thoại, thông tin và chia sẻ kiến thức, TAB có vai trò chủ động trong việc tư vấn cho chính phủ trên các lĩnh vực như thúc đẩy tăng trưởng, quảng bá tính cạnh tranh của ngành Du lịch và phát triển du lịch bền vững.

Một đặc trưng chính của TAB là thúc đẩy phối hợp giữa khối tư nhân và khối nhà nước trong quảng bá du lịch.

Hợp tác giữa khu vực công và tư trong ngành Du lịch được lợi ích từ cơ cấu mới này, thể hiện qua quá trình phát triển do Dự án EU hỗ trợ khi xây dựng bản Chiến lược Marketing Du Lịch Quốc gia tới năm 2020 và Kế hoạch Hành động giai đoạn 2013-2015.

Dự án EU đã tham gia hỗ trợ xây dựng bản Chiến lược của TAB với mục đích đưa ra phản hồi chính thức từ khối tư nhân. Từ phản hồi này, Dự án chỉnh sửa và hoàn thiện bản Chiến lược, thông qua TAB và trình lên Chính phủ phê duyệt dưới sự ủng hộ của TAB. Từ đây, bản Chiến lược đang được chính phủ xét duyệt và có khả năng được chính thức chấp thuận.

HỖ TRỢ VỐN CHO PHÁT TRIỂN XÃ HỘI VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG TẠI ĐIỂM ĐẾN

Cung cấp và xúc tiến tổ chức tour du lịch đến các điểm đến di sản

Trong các bản phân tích thị trường du khách trong và ngoài nước, động lực du lịch chính của họ thường nhấn mạnh đến thiên nhiên và văn hóa. Vì vậy các điểm di sản có cơ hội tăng cường nguồn thu để hỗ trợ việc bảo tồn và duy tu di sản. Các đơn vị lữ hành có thể dễ dàng kết hợp các di sản văn hóa và thiên nhiên vào các gói tour hiện có của họ. Ngoài ra các doanh nghiệp du lịch như khách sạn và nhà hàng có thể gợi ý cho du khách đi tham quan các điểm di sản nếu khách hàng hỏi tư vấn của họ về ý tưởng tham quan. Bằng cách đưa ra và quảng bá các điểm di sản, các doanh nghiệp qua đó nâng cao tầm quan trọng của môi trường và đa dạng sinh thái, cũng như khuyến khích trao đổi văn hóa giữa con người tâm

Các du khách khi tới điểm đến thường muốn góp sức trong việc bảo tồn các di sản thiên nhiên và văn hóa khi họ có ý thức về tầm quan trọng của di sản và các thách thức trong việc bảo tồn di sản. Tuy nhiên họ không biết cách nào hoặc có cơ hội để hỗ trợ việc bảo tồn. Bằng cách cung cấp thông tin cho du khách về hỗ trợ bảo tồn di sản, các doanh nghiệp đóng vai trò trung gian trong việc kết nối các điểm di sản tới sự hỗ trợ từ du khách. Các hình thức hỗ trợ có thể bao gồm đóng góp, tình nguyện làm việc cho các dự án bảo tồn, hay thể hiện sự ủng hộ tích cực (kể với bạn bè về địa điểm và ý nghĩa môi trường và văn hóa của di sản). Các chiến lược

TÀI LIỆU IN

- Bao gồm thông tin về cách hỗ trợ bảo tồn di sản trong các tờ rơi hay các tài liệu quảng cáo kinh doanh để kèm trong các tài liệu du lịch cung cấp cho khách du lịch

TUYÊN TRUYỀN QUA KỸ THUẬT SỐ

- Tuyên truyền các cách hỗ trợ bảo tồn di sản trên các trang mạng của các doanh nghiệp, thông qua thư điện tử (vd đề cập tới chiến dịch hỗ trợ dưới phần chữ ký của thư điện tử), hoặc thông qua các video chiếu cho khách xem trong xe đưa khách tới điểm di sản

ĐỀ XUẤT CÁ NHÂN

- Thông báo cho nhân viên (vd hướng dẫn viên hay nhân viên quầy dịch vụ) về cách khách có thể hỗ trợ các nỗ lực bảo tồn di sản và khuyến khích các nhân viên tuyên truyền điều này cho khách khi có cơ hội

Các chiến lược phổ biến khi tuyên truyền về bảo tồn di sản

truyền thông phổ biến được mô tả trong hình dưới đây.

quan trọng của duy trì các truyền thống văn hóa.

Các hoạt động thu hút từ việc tham quan các điểm di sản rất phong phú và có thể bao gồm các hoạt động như đi bộ đường dài, đi xe đạp, quan sát động vật hoang dã, chèo thuyền, lưu trú tại nhà dân, thưởng thức nghệ thuật và hàng thủ công truyền thống, tham quan di tích lịch sử, theo dõi các buổi biểu diễn văn hóa, quan sát kiến trúc, và quan sát truyền thống tôn giáo.

Các lưu ý khi lựa chọn điểm đến văn hóa và thiên nhiên dưới góc độ bền vững bao gồm:

- Mức độ tổn hại và năng lực quản lý của các ban quản lý khu di tích
- Mức độ tác động hiện tại của khách
- Có khả năng ký hợp đồng với các nhà cung cấp dịch vụ địa phương tại điểm đến
- Xác định trạng thái bảo tồn chính thức (di sản hoặc khu vực được bảo vệ)
- Các vấn đề phổ biến của xã hội và môi trường có thể bị ảnh hưởng xấu thêm từ du lịch
- Các cơ sở vật chất đủ để hỗ trợ du lịch (ví dụ: giao thông, xử lý rác và nước thải, tái chế, nguồn điện và xăng dầu) và có kế hoạch cải tiến
- Thực hiện các kế hoạch bảo tồn và bảo vệ
- Nhận thức xã hội về di sản thiên nhiên và văn hóa của cộng đồng địa phương

Cung cấp thông tin cho khách hàng về các cách hỗ trợ bảo tồn di sản

Khuyến khích du khách đóng góp trực tiếp cho các hoạt động môi trường và xã hội

Các đơn vị du lịch có thể góp sức trong công cuộc phát triển bền vững tại điểm đến bằng cách khuyến khích các du khách đóng góp trực tiếp tới các tổ chức hay nhóm hoạt động vì sự phát triển xã hội và môi trường. Việc du khách có thể đóng góp giúp họ cảm thấy họ đang trực tiếp giúp đỡ cải thiện tình hình. Để khuyến khích đóng góp, các doanh nghiệp có thể công bố các quỹ từ thiện họ đang ủng hộ, cho phép du khách tham quan các điểm trong dự án để hiểu hơn về mục đích dự án và đưa ra lựa chọn đóng góp trực tiếp tiền mặt hay các chương trình từ thiện cung cấp lợi ích thành viên cơ bản (ví dụ bản tin, mua bán, giảm giá v.v.). Các doanh nghiệp cũng có thể khuyến khích du khách đóng góp cho các dự án tại điểm đến bằng cách:

- Đặt hòm từ thiện cho việc quyên góp trực tiếp với mục đích xã hội và môi trường
- Tặng một phần giá của kỳ nghỉ
- Thêm chi phí hoặc quyên góp hóa đơn của khách tại thời điểm đặt dịch vụ, trong lúc sử dụng hoặc sau khi sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp
- Từ thiện dưới dạng trích phần trăm từ lợi nhuận của doanh nghiệp

Phối hợp, tài trợ và gây quỹ để ủng hộ vì mục đích môi trường và xã hội

Các doanh nghiệp có thể tham gia trực tiếp vào quá trình xây dựng điểm đến bền vững về xã hội và môi trường hơn, để đem lại lợi ích cho cả cộng đồng địa phương và du khách, từ

đó lợi ích cho cả doanh nghiệp. Các hình thức hỗ trợ doanh nghiệp có thể sử dụng:

- Tham gia cùng các tổ chức phi chính phủ hoặc tổ chức cộng đồng trong các hoạt động thúc đẩy phát triển xã hội và môi trường như xây dựng cơ sở hạ tầng cho các làng bản (ví dụ trường học, trung tâm cộng đồng, cầu v.v.)
- Cung cấp các thiết bị như sách báo, quần áo và các thiết bị hỗ trợ kêu gọi vốn cho các dự án phát triển xã hội và môi trường.
- Tài trợ thực tập cho giới trẻ của địa phương và cung cấp cơ hội đào tạo các kĩ năng và cơ hội việc làm
- Phát phiếu thưởng hoặc trao giải thưởng cho các sản phẩm và dịch vụ của công ty tại các sự kiện gây quỹ từ thiện (ví dụ miễn phí phòng khách sạn, bữa ăn cho hai người, miễn phí tour du lịch)
- Cho phép nhân viên nghỉ làm để họ tham gia các hoạt động tình nguyện như ngày môi trường.

Hỗ trợ các tổ chức và nhóm cộng đồng của địa phương lập kế hoạch kinh doanh và đề án huy động vốn

Các tổ chức và nhóm cộng đồng địa phương hoạt động trong các lĩnh vực hỗ trợ bảo tồn di sản văn hóa và môi trường cũng như tích cực tham gia các hoạt động phát triển cộng đồng cần được hỗ trợ trong khối doanh nghiệp tư nhân để góp phần xây dựng điểm đến hạnh phúc hơn, tốt hơn về văn hóa, môi trường và kinh tế, từ đó giúp điểm đến trở nên hấp dẫn hơn với du khách. Các doanh nghiệp du lịch có thể hỗ trợ các tổ chức và nhóm cộng đồng địa phương để họ phát triển bền vững trong dài hạn bằng cách giúp họ lập các kế hoạch kinh doanh và đề án huy động vốn.

Hỗ trợ lập kế hoạch kinh doanh

Bản kế hoạch kinh doanh giúp các tổ chức hiểu rõ mô hình kinh doanh, thiết lập các mục tiêu, đường lối và thiếu hụt và kế hoạch hành động cụ thể, từ đó xây dựng doanh nghiệp mạnh hơn và bền vững hơn. Kế hoạch kinh doanh tăng cường ổn định tài chính bởi nó:

- Giúp xác định môi trường và các cơ hội từ môi trường
- Ưu tiên ngân sách và các quyết định tuyển dụng
- Phát triển sản phẩm cốt lõi, chiến lược quảng bá và chiến lược giá cùng các cơ hội tài chính
- Cung cấp các tài liệu cần thiết cho khách hàng, các nhà đầu tư hay các bên liên quan để họ yên tâm hơn khi giao dịch cùng tổ chức



CHƯƠNG TRÌNH ESRT
ESRT PROGRAMME

CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ
XÃ HỘI

BÀI 8

KIỂM SOÁT TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi kết thúc bài này, học viên có thể:

- Giải thích cách ứng dụng kỹ năng nghiên cứu và phân tích dữ liệu
- Giải thích cách thiết lập các tiêu chí thành công và chỉ số hiệu suất phục vụ việc kiểm soát và đánh giá các sản phẩm và dịch vụ du lịch
- Giải thích cách diễn giải kết quả nghiên cứu các tác động của sản phẩm và dịch vụ du lịch
- Giải thích cách áp dụng các nguyên tắc trong việc liên tục cải tiến quá trình kiểm soát và phát triển sản phẩm

Mục lục

KIỂM SOÁT VÀ ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?	2
Tại sao kiểm soát và đánh giá du lịch có trách nhiệm có vai trò quan trọng?	2
LÊN KẾ HOẠCH VÀ SẮP XẾP CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT	2
Thành lập nhóm hoặc ban chỉ đạo chương trình kiểm soát.....	2
Lên kế hoạch cho chương trình kiểm soát	2
LẬP CÁC CHỈ SỐ KIỂM SOÁT	3
Xem xét các chỉ số hiện tại.....	3
Chọn lọc các chỉ số	4
THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT.....	5
Đánh giá mức độ khả thi và các phương pháp thu thập dữ liệu	5
Thu thập và phân tích dữ liệu	5
Truyền đạt và báo cáo kết quả	6
ĐIỀU CHỈNH VÀ CẢI THIỆN CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT	6

Bài học này giới thiệu tổng quan các bước cần có để lên kế hoạch và thực hiện chương trình kiểm soát để đánh giá các tác động về xã hội, môi trường và kinh tế của du lịch áp dụng trong hầu hết các tình huống. Phương thức được khuyến khích nhấn mạnh một quá trình bao gồm tất cả các bên liên quan và phải cải tiến không ngừng để đảm bảo tính phù hợp của chương trình kiểm soát trong suốt thời gian thực hiện. Tuy nhiên cần lưu ý, chương học sau không đưa ra các cách thực hiện bản đánh giá tác động kinh tế, xã hội, môi trường bởi hình thức này khá phức tạp và chỉ được thực hiện bởi các cá nhân và đoàn thể có kỹ năng và trình độ chuyên môn cao.

KIỂM SOÁT VÀ ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM LÀ GÌ?

Đánh giá dựa trên các tiêu chí bền vững

- Đảm bảo việc thực hiện các mục tiêu của Du lịch có trách nhiệm
- Quá trình xác định các chỉ số, mục tiêu, (hành động), kiểm soát và đánh giá kết quả và cuối cùng chỉnh sửa và cải tiến
- Đảm bảo toàn bộ quá trình nhận được sự tham gia của tập thể
- Đảm bảo các mục tiêu có tính SMART (cụ thể, có thể đo lường, có thể đạt được, thực tế và kịp thời)

Tại sao kiểm soát và đánh giá du lịch có trách nhiệm có vai trò quan trọng?

Nếu không có sự giám sát, các nhà quản lý không nhận biết được quá trình thực hiện cho mục tiêu do chính bản thân họ đã đề ra hoặc được yêu cầu. Các lợi ích chính của thực hiện việc kiểm soát chương trình bao gồm:

- Cung cấp dữ liệu về tiến trình và tính hiệu quả của chương trình
- Cải thiện chất lượng quản lý và việc ra quyết định cho chương trình
- Tăng lòng tin của các bên liên quan, bao gồm các nhà cấp vốn
- Cung cấp dữ liệu cho việc lên kế hoạch các nhu cầu về nguồn lực
- Cung cấp dữ liệu hữu ích cho quá trình lập chính sách và luật pháp

Ngoài ra, các biểu hiện về ảnh hưởng tiêu cực của du lịch có thể xuất hiện từ từ và khó để nắm bắt, đặc biệt khi không có cơ sở so sánh. Khi các tác động tiêu cực đã trở nên rõ ràng, cơ hội để kiểm soát chúng sẽ hạn chế hơn, ví dụ việc giảm bớt lượng du khách đến thăm địa điểm là khó khăn, và áp dụng các chiến lược nâng cao điều kiện của địa phương để giảm thiểu các tác

động tiêu cực cần kỹ thuật và vốn đáng kể và cũng khó thực hiện.¹

LÊN KẾ HOẠCH VÀ SẮP XẾP CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT

Trước khi lên chương trình kiểm soát, cần lập một nhóm hoặc ban chỉ đạo với mục đích và quyền hạn kiểm soát cụ thể, cũng như các định hướng dài hạn cho đối tượng của chương trình kiểm soát – cho dù là một điểm đến (khu bảo tồn, cộng đồng địa phương) hay mục tiêu chính sách nội bộ công ty về du lịch có trách nhiệm.

Thành lập nhóm hoặc ban chỉ đạo chương trình kiểm soát

Cần thành lập ban chỉ đạo việc kiểm soát có trách nhiệm xây dựng và thực hiện của chương trình kiểm soát. Ban chỉ đạo thường hiệu quả hơn các cá nhân vì tập hợp các đại diện từ nhiều lĩnh vực khác nhau để phân tích các vấn đề một cách toàn diện hơn, hỗ trợ quá trình đặt mục tiêu và thậm chí hỗ trợ kiểm soát và phân tích các hoạt động.

Các thành viên ban kiểm soát nên bao gồm đại diện đến từ tất cả các bên tham gia hoặc liên quan đến các hoạt động du lịch. Các đại diện này phải có kiến thức đáng kể về các vấn đề trong ngành và lĩnh vực của họ. Một nhóm như vậy trong ngành Du lịch thường bao gồm các thành phần sau:

- **Cộng đồng:** các cộng đồng địa phương, các nhóm văn hóa, các nhà dẫn đầu truyền thống, nhân viên khối tư, chủ sở hữu các tài sản và tòa nhà
- **Khối công quyền:** Các cơ quan chính quyền cấp quốc gia, tỉnh, huyện hoặc các bộ ngành có trách nhiệm đối với ngành Du lịch, các bộ ngành và đơn vị khác có ảnh hưởng đối với du lịch, các đơn vị quan tâm đến việc lên kế hoạch và trùng tu các điểm thu hút du lịch.
- **Khối tư nhân:** Công ty lữ hành, đại lý du lịch, cơ sở lưu trú, nhà hàng và điểm tham quan, các hiệp hội và nhóm trong ngành, cung cấp vận chuyển hay các dịch vụ khác, nhà cung cấp trong ngành, các tổ chức thương mại và du lịch
- **Các tổ chức phi Chính phủ:** các nhóm hoạt động vì môi trường, các nhóm bảo tồn hay các nhóm khác
- **Du khách:** Các tổ chức đại diện cho nhu cầu của du khách, các đơn vị du lịch quốc tế (hay các công ty điều hành tour có thể phân nào đại diện cho du khách)

Lên kế hoạch cho chương trình kiểm soát

Các nhiệm vụ ban đầu của ban chỉ đạo chương trình kiểm soát bao gồm:

¹ Buckley, R. 1999, 'Công cụ và Chỉ số trong Quản lý Du lịch tại các Vườn Quốc gia', *Biên niên sử Nghiên cứu Du lịch*, 26(1), pp. 207-210

- **Thông nhất cần lập nên chương trình kiểm soát**
Toàn bộ các bên liên quan cần đồng tình về việc cần kiểm soát các tác động theo nguyện vọng của các bên, đảm bảo các tác động tiêu cực về kinh tế, xã hội và môi trường được giảm thiểu và các tác động tích cực được tối ưu
- **Chỉ định người điều phối chính cho chương trình:** để điều phối và lãnh đạo quá trình kiểm soát cần một người điều phối chính và được chỉ định bởi đội ngũ chương trình giám sát. Người điều phối nên có kinh nghiệm trong việc kiểm soát và đánh giá cũng như có sự tôn trọng nhất định từ nhóm.
- **Xác định tầm nhìn, mục tiêu và mục đích dài hạn:** Các bên liên quan cần hiểu rõ tầm nhìn và viễn cảnh họ mong đợi từ ngành Du lịch. Từ cái nhìn du lịch bền vững, việc xác định các mục tiêu và tầm nhìn cần cân nhắc các mục tiêu về xã hội, kinh tế và môi trường. Từ đó nhóm sẽ hiểu rõ hơn về các vấn đề thiết yếu cần cân nhắc, từ đó lập mục tiêu và mục đích cho chương trình giám sát. Từ việc xác định tầm nhìn rõ ràng, các vấn đề về sau sẽ được xác định có thiết yếu hay không và lập các chỉ số giám sát. Với góc nhìn của Du lịch có trách nhiệm, các tầm nhìn cần được xác định dựa trên các chính sách và kế hoạch của tổ chức và chính phủ về du lịch bền vững.
- **Xác định các tài sản và rủi ro của ngành du lịch:** Ban điều hành nên xác định và thống nhất các tài sản chính của điểm đến được đánh giá cao bởi du khách và địa phương, từ đó thống kê danh sách tài sản cần được kiểm soát (ví dụ, các thắng cảnh thiên nhiên, các thắng cảnh văn hóa và lịch sử, các sự kiện đặc biệt, v.v.). Các tác động hiện thời hoặc tiềm ẩn của du lịch lên các tài sản này cần được đánh giá (ví dụ, từ việc xem lại các nghiên cứu hiện tại và trước đó hay các trường hợp cụ thể). Các vấn đề cốt lõi nên liên quan doanh nghiệp/dự án và hiệu quả bền vững.

LẬP CÁC CHỈ SỐ KIỂM SOÁT

Các chỉ số rất thiết yếu cho quá trình kiểm soát và đánh giá bởi chúng đánh dấu mốc cần thay đổi trong chuỗi các hoạt động của chương trình, giúp theo dõi kết quả, các thay đổi và xu hướng trong suốt quá trình. Các chỉ số có thể bao gồm:

- Chỉ số về lượng (ví dụ: con số, phần trăm, tỉ lệ, tỉ số) hoặc chỉ số về chất (ví dụ mức độ hài lòng, nhận thức, hiểu biết, thái độ, chất lượng một chủ đề hay tình huống nhất định); và
- Đo lường các tác động (ví dụ giảm khai thác gỗ), kết quả (ví dụ như giảm bạo lực gia đình), hoặc kết quả đầu ra (ví dụ như nhân viên được đào tạo về chính sách du lịch có trách nhiệm)

Các chỉ số hiệu suất rất quan trọng bởi chúng giúp:²

² Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP) 2009, *Sổ tay về Quy hoạch, Kiểm soát và Đánh giá các Kết quả Phát triển*, UNDP, New York, Mỹ

- Thông tin cho quá trình ra quyết định trong suốt chương trình và quản lý dự án
 - Đo tiến độ, thành quả và các xu hướng dưới góc nhìn của các bên liên quan khác nhau
 - Làm rõ tính thống nhất giữa các hoạt động, kết quả đầu ra, kết quả và tác động
 - Đảm bảo tính hợp pháp và trách nhiệm đối với tất cả các bên liên quan thể hiện qua tiến trình
 - Đánh giá dự án và nhân viên thực hiện
- Các vấn đề và rủi ro cốt yếu cần được xác định trong quá trình tổ chức và kế hoạch để tạo cơ sở cho việc chọn lựa các chỉ số đánh giá tiến độ. Các vấn đề được đánh giá và lập ưu tiên bởi ban chỉ đạo kiểm soát với sự tham gia của các nhóm và các bên liên quan đóng góp trong quá trình chọn lựa. Kết quả của quá trình là danh sách các vấn đề cốt yếu trong đó các chỉ số được lập ra để hỗ trợ hiệu quả các nhà quản lý du lịch xử lý các rủi ro cốt yếu.

Các nguyên tắc thiết lập và phát triển chỉ số tác động của du lịch

1. Nên nhận biết điều kiện và kết quả của phát triển du lịch
2. Nên mô tả thay vì đánh giá
3. Nên dễ đo lường
4. Ban đầu chỉ nên chọn ra vài chỉ số chính cho việc kiểm soát

Các chỉ số, với cách tiếp cận từ Du lịch có trách nhiệm, không chỉ đo hiệu quả của doanh nghiệp/dự án, mà còn đo rủi ro về kinh tế, xã hội và môi trường của điểm đến và nền du lịch tại đó.

Xem xét các chỉ số hiện tại

Tham khảo các chỉ số và tiêu chí của quốc gia và quốc tế là bước khởi đầu trong việc xác định các chỉ số tiềm năng (ví dụ Hướng dẫn các Chỉ số Du lịch Thế giới, Các chỉ số Môi trường của UNEP). Một vài ví dụ về chỉ số như sau:³

³ Twining-Ward, L. 2007, *Bộ Công cụ Kiểm soát và Quản lý Du lịch dựa vào Cộng đồng*, Khoa Quản lý Công nghiệp Lữ hành, Đại học Hawaii, Mỹ

PHÂN LOẠI	VÍ DỤ CÁC CHỈ SỐ
Môi trường	Tỉ lệ các loài có nguy cơ tuyệt chủng hoặc đã tuyệt chủng trên tổng số các loài
	Giá trị của tài nguyên rừng tới du lịch
	Số ngày du khách dành cho các hoạt động du lịch thiên nhiên trên tổng số ngày của kỳ nghỉ
	Số lượng khách sạn có chính sách môi trường
	Các chiến dịch nâng cao nhận thức về môi trường được thực hiện
	Số lượng khách sạn tái chế từ 25% trở lên các rác thải của họ
	Tỉ lệ cung/cầu về nguồn nước
	Số lượng khách sạn có trên 50% tổng số toilet có hai chức năng xả
	% tiêu thụ năng lượng từ các nguồn tái tạo
Kinh tế	Mức lương trung bình trong ngành du lịch tại nông thôn/thành thị
	Số lao động địa phương làm việc trong ngành du lịch (phụ nữ và nam giới)
	% doanh thu từ du lịch so với doanh thu tổng của địa phương
	% du khách qua đêm tại các cơ sở lưu trú du lịch địa phương
	% khách sạn sử dụng phần lớn nhân viên địa phương
	% GDP từ du lịch
	Thay đổi số lượng du khách đến
	Thời gian lưu trú trung bình của du khách
	Tỉ lệ % doanh nghiệp du lịch mới mở trên tổng số doanh nghiệp mới
Xã hội	% công ty lữ hành có dịch vụ chăm sóc trẻ trong ngày cho nhân viên
	% công ty lữ hành cam kết công bằng giới tính
	Tỉ lệ lao động nam/nữ trong ngành du lịch
	% nhân viên nam/nữ được tham gia các khóa đào tạo
	Mức độ hài lòng với số lượng du khách tại một điểm đến
Hiệu quả của Dự án / doanh nghiệp	Có Kế hoạch Quản trị Bền Vững
	Tất cả nhân viên được đào tạo quản lý phát triển bền vững định kỳ
	% thu mua hàng hóa và dịch vụ từ các nhà cung cấp địa phương
	% thu mua các sản phẩm công bằng thương mại
	Số lượng các trang thiết bị xây dựng từ vật liệu địa phương
	Cộng đồng địa phương có tham gia quá trình xây dựng Nguyên tắc ứng xử
% lao động là phụ nữ và người dân tộc thiểu số	

Ví dụ về các chỉ số bền vững trong du lịch

mốc tiêu chuẩn trên cùng một địa điểm hay so với các điểm khác?

Chọn lọc các chỉ số

Các vấn đề sau cần được cân nhắc khi lựa chọn các chỉ số và kiểm tra tính khả thi của chúng:⁴

- **Tính liên quan** của chỉ số cho các vấn đề được đề ra. Chỉ số đó có phản ánh các thông tin và vấn đề cụ thể hỗ trợ quá trình quản lý?
- **Tính khả thi** của việc thu thập và phân tích các thông tin cần thiết. Làm thế nào để thu được thông tin? Dữ liệu có sẵn hay cần thu thập và khai thác đặc biệt? Nguồn nhân lực ra sao và các chi phí thu thập và tiến hành dữ liệu?
- **Độ tin cậy** của các thông tin và độ tin cậy cho người sử dụng dữ liệu. Thông tin từ một nguồn có uy tín và tính khoa học? Có được coi là mục tiêu? Sẽ được tin tưởng bởi người dùng?
- **Tính rõ ràng** và dễ hiểu với người dùng. Nếu người dùng sử dụng thông tin, liệu họ có thể hiểu và áp dụng chúng?
- **Có thể so sánh** qua thời gian, qua các vùng miền và qua các khung pháp lý. Chỉ số có thể hiện được sự thay đổi qua một giai đoạn, tương đương các

Khi danh sách chỉ số đã được xây dựng, cần rút gọn lại theo các tiêu chí thành một danh sách tiêu chí cuối cùng khả thi để thực hiện trong tổ chức hay dự án. Quá trình đánh giá và rút gọn các tiêu chí phải được thực hiện như quá trình có sự tham gia của đại diện các bên liên quan để đảm bảo bao quát được các vấn đề và chỉ số quan trọng nhất.

⁴ Tổ chức Du lịch Thế giới 2004, *Các chỉ số Phát triển Bền vững cho các Điểm đến Du lịch: Sách hướng dẫn*, Tổ chức Du lịch Thế giới, Madrid, Tây Ban Nha

THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT

Việc thực hiện chương trình kiểm soát bao gồm đánh giá mức độ khả thi của chương trình và các phương pháp thu thập dữ liệu, truyền đạt và báo cáo kết quả.

Đánh giá mức độ khả thi và các phương pháp thu thập dữ liệu

Trước khi thu thập dữ liệu cần lập một bản khuôn khổ, xác định các thành phần dữ liệu cần thiết, nơi thu thập, cách thức thu thập (chi phí và yêu cầu kỹ thuật), tần suất và nhân sự chịu trách nhiệm thu thập thông tin:

- **Các thành phần dữ liệu:** Xác định các loại hình dữ liệu cần thiết để đánh giá các chỉ số. Ví dụ, để tính phần trăm khách sạn tại điểm sử dụng phần lớn nhân viên địa phương cần: (i) dữ liệu về tổng số khách sạn tại điểm đến, và (ii) dữ liệu lao động của từng khách sạn theo số lượng nhân viên là người dân địa phương và số lượng nhân viên là những người lao động nhập cư
- **Nguồn dữ liệu:** Xác định nguồn thu thập dữ liệu. Dữ liệu có thể từ nguồn thứ cấp (các báo cáo, tài liệu có sẵn), hay nguồn sơ cấp (phỏng vấn, khảo sát). Vì nguồn thông tin sơ cấp thường có chi phí cao và tốn thời gian, sử dụng nguồn thông tin có sẵn (thứ cấp) thường được lựa chọn trước. Thu thập nguồn thông tin sơ cấp cho nhiều chỉ số

khác nhau cùng một lúc sẽ tiết kiệm kinh phí và thời gian cần thiết.

- **Chịu trách nhiệm:** nêu rõ nhân sự có trách nhiệm cho quá trình thu thập dữ liệu, lập bảng dữ liệu, phân tích và điều chỉnh dữ liệu, xác nhận thông tin chuẩn. Có thể bao gồm cán bộ và cán bộ kiểm lâm, các cộng đồng địa phương, trường học địa phương và các trường đại học, các nhà khai thác du lịch và du khách.
- **Phương pháp thu thập dữ liệu:** Các phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp bao gồm việc liên hệ các tổ chức (nếu dữ liệu thuộc cơ quan địa phương) và

các quy trình cần thiết để thu thập thông tin khác. Phương pháp cho các nguồn thông tin sơ cấp cần được xác định (khảo sát các bên liên quan, phỏng vấn sâu đối tượng chính v.v) và cần mô tả kỹ các phương pháp sử dụng (mục tiêu, phương thức, thời gian của các bước v.v.). Bốn phương pháp phổ biến nhất cho việc thu thập thông tin sơ cấp sử dụng trong du lịch bao gồm:⁵

Thu thập và phân tích dữ liệu

Thu thập dữ liệu

Toàn bộ các thành phần thông tin cần thiết được thu thập theo phương pháp đề ra bởi các nhân sự đã được chỉ định trước đó. Ngay trong quá trình thu thập, dữ liệu cần được đưa vào các bảng dữ liệu để giúp quá trình phân tích sau này.

Phân tích dữ liệu

Việc tách biệt thu thập dữ liệu riêng cho từng chủ đề là không cần thiết trừ khi tính tiêu cực hay tích cực của

BẢNG HỎI/ PHỎNG VẤN

Bảng hỏi và phỏng vấn rất hữu dụng trong việc thu thập cách nhìn sâu sắc về ý kiến và hành động của mọi người. Mẫu những người được phỏng vấn phải mang tính đại diện nhất có thể của cả cộng đồng về các khía cạnh giới tính, mức thu nhập, nhóm dân tộc, và hoạt động. Nhằm đạt được các kết quả có ý nghĩa về mặt thống kê, cần có một chuyên gia nghiên cứu tham gia vào quá trình chọn mẫu.

SỐ KHÁCH DU LỊCH

Đặt một quyển sổ khách du lịch kèm bút tại cửa ra của điểm du lịch hay ở sảnh chờ của khách sạn để thu thập thông tin về khách du lịch và trải nghiệm của họ. Có thể bao gồm: tên khách, quốc gia hiện cư trú, số đêm ở tại điểm/ cơ sở lưu trú, mức đánh giá về trải nghiệm (vd, theo thang điểm 1-5), chất lượng và tiêu chuẩn của các hàng hóa/ dịch vụ được cung cấp, kiến nghị để cải thiện.

QUAN SÁT

Các kỹ năng quan sát đơn giản có thể đem lại cái nhìn tổng quát về tình huống và đo được sự thành công hay thất bại. Quan sát có thể được ghi lại hay thực hiện bằng cách chụp ảnh trước và sau sự kiện. Việc quan sát có thể là lựa chọn hữu ích cho các chỉ số liên quan tới những cải thiện có thể nhìn thấy được trong điều kiện mức sống (vd, quan sát mức độ xuống cấp của môi trường do hành động chà đạp hay nâng cấp cơ sở hạ tầng).

HỌP NHÓM TẬP TRUNG

Các cuộc họp mục tiêu với các nhóm nhỏ những bên liên quan có thể là cách thu thập phản hồi hiệu quả về toàn bộ điều kiện và tác động của du lịch. Cuộc họp có thể được tổ chức với nhiều bên liên quan khác nhau, hoặc có thể tổ chức các cuộc họp khác nhau để đảm bảo ý kiến phản hồi không bị ảnh hưởng bởi các bên liên quan khác.

Bốn phương pháp phổ biến thu thập dữ liệu sơ cấp

thay đổi này được hiểu rõ. Trong khi đánh giá dữ liệu, việc so sánh kết quả với các mốc tiêu chuẩn hay cơ sở so

sánh là một phương pháp hiệu quả đo lường tiến độ.

- **Thiết lập các ranh giới:** Các dữ liệu thu thập được từ hoạt động đầu tiên, với các chi tiết về tình huống trước khi có sự can thiệp, đóng vai trò cơ sở cho việc đo lường các thay đổi.
- **Mốc tiêu chuẩn:** là quá trình so sánh dữ liệu thu được từ một chương trình kiểm soát với chương

⁵ Twining-Ward, L. 2007, *Bộ Công cụ Kế toán và Quản lý Du lịch dựa vào Cộng đồng*, Khoa Quản lý Công nghiệp Lữ hành, Đại học Hawaii, Mỹ

trình kiểm soát khác trước đó có vai trò cơ sở để so sánh. Các kết quả của phương pháp mốc tiêu chuẩn thể hiện mức độ thay đổi. Trong các trường hợp có số liệu chuẩn, ví dụ GDP từ du lịch, có thể so mốc kết quả đạt được với số liệu trung bình của ngành, khu vực, quốc gia hay quốc tế.

- **Thiết lập và so sánh các giới hạn có thể chấp nhận được:** Để xác định kết quả có tính tích cực hay tiêu cực (đặc biệt khi chương trình kiểm soát được thực hiện lần đầu tiên và không có cơ sở so sánh trước đó), ban chỉ đạo cần xác định các ranh giới và giới hạn có thể chấp nhận được cho từng chỉ số đo lường. Các giới hạn của sự thay đổi có thể chấp nhận được, đôi lúc được gọi là điểm ngưỡng, là cần thiết để xác định khi nào có thể diễn ra hậu quả nghiêm trọng của một hoạt động. Xác định giới hạn chấp nhận được của sự thay đổi là nhận định có giá trị và đòi hỏi sự hiểu biết toàn diện về sinh học, sinh thái học, xã hội học và kinh tế, cũng như hoạt động du lịch.

Truyền đạt và báo cáo kết quả

Ngay khi các kết quả được thu thập cần được báo cáo đến các bên liên quan và những người ra quyết định để họ tăng cường quy trình và các thay đổi tích cực, hay nhận ra các thay đổi tiêu cực để từ đó sửa đổi. Khi tổng hợp các kết quả cần lưu ý như sau:

- **Cần nhắc nhu cầu của người sử dụng thông tin:** Xác định người sử dụng các kết quả dự án và cách thức thông tin sẽ giúp ích cho họ cũng như được trình bày theo cách dễ sử dụng nhất.
- **Trình bày các kết quả theo cách đơn giản nhất có thể:** Có thể sử dụng minh họa hình ảnh cho các chỉ tiêu như biểu đồ thể hiện xu hướng, biểu đồ hình tròn, mã hóa màu sắc và dùng các biểu tượng v.v

Các kết quả có thể được trình bày và báo cáo theo nhiều cách khác nhau, các cách phổ biến như sau:

- **Bản tin:** kết quả được đưa ra trong các bản tin nội bộ của tổ chức hay các bản tin được thiết kế riêng cho việc báo cáo kết quả chương trình kiểm soát được gửi thường xuyên và gửi tới tất cả các bên liên quan chính.
- **Website:** Tạo một mục trên website của tổ chức dành riêng cho thông tin và tiến độ quá trình phát triển bền vững.
- **Email:** gửi email trực tiếp các kết quả đến các bên liên quan dưới dạng file đính kèm thư.
- **Hội nghị và Hội thảo:** Cung cấp bản phân tích trực tiếp và sâu về kết quả của chương trình kiểm soát tại các hội thảo và các cuộc họp có tính thực hành cao. Các phân tích sâu giúp các bên liên quan hiểu rõ hơn các vấn đề.

ĐIỀU CHỈNH VÀ CẢI THIỆN CHƯƠNG TRÌNH KIỂM SOÁT

Để đảm bảo chương trình kiểm soát có hiệu quả trong việc đưa ra thông tin có ý nghĩa, phải thường xuyên rà soát chương trình này. Sau khi hoàn thành các chiến dịch giám sát định kỳ phải thảo luận các thành công cũng như điểm yếu với ủy ban chỉ đạo và các bên liên quan có thể đã tham gia hoặc chịu ảnh hưởng của kết quả chương trình. Ngoài ra, việc trình bày kết quả của chương trình trong các cuộc hội thảo và cuộc họp có thể là các thu thập phản hồi hữu ích về phương thức cải thiện chương trình để thu được những kết quả tốt hơn

Tổ chức WTO cung cấp danh sách kiểm tra các vấn đề cần cân nhắc khi đánh giá lại các chỉ số:⁶

- Các chỉ số có được sử dụng không? – ai sử dụng và như thế nào?
- Chỉ số nào được sử dụng?
- Người sử dụng giờ có thêm nhu cầu nào không?
- Có thêm được người sử dụng tiềm năng nào không?
- Các chỉ số có theo đúng biểu mẫu không, hay bây giờ cần sử dụng các biểu mẫu khác?
- Có hay không các phương thức mới để thu thập và phân tích dữ liệu cho các chỉ số, nhờ đó mà việc sản xuất dễ dàng và hiệu quả hơn?
- Có các vấn đề mới xuất hiện và cần chỉ số hay không?
- Hiện nay thông tin có đủ để bổ sung thêm những chỉ số rất khó thu thập được nhưng lại được coi là quan trọng không?
- Có các chứng cứ cho thấy kết quả đầu ra bị ảnh hưởng bởi việc sử dụng chỉ số không?
- Các rào cản nào, nếu có, đã ngăn chặn việc sử dụng tốt nhất các chỉ số?

⁶ Tổ chức Du lịch Thế giới 2004, *Các chỉ số Phát triển Bền vững cho các Điểm đến Du lịch: Sách hướng dẫn*, Tổ chức Du lịch Thế giới, Madrid, Tây Ban Nha



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 9

HOẠCH ĐỊNH VÀ QUẢN LÝ DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM TẠI CÁC DI SẢN VĂN HÓA VÀ TỰ NHIÊN

Sau khi hoàn thành bài học này, người học có thể:

- Giải thích tầm quan trọng của di sản văn hóa và tự nhiên và mối quan hệ với du lịch
- Phân biệt và giải thích các công cụ quản lý du lịch tại các điểm du lịch di sản văn hóa và tự nhiên
- Giải thích tầm quan trọng và các nguyên tắc diễn giải di sản trong việc nâng cao nhận thức về du lịch bền vững
- Phân biệt các bước quan trọng trong việc hoạch định quản lý di sản
- Xác định các bước chính trong việc xây dựng một kế hoạch quản lý di sản

MỤC LỤC

DI SẢN VÀ DU LỊCH.....	2
Những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của loại hình du lịch di sản văn hóa và tự nhiên	2
QUẢN LÝ DI SẢN	2
Các công cụ quản lý di sản	3
Sức chứa	3
Giới hạn thay đổi có thể chấp nhận	3
Quản lý du khách	4
Thuyết minh di sản	4
Các kĩ năng quản lý môi trường và vật lý	5
XÂY DỰNG KẾ HOẠCH QUẢN LÝ DU LỊCH TẠI ĐIỂM DI SẢN	5
Các nguyên tắc lập kế hoạch.....	5
Sự tham gia của công chúng	5
Thực hiện quá trình hoạch định và quản lý di sản	6

Bài học này giới thiệu khái quát về những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của du lịch với các di sản văn hóa và tự nhiên, đồng thời xem xét những công cụ chuyên biệt có thể sử dụng để quản lý tốt di sản. Các bước quan trọng để xây dựng một kế hoạch quản lý di sản cũng sẽ được đề cập.

DI SẢN VÀ DU LỊCH

Di sản là tài nguyên chung của chúng ta bao gồm vốn kiến thức, thắng cảnh và những thứ được truyền lại cho chúng ta từ thế hệ trước. Về mặt khoa học, di sản có thể được phân chia thành di tích khảo cổ học, công trình kiến trúc lịch sử và các thắng cảnh. Các điểm di sản bao gồm các thắng cảnh tự nhiên, khu bảo tồn thiên nhiên, công trình kiến trúc cổ hoặc điểm khảo cổ học được các cơ quan có thẩm quyền công nhận về tầm quan trọng đối với di sản văn hóa của một cộng đồng. Sự bảo vệ các di sản được thực thi ở nhiều cấp độ từ địa phương tới quốc tế và đôi khi không chỉ liên quan tới một cơ quan.

Trong năm 2013, đã có 981 điểm di sản được công nhận trên toàn thế giới, trong số đó có 759 điểm di sản văn hóa, 193 điểm di sản tự nhiên, và 29 điểm di sản hỗn hợp, ở 160 quốc gia và vùng lãnh thổ. Việt Nam có 7 di sản thế giới được UNESCO công nhận bao gồm 2 di sản tự nhiên (Vịnh Hạ Long và Vườn quốc gia Phong Nha Kẻ Bàng) và 5 di sản văn hóa (Quần thể di tích cố đô Huế, Phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, Khu di tích trung tâm Hoàng thành Thăng Long, và Thành Nhà Hồ).

Những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của loại hình du lịch di sản văn hóa và tự nhiên

Bảo vệ di sản là việc rất quan trọng bởi sẽ góp phần:

- Tăng lượng ngoại hối: Du lịch thu hút khách du lịch quốc tế tới và chi tiêu trong nước.
- Tạo ra công ăn việc làm và đóng góp cho sự phát triển kinh tế: người dân địa phương có thể làm việc tại các điểm di sản và các làng nghề có thể bán đồ thủ công đem lại lợi nhuận qua hệ thống phân phối. Bên cạnh đó, các ngành nghề kinh doanh mới được mở ra, giá đất tăng cao cùng với nhiều khoản thu nhập khác.
- Nâng cao mức sống của khu vực: Ngành Du lịch được hoạch định và quản lý tốt sẽ cải thiện chất lượng sống của cư dân địa phương khi họ tận dụng cơ hội mở nhà hàng, khu giải trí và vui chơi xung quanh các điểm di sản.
- Thúc đẩy sự khám phá và giao lưu văn hóa: Nhờ có các điểm di sản, khách du lịch và người dân địa phương có thể có được vốn hiểu biết và coi trọng một địa danh khác, con người ở đó và lịch sử của địa danh đó, đồng thời nhận thức rõ hơn về giá trị của di sản và văn hóa truyền thống.
- Giáo dục về tầm quan trọng của việc bảo vệ di sản văn hóa và tự nhiên: các điểm di sản thông qua sự thuyết minh tốt có thể truyền tải tới du khách thông điệp về tầm quan trọng của bảo tồn di sản. Tiền thu được sẽ được dành cho công tác bảo tồn di sản nhờ đó nâng cao hơn nữa nhận thức của chính phủ và các cơ quan quản lý để tiếp tục các hoạt động bảo tồn.
- Đóng góp cho quá trình hồi sinh văn hóa truyền thống: Nhu cầu về các sản phẩm văn hóa truyền thống sẽ giúp vực dậy các làng nghề thủ công truyền thống và các di sản văn hóa phi vật thể như Quan họ, truyền thống văn hóa và lễ hội.
- Xây dựng niềm tự hào của cộng đồng: Di sản giúp xây dựng niềm tự hào và sức mạnh của cộng đồng thông qua

việc làm cho mọi người đoàn kết trong phát triển du lịch dựa trên nền tảng chung.

Mặc dù có nhiều lợi ích nhưng nếu sự hoạch định và quản lý du lịch yếu kém cũng có thể đe dọa di sản văn hóa và tự nhiên trong quá trình du khách tới thăm quan và khám phá. Các ảnh hưởng tiêu cực bao gồm:

- Gây tổn thất và/hoặc phá hủy tài nguyên do sự hoạch định và quản lý yếu kém các tác động tiêu cực khi du khách tới thăm quan.
- Sự thương mại hóa các giá trị văn hóa truyền thống nhằm thỏa mãn thị hiếu của khách du lịch dẫn đến việc đánh mất các giá trị đích thực khi di sản bị coi là mặt hàng kinh doanh.
- Ngoại lai hóa và đánh mất bản sắc văn hóa và sự xói mòn các giá trị, tập tục, ngành nghề địa phương truyền thống do các ảnh hưởng văn hóa xã hội từ bên ngoài thâm nhập vào cũng như ảnh hưởng của các ngành nghề du lịch dần dần dẫn tới sự triệt tiêu các giá trị và ngành nghề truyền thống.
- Gia tăng sự phân chia lợi nhuận khi những người sở hữu đất hay sống gần các điểm di sản sẽ được hưởng nhiều lợi nhuận nhất
- Xung đột về quyền sở hữu đất đai và tiếp cận các tài nguyên do sự bố trí có chọn lọc các thành tố của di sản, kéo theo các giá trị kinh tế tiềm năng.
- Sự mất dần giá trị văn hóa và lịch sử nguyên bản do quá trình quảng bá và tiếp thị di sản văn hóa yếu kém, nông cạn không phù hợp.

Hoạch định và quản lý điểm di sản

QUẢN LÝ DI SẢN

Chức năng của quản lý di sản bao gồm các thành tố chính sau đây:

- Sự bảo tồn các nguồn tài nguyên văn hóa và tự nhiên có giá trị thông qua việc đưa ra các luật định và thông điệp chỉ rõ hạn định của tất cả các quy định về hoạch định và quản lý di sản.
- Xây dựng các sản phẩm du lịch truyền thống có chất lượng dựa trên nghiên cứu thị trường.

- Quản lý ảnh hưởng của du khách thông qua chu trình hoạt động, bảo tồn và giám sát liên tục điểm di sản và cộng đồng cư dân địa phương sống xung quanh.
- Tạo ra lợi nhuận và hợp tác hỗ trợ chính phủ trong việc quản lý di sản cũng như giúp đỡ cộng đồng địa phương.

Các công cụ quản lý di sản

Phân khu

Công cụ phân khu dựa trên nguyên tắc các thành tố khác nhau của di sản văn hóa và các khu vực bảo tồn có những giá trị bảo tồn khác nhau, do đó có khả năng đáp ứng khác nhau đối với ảnh hưởng của con người, hoặc đáp ứng các nhu cầu khác nhau của du khách. Việc phân khu được thực hiện theo các tiêu chí sau:

- Tiêu chí vật lý: Tự nhiên (mức độ tiếp xúc của con người), khoảng cách (khu vực cách hệ thống giao thông bao xa) và quy mô
- Tiêu chí xã hội: số lượng lần tiếp xúc với con người, càng ít thì càng hoang sơ.
- Tiêu chí quản lý: sự hạn chế về thăm quan các khu vực khác nhau có những tài nguyên dễ bị ảnh hưởng hoặc nguy hiểm

Cơ quan Dịch vụ Lâm nghiệp của Mỹ đã đưa ra một phương pháp hữu hiệu gọi là Thang cơ hội giải trí để phân chia khu vực dựa trên 2 nhóm chính: Vùng trước mặt và Vùng sau lưng:

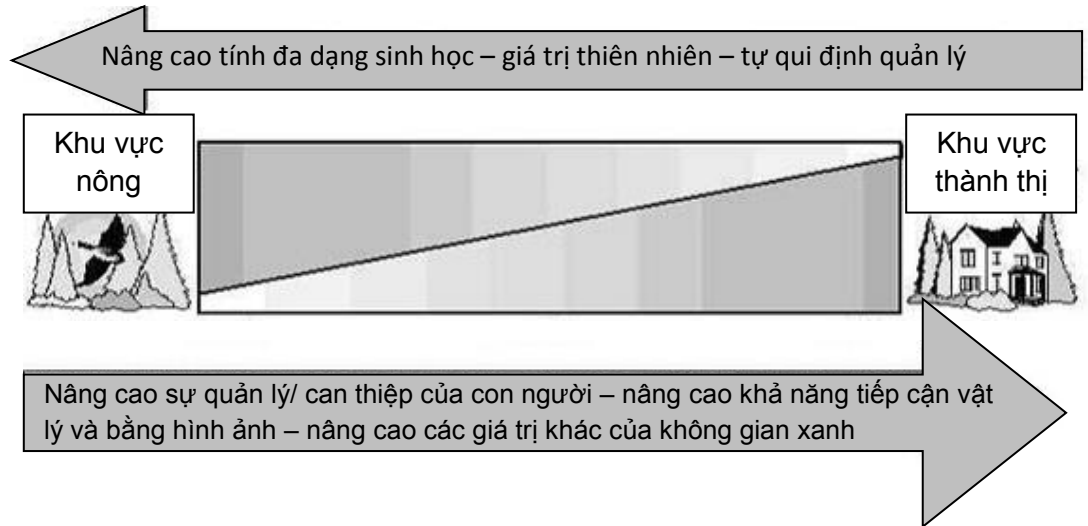
- Vùng trước mặt:
 - Khu vực dịch vụ: những nơi gần khu vực đông dân cư. Khu vực đô thị có các dịch vụ cho du khách.
 - Khu vực chuyển tiếp: nơi có mức độ chuyển đổi cao nhưng cách xa đô thị.
 - Khu vực thiên nhiên: chủ yếu có tính chất thiên nhiên với sự có mặt tương đối của con người, có sự kết hợp hài hòa với tự nhiên.
- Vùng sau lưng:
 - Khu vực dễ tiếp cận: có tính tự nhiên cao với sự có mặt ít của con người, thường ở các nơi tương đối rộng, chủ yếu tiếp cận bằng các phương tiện giao thông có động cơ.
 - Khu vực khó tiếp cận: gần như là tự nhiên với rất ít sự tiếp cận của con người. Không thể tiếp cận bằng các phương tiện có động cơ.
 - Khu vực thiên nhiên hoang dã: chủ yếu là những khu vực thiên nhiên còn nguyên sơ với quy mô rộng lớn. Sự có mặt của con người rất nhỏ.

Sức chứa

Sức chứa đánh giá mức độ có thể tiếp nhận du khách mà không làm ảnh hưởng về lâu dài tới di sản văn hóa hoặc thiên nhiên. Sức chứa do vậy nhằm xác định mức độ thay đổi và hạn định số lượng du khách. Tuy nhiên, có khá nhiều ý kiến chỉ trích công cụ quản lý này bởi sức chứa không tính

đến sự phức tạp của động cơ đi du lịch và sự đa dạng về hành vi con người. Do vậy, khi sử dụng công cụ này cần phải xem xét:

- Tính thẩm mỹ, sự duy trì các hệ thống xã hội và khả năng hỗ trợ quá trình khai thác di sản vì mỗi hệ thống có cách phản hồi riêng với mức độ sử dụng khác nhau.



- Mức độ ảnh hưởng của các hoạt động con người là lâu dài và tới các yếu tố khác nhau của hệ thống ở những mức độ khác nhau. Một số chức năng môi trường khá nhạy cảm với ảnh hưởng của con người trong khi các chức năng khác dần dần xuống cấp do các mức độ sử dụng khác nhau.
- Môi trường phục vụ nhiều mục đích khác nhau và sự nhạy cảm của nó với mức độ sử dụng khác nhau tùy thuộc vào giá trị người sử dụng.

Giới hạn thay đổi có thể chấp nhận

Công cụ giới hạn thay đổi có thể chấp nhận (gọi tắt là LAC) tập trung vào những tài nguyên cần sự bảo vệ, không bao gồm du khách tới di sản (như đối với công cụ sức chứa) và xác định nhu cầu về một loạt những sự thay đổi có tính chủ quan về tài nguyên di sản văn hóa hay tự nhiên và chỉ ra những hạn chế mà theo đó sự tác động hoặc sử dụng tài nguyên có thể chấp nhận được. Khi điều kiện của tài nguyên gần hoặc sắp cạn kiệt, cần có sự can thiệp nhằm tránh hoặc giảm nhẹ thiệt hại.

Cơ chế thực hiện công cụ LAC này được thực hiện qua 9 bước sau:

Các bước cơ bản để thực hiện LAC:

- Bước 1: Xác định những lĩnh vực và vấn đề liên quan
- Bước 2: Xác định và mô tả những mục tiêu quản lý
- Bước 3: Lựa chọn những chỉ số về nguồn tài nguyên và điều kiện xã hội
- Bước 4: Đánh giá nguồn tài nguyên hiện có và điều kiện xã hội
- Bước 5: Xác định tiêu chuẩn tài nguyên và chỉ số về xã hội
- Bước 6: Xác định các phương án
- Bước 7: Xác định hành động quản lý cho mỗi phương án
- Bước 8: Đánh giá và lựa chọn một giải pháp

Quản lý du khách

Quản lý du khách

Công cụ quản lý du khách chủ yếu nhằm ngăn ngừa hoặc giải quyết vấn đề lượng khách tham quan vượt quá khả năng lưu trú của địa điểm có di sản và nhằm quản lý hành vi không phù hợp của khách thông qua việc thực thi các biện pháp “cứng” và “mềm” (Strasdas, 2002):

Quản lý số lượng khách:

- Biện pháp cứng: thiết lập định mức cho nhóm khách tham quan và vào cửa (địa điểm và thời gian). Biện pháp này đòi hỏi việc cung cấp thông tin rõ ràng cho du khách về lý do của sự hạn chế này đồng thời có các giải pháp thay thế.
- Giải pháp mềm: Giảm bớt lượng khách tham quan bằng việc áp dụng các mức phí vào cửa khách nhau (địa điểm và thời gian) để khuyến khích du lịch mùa thấp điểm trong dịp địa điểm có di sản vắng khách.

Quản lý hành vi của du khách:

- Biện pháp cứng: Thiết lập hệ thống luật định cho các hoạt động của du khách bao gồm các quy tắc ứng xử, việc sử dụng hướng dẫn viên khi cần thiết và sự có mặt của lực lượng nhân viên ở những địa điểm quan trọng để giám sát hành vi của du khách.
- Biện pháp mềm: Cung cấp thông tin cho du khách về các quy định vào khu di sản và tuyên truyền thông tin về hành vi ứng xử qua hệ thống biển báo, tờ rơi, mạng internet... hoặc thông qua hướng dẫn viên. Gián tiếp ảnh hưởng tới hành vi khách thông qua việc bố trí phù hợp (hoặc bỏ bớt) nơi đỗ xe, đường vào và các cơ sở hạ tầng khác.

Thuyết minh di sản

Thuyết minh di sản đề cập tới việc thông tin về di sản, giá trị, ý nghĩa và tầm quan trọng của di sản cho du khách với mục đích thay đổi thái độ và hành vi thông qua khuyến khích họ và làm cho thông tin ý nghĩa và thú vị hơn. Thuyết minh cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của công chúng về tầm quan trọng của di sản và việc bảo vệ di sản, điều này hiệu quả hơn rất nhiều so với việc cung cấp thông tin đơn thuần bởi du khách sẽ đón nhận thông tin thuyết minh một cách tích cực hơn, họ sẽ hiểu rõ giá trị của việc bảo vệ di sản văn hóa và tự nhiên.

Thuyết minh có thể thực hiện qua thuyết minh của hướng dẫn viên cho nhóm khách, buổi nói chuyện, buổi biểu diễn hoặc thông qua áp phích, biển báo, sách hướng dẫn, tập gấp, phim ảnh hoặc triển lãm.

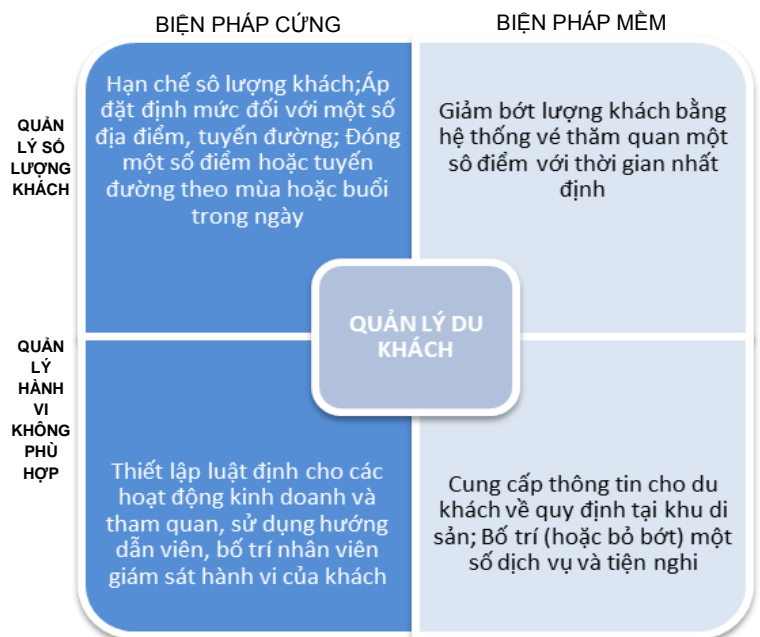
Thuyết minh cho nhóm khách du lịch thường có ảnh hưởng sâu rộng nhất với du khách về sự trải nghiệm, sự hiểu biết về sự độc đáo của di sản bởi giao tiếp là trực tiếp và có sự tương tác cao.

Hội đồng Quốc tế về Di tích và Di chỉ đưa ra các nguyên tắc sau về thuyết minh khu di sản văn hóa một cách hiệu quả, cũng có thể áp dụng cho thuyết minh khu di sản tự nhiên:

- Sự tiếp cận và hiểu biết: Đảm bảo thuyết minh trợ giúp sự tiếp cận của công chúng về mặt lý tính và tri thức, có sự cân nhắc thị hiếu, nhu cầu thị trường mục tiêu, đồng thời

hướng tới việc nâng cao sự tôn trọng, hiểu biết và quan tâm tới ý nghĩa và giá trị di sản.

- Các nguồn thông tin: Đảm bảo thuyết minh dựa trên các bằng chứng khoa học cũng như các giá trị truyền thống còn tồn tại, bao gồm văn bản viết và nói, cổ vật và ý nghĩa của các chứng tích di sản văn hóa.
- Điều kiện ngoại cảnh: Đảm bảo thuyết minh liên hệ tới các yếu tố ngoại cảnh bao gồm xã hội, văn hóa, lịch sử và tự nhiên đến thời điểm hay giai đoạn hiện tại, cân nhắc sự ảnh hưởng của tất cả các yếu tố này tới ý nghĩa văn hóa và lịch sử của di sản, bao gồm các thành tố phi vật thể (ví dụ như các giá trị tâm linh truyền thống, sự tích, ca múa nhạc) và thuyết minh các đặc điểm địa lý xung quanh.



- Tính nguyên bản: Đảm bảo các lễ hội truyền thống, tập tục văn hóa và chân giá trị của cộng đồng địa phương được coi trọng, phù hợp với đặc điểm của môi trường tự nhiên, tránh sự lược giản và thương mại hóa di sản.
- Tính bền vững: Thực thi việc hoạch định tài chính có hiệu quả và/hoặc khuyến khích các hoạt động kinh tế khác nhằm hỗ trợ công tác bảo tồn, nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng bản địa, đảm bảo sự bền vững dài hạn cũng như nâng cao cơ sở hạ tầng cho công tác thuyết minh di sản.
- Tính tổng thể: Đảm bảo sự tham gia có hiệu quả của tất cả các nhà đầu tư và tổ chức liên quan trong sự phát triển và thực thi các chương trình thuyết minh và xác định quyền sở hữu hợp pháp hình ảnh, văn bản và các tài liệu thuyết minh khác.
- Nghiên cứu, đào tạo và đánh giá: Thực thi các tiêu chuẩn nghề nghiệp và kĩ thuật trong công tác thuyết minh tuyến điểm, bao gồm áp dụng công nghệ, nghiên cứu, đào tạo và khuyến khích công tác đánh giá.

Trong khi công tác thuyết minh di sản có thể bao gồm rất nhiều chủ điểm khác nhau như phân biệt các loại động vật, hành vi của chúng, chức năng của hệ sinh thái trong các khu vực bảo tồn, hoặc giải thích các sự kiện lịch sử, các vĩ nhân, và ngành nghề thủ công mỹ nghệ tại các khu di sản văn hóa, có một số các quy tắc cho việc thuyết minh tốt:

- Rõ ràng về đối tượng khách tham quan, mức độ quan tâm của họ, ngôn ngữ họ sử dụng
- Sử dụng ngôn ngữ hàng ngày – phần lớn du khách không phải là các chuyên gia

- Lựa chọn nội dung nói và biết dẫn dắt câu chuyện tốt
- Thuyết minh sống động – kể chuyện và trích dẫn, đề cập người thật việc thật
- Sử dụng các phương tiện truyền thông và thông điệp lôi cuốn du khách
- Đảm bảo hướng dẫn viên có kỹ năng tốt điều chỉnh chuyến du lịch phù hợp với nhu cầu của đoàn khách và có mối quan hệ tốt với du khách, có kỹ năng quản lý tốt đoàn khách
- Đảm bảo các tài liệu in ấn và minh họa thuyết minh đơn giản có màu sắc phù hợp với quy định quản lý chung của khu di sản
- Đảm bảo tờ rơi, áp phích và đồ trưng bày dễ đọc – sử dụng các tiêu đề, chữ, tranh minh họa, sơ đồ và tranh vẽ cỡ nhỏ
- Cung cấp biển chỉ dẫn rõ ràng trên các tuyến đường

Các kỹ năng quản lý môi trường và vật lý

Đối với các khu di sản gần đô thị, cần thực thi các kỹ năng hoạch định sau đây:

- Giám sát thiết kế và phát triển
- Thiết kế và quản lý có tính bền vững hệ thống cơ sở hạ tầng và dịch vụ công cộng như đường xá, cung cấp và thoát nước, giao thông
- Quy định và hướng dẫn khu vực tư nhân trong việc lựa chọn địa điểm, thiết kế xây dựng và hoạt động.

Cần sử dụng các công cụ quản lý xã hội và môi trường như Đánh giá ảnh hưởng môi trường và Đánh giá ảnh hưởng xã hội để định hướng quá trình quyết định đầu tư và quản lý các ảnh hưởng có thể có với môi trường và cộng đồng bản địa.

Bài 12 về Hoạch định và luật định có tinh thần trách nhiệm của các cơ quan quản lý du lịch cung cấp các thông tin thêm về thẩm quyền của các cơ quan này trong việc giảm thiểu ảnh hưởng kinh tế, môi trường và xã hội với sự phát triển, bao gồm ảnh hưởng đối với khu di sản.

Khái quát các công cụ cơ bản nhằm quản lý tốt hoạt động của du khách, cơ sở hạ tầng và dịch vụ tại khu di sản:

CÁC THÀNH TỐ DU LỊCH	NHÓM MỤC TIÊU	CÔNG CỤ QUẢN LÝ
Hoạt động của du khách	Du khách	Quản lý du khách
Cơ sở hạ tầng du lịch	Cơ quan quản lý khu bảo tồn hoặc chủ tư nhân	Phân khu, đánh giá ảnh hưởng môi trường, kỹ năng môi trường, chứng nhận thân thiện với môi trường
Dịch vụ	Công ty lữ hành, hướng dẫn viên, lái xe, cửa hàng	Quy tắc ứng xử, chứng nhận thân thiện với môi trường

XÂY DỰNG KẾ HOẠCH QUẢN LÝ DU LỊCH TẠI ĐIỂM DI SẢN

Các nguyên tắc lập kế hoạch

Mục đích của một kế hoạch quản lý du lịch tại điểm di sản là hướng dẫn hoạt động hàng ngày và công tác thuyết minh một cách liên tục. Các kế hoạch quản lý du lịch tại điểm di sản nói chung nhằm cân bằng việc duy trì và nâng cao di sản đáp

ứng lượng khách tham quan phù hợp đáp ứng yêu cầu lợi nhuận.

Các mục tiêu điển hình của một kế hoạch quản lý du lịch tại điểm di sản bao gồm: hỗ trợ duy trì sự hài hòa và thống nhất của điểm di sản; giữ gìn giá trị văn hóa; xác định những vấn đề về quản lý; thúc đẩy vai trò của tất cả các nhà đầu tư và xây dựng chiến lược quản lý cho phép điểm di sản đáp ứng một cách hiệu quả nhiều thách thức.

Khi kết hợp cách tiếp cận Du lịch có trách nhiệm vào quá trình hoạch định và lập kế hoạch, sự nguyên bản và chất lượng của sản phẩm, năng lực tài chính và sự tham gia của các nhà đầu tư trở thành các thành tố quan trọng của quá trình đảm bảo sự bền vững cao hơn được thể hiện qua sự giảm thiểu các ảnh hưởng tiêu cực, tăng cường các ảnh hưởng tích cực về kinh tế, xã hội và môi trường.

Các thành tố chính cần thiết cho việc hoạch định và quản lý có trách nhiệm tại điểm di sản bao gồm:

BỀN VỮNG	Bền vững về văn hóa, xã hội, sinh thái và kinh tế
TỔNG THỂ	Giải quyết tất cả các vấn đề liên quan về quản lý và phát triển du lịch di sản
LIÊN KẾT	Kết hợp du lịch với các ngành liên quan như cơ sở hạ tầng, giáo dục, lao động và tài nguyên thiên nhiên
THAM GIA	Có sự tham gia của tất cả các nhà đầu tư với sự cân nhắc cộng đồng bản địa và người nghèo. Chia sẻ các lợi ích kinh tế một cách phù hợp.
QUÁ TRÌNH	Liên tục, linh hoạt và có sự phản hồi định kỳ
KHẢ THI	Thực tế, khả thi về mặt tài chính và thực thi

Sự tham gia của công chúng

Thách thức chủ yếu đối với hoạch định và quản lý du lịch khu di sản là cân bằng các mục tiêu khác nhau, đôi khi có tính xung đột lẫn nhau và mối quan tâm của các nhà đầu tư. Lập kế hoạch và quản lý tốt do vậy có vai trò rất quan trọng nhằm đạt được sự bền vững tại các khu di sản. Để có được sự tham gia tích cực của công chúng trong việc lập kế hoạch và quản lý khu di sản, cần cân nhắc các vấn đề sau đây:

- Lôi kéo sự tham gia sớm của cộng đồng trong quá trình: Quá trình hoạch định phải giành được sự tham gia của tất cả các nhóm nhà đầu tư, những người ít nhiều sẽ bị ảnh hưởng bởi hoạt động của điểm di sản. Sự tham gia này cần thiết trong tất cả các giai đoạn, nhưng đặc biệt trong giai đoạn hoạch định ban đầu nhằm đảm bảo hoạt động của điểm di sản sẽ ưu tiên lợi ích của cộng đồng bản địa hơn lợi ích của nhà đầu tư.
- Khuyến khích sự hợp tác của công chúng: Một ban chỉ đạo điểm di sản cần được lập ra và hoạt động ở cấp quốc gia và khu vực bao gồm đại diện của các cơ quan chính phủ, khu vực tư nhân và các tổ chức xã hội. Trách nhiệm chính của ủy ban chỉ đạo là khuyến khích sự tham gia của công chúng trong việc hoạch định và quản lý điểm di sản. Điều này có thể thực hiện thông qua các cuộc trưng cầu dân ý, hội thảo, hoặc yêu cầu sự chỉ đạo hoặc ý tưởng về hướng phát triển hoặc xem xét kế hoạch quản lý du lịch.
- Liên tục giáo dục, trao đổi thông tin và tư vấn: Cần khuyến khích người dân địa phương và các doanh nghiệp hiểu rõ tầm quan trọng và giá trị của di sản thông qua chương trình nâng cao nhận thức. Chương trình này cũng nên cung cấp cho cộng đồng bản địa sự hiểu biết về bản chất của du lịch bao gồm các mặt tích cực và tiêu cực của du

lịch, giải thích lý do và cách thức họ nên trở thành những người chủ nhà tốt.

Những lĩnh vực mà cộng đồng bản địa có thể tham gia vào quá trình lập kế hoạch và quản lý điểm di sản bao gồm:

- Giúp xác định những lợi ích cộng đồng cư dân bản địa có được từ du lịch
- Giúp xác định loại hình du lịch phù hợp với lối sống của dân địa phương dựa trên quan điểm, mối quan tâm và giá trị truyền thống của cộng đồng bản địa
- Giúp thúc đẩy quá trình thực thi thông qua việc xác định các nhân vật chủ chốt và nhóm các nhà đầu tư, và thành lập một tổ chức du lịch cộng đồng có thể xác định các nhu cầu của cộng đồng và tuyên truyền thông tin về cơ hội đầu tư cho doanh nghiệp địa phương
- Chứng tỏ khả năng quản lý điểm di sản nhằm tối ưu hóa các ảnh hưởng tích cực và tránh các ảnh hưởng tiêu cực thông qua quá trình học hỏi. Cộng đồng muốn nâng cao ngành du lịch tại địa phương của mình đầu tiên phải đánh giá bản sắc văn hóa của họ, lối sống và môi trường, nhận thức được và làm phong phú hơn nữa vốn tài sản văn hóa và tự nhiên của họ. Để làm được điều này, các tổ chức xúc tiến được chỉ định cần xác định các vấn đề chủ chốt của cộng đồng liên quan tới du lịch và xây dựng một kế hoạch và quá trình làm việc một cách tổng thể
- Thiết lập sự hợp tác giữa các cộng đồng và chuyên gia để xây dựng khả năng tổ chức và giúp gây dựng nhận thức của cộng đồng và thực hiện các chương trình trao đổi thông tin thông qua các chính sách giao tiếp phù hợp

Trong quá trình làm việc với cộng đồng, cần thực hiện việc điều tra định kỳ thái độ và sự thỏa mãn của họ để giải quyết những vấn đề nếu có bằng các giải pháp phù hợp. Cần cung cấp các chương trình giáo dục liên tục nhằm khuyến khích cộng đồng nhận rõ và gìn giữ các giá trị văn hóa và tự nhiên của họ.

Ủy ban tư vấn du lịch

Việc thành lập một ủy ban tư vấn du lịch trợ giúp điều phối quá trình tham gia là rất quan trọng. Thông thường ủy ban tư vấn du lịch bao gồm các đại diện của:

- Tổ chức quản lý di sản
- Người dân địa phương
- Cơ quan du lịch địa phương
- Khu vực dịch vụ du lịch
- Tổ chức bảo tồn

Thực hiện quá trình hoạch định và quản lý di sản

Phần lớn các phương pháp về hoạch định và quản lý di sản áp dụng cách tiếp cận bao gồm các bước cơ bản được trình bày ở trang sau.

Một cách tiếp cận khác về lập kế hoạch điểm di sản được Trung tâm Di sản Thế giới khuyến nghị là Phương pháp hoạch định sử dụng công cộng (PUP). Phương pháp này sử dụng một quá trình tham vấn có sự tham gia tích cực của các

nhà đầu tư liên quan bao gồm các cơ quan chuyên trách, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng và khách du lịch. Bởi sự nhấn mạnh tới sự tham gia của các nhà đầu tư, PUP đòi hỏi sự tham gia của các chuyên gia với kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về kỹ năng quản lý. Phương pháp PUP bao gồm 3 giai đoạn sau đây:

Giai đoạn 1. Lập kế hoạch

1.1. *Thuyết trình ban đầu và thực hiện phỏng vấn ban đầu cho nhà đầu tư: Nhằm giành được sự quan tâm của các nhà đầu tư liên quan về các vấn đề hoạch định du lịch về di sản*

1.2. *Tự phân tích tổ chức: Phân tích tình hình hiện tại của các nguồn tài nguyên di sản, quản lý và phát triển du lịch*

1.3. *Lập kế hoạch: Xem xét khung chính sách hiện tại về lập kế hoạch và phát triển di sản*

1.4. *Các điều khoản tham chiếu: Xác định mục đích và mục tiêu cụ thể và phạm vi của quản lý kế hoạch du lịch tại điểm. Xác định những người tham gia quá trình lập kế hoạch và thực thi công việc.*

1.5. *Chuẩn bị số liệu thống kê cho các hoạt động lập kế hoạch sắp tới*

Giai đoạn 2. Lập kế hoạch cho điểm di sản

2.1. *Xây dựng cơ chế thuyết minh: Xác định tầm quan trọng và ý nghĩa của di sản*

2.2. *Tổng hợp các điểm thu hút du khách: Xác định các điểm du lịch/tài nguyên du lịch phân ánh một cách tốt nhất giá trị di sản và có tiềm năng lớn về phát triển sản phẩm du lịch*

2.3. *Phân khu, các lĩnh vực du lịch và du khách: Xác định các chiến lược quản lý thông qua việc phân khu và các lĩnh vực du lịch. Xác định các nhóm khách phù hợp với tài nguyên du lịch của di sản*

2.4. *Sản phẩm du lịch: Xác định sản phẩm và dịch vụ du lịch nào được cung cấp và yêu cầu phát triển và quản lý. Nghiên cứu sự tham gia của khu vực tư nhân và cộng đồng bản địa trong phát triển và cung ứng sản phẩm du lịch.*

2.5. *Giám sát: Sử dụng cách tiếp cận LAC để xây dựng kế hoạch giám sát ảnh hưởng du lịch*

2.6. *Quy định: Xác định những quy định về hoạt động du lịch của du khách và doanh nghiệp*

2.7. *Lịch hoạt động: Xây dựng chương trình hoạt động từ 3 tới 5 năm với các hoạt động cụ thể, phương thức thực hiện, kết quả và trách nhiệm của nhà đầu tư nhằm thực hiện kế hoạch quản lý du lịch*

2.8. *Kế hoạch tài chính: Xây dựng kế hoạch tài chính bao gồm đầu tư và tính toán chi phí*

Giai đoạn 3. Xây dựng kế hoạch quản lý du lịch

Sử dụng kết quả của mỗi bước trên, có thể đưa ra bản nháp của một kế hoạch di sản cuối cùng và trao cho các nhà đầu tư chủ chốt nhận xét và phản hồi để đưa vào kế hoạch hoàn chỉnh.

Các bước chính trong thực hiện quá trình hoạch định và quản lý di sản

Bước 1. Chuẩn bị

Quyết định cách tiếp cận bao gồm việc xác định một điều phối viên chính, xây dựng các điều khoản nền tảng về quyết định và giải quyết xung đột, xây dựng thời gian biểu thực tế, và xác định thành viên tham gia. Ở giai đoạn này, các chủ điểm chính bao gồm: mức độ nhận thức hiện tại về nhu cầu bảo tồn di sản, xem xét các thành công trước đây và thách thức trong lập kế hoạch và quản lý khu di sản, nhận rõ các ưu tiên bảo tồn, điểm mạnh và điểm yếu của di sản, cơ hội và thách thức của khu di sản.

Bước 2. Chuẩn bị bản tuyên bố về triển vọng phát triển

Bản tuyên bố về triển vọng phát triển đưa ra định hướng phát triển lý tưởng trong tương lai của khu di sản. Bản tuyên bố này tập trung vào những tiềm năng cụ thể trong tương lai của khu di sản. Các chủ đề quan trọng được cân nhắc trong bản tuyên bố triển vọng phát triển bao gồm: đặc điểm của khu di sản, mô tả hiện tại của khu di sản, chỉ rõ các vấn đề đối mặt với sự phát triển, xác định giá trị của di sản cần được giữ gìn, đặc điểm của tình hình hiện tại và triển vọng phát triển trong tương lai.

Bước 3. Xác định mục tiêu

Mục đích là cần thiết để đạt tới triển vọng, và mục tiêu được cụ thể hóa bởi hành động cụ thể nhằm đạt mục đích theo một khung thời gian cụ thể với trách nhiệm được giao phó.

Bước 4. Xác định vấn đề

Cần thiết có sự tham vấn với các nhà đầu tư có liên quan giúp quyết định những vấn đề và cơ hội trong kế hoạch quản lý khu di sản.

Bước 5. Xây dựng kế hoạch thay thế và đưa ra giải pháp

Tìm ra các chiến lược thay thế để giải quyết vấn đề có thể là quá trình tốn nhiều thời gian đòi hỏi sự phân tích kỹ lưỡng mối quan hệ lợi nhuận - chi phí để có những quyết định về sử dụng hiệu quả tài nguyên.

Bước 6. Xây dựng kế hoạch quản lý

Hoạt động chủ yếu xây dựng kế hoạch quản lý khu di sản cần bao gồm các bình diện sau: quyết định các hành động cụ thể, thời kỳ và sự ưu tiên, mô tả quá trình thực hiện, dự tính phương thức kế hoạch có thể được đưa vào cộng đồng lớn hơn và ở mức độ khu vực, ngân sách dành cho hoạt động của khu di sản, tổ chức nhân sự và nhân viên tình nguyện, cung cấp nguyên liệu. Kế hoạch phải thực tế và mục tiêu phải khả thi trong khuôn khổ thời gian hợp lý.

Bước 7. Đánh giá và giám sát thường xuyên

Các nguồn tài nguyên giám sát sự thành công hay thất bại của chiến lược quản lý phải là ưu tiên hàng đầu.

*Dựa theo Jamieson, W. 2001, *Nguyên tắc và Thực tế Quản lý Điểm đến Du lịch Cộng đồng*, Hiệp Hội các trường Đại học Canada, Dự án Quản lý Môi trường Đô thị, Canada



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 10

KINH DOANH DỊCH VỤ LƯU TRÚ CÓ TRÁCH NHIỆM: KIỂM SOÁT SỬ DỤNG NGUỒN NƯỚC, NĂNG LƯỢNG VÀ RÁC THẢI

Sau khi hoàn thành bài này, người học có khả năng:

- Giải thích được tầm quan trọng của việc áp dụng các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm trong hoạt động kinh doanh lưu trú
- Giải thích được những phương thức sử dụng trong khách sạn hoặc nhà nghỉ để tiết kiệm năng lượng, tiết kiệm nước và quản lý rác thải.
- Mô tả được quy trình giảm tiêu thụ năng lượng trong hoạt động kinh doanh lưu trú.
- Mô tả được những cách tiết kiệm nước trong hoạt động kinh doanh lưu trú.
- Giải thích được cách tăng cường sử dụng sản phẩm tái chế trong hoạt động kinh doanh lưu trú.
- Xác định được ý nghĩa quan trọng của việc tiết kiệm năng lượng và giảm thiểu rác thải.
- Giải thích được cách nâng cao nhận thức và xây dựng năng lực của nhân viên trong các nguyên tắc du lịch bền vững liên quan tới trách nhiệm hàng ngày của họ.
- Mô tả được cách thức thiết lập những mục tiêu phát triển bền vững cho sự tiến bộ
- Mô tả chức năng và những lợi ích của các tiêu chuẩn Đồng sen xanh Việt Nam.

Mục lục

GIÁ TRỊ CỦA NGÀNH KINH DOANH LƯU TRÚ.....	2
Thách thức và cơ hội	2
VẤN ĐỀ VỀ NƯỚC, NĂNG LƯỢNG VÀ CHẤT THẢI TRONG KINH DOANH LƯU TRÚ.....	2
Tại sao việc giảm thiểu chất thải, giảm thiểu sử dụng nước và năng lượng lại quan trọng?.....	3
Làm thế nào để giảm thiểu mức độ sử dụng nước, năng lượng và phát sinh rác thải?	3
TRIỂN KHAI CÁC HÀNH ĐỘNG GIẢM THIỂU RÁC THẢI, SỬ DỤNG NƯỚC VÀ NĂNG LƯỢNG.....	6
Các loại và mức độ phát sinh rác thải, sử dụng nước và năng lượng	6
Đánh giá việc sử dụng hiệu quả nước, năng lượng và các nguồn rác thải quá mức	7
Phân tích việc phát sinh rác thải	7
Thu thập và đánh giá các số liệu	8
Phát triển và thực hiện kế hoạch hành động giảm thiểu rác thải, nước và năng lượng	9
Thông báo và khuyến khích nhân viên và khách.....	9
Giám sát, đánh giá và hoàn thiện	9
CHỨNG NHẬN NHÃN BÔNG SEN XANH CỦA VIỆT NAM	9

Giá trị của ngành kinh doanh lưu trú

Ở Việt Nam, cũng như hầu hết các nước đón khách du lịch, dịch vụ lưu trú đóng vai trò quan trọng trong bối cảnh kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia. Một số lợi ích chính lĩnh vực dịch vụ lưu trú mang lại là:

- Tạo ra một tỷ lệ lớn các công việc và thu nhập trong ngành so với các ngành khác
- Là một công cụ tạo doanh thu cho chính phủ thông qua các cơ chế như thu thuế phòng nghỉ.
- Giúp thúc đẩy sự phát triển và mở rộng của các dịch vụ cơ sở hạ tầng thiết yếu trong vùng.
- Là lĩnh vực sử dụng lực lượng lao động chính là phụ nữ và thanh niên nên đã trở thành một phần rất quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của hầu hết các chính phủ.
- Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài thường xuyên hơn các phân ngành du lịch có liên quan khác như lữ hành, hàng không và dịch vụ văn hóa.

Tổng quan về tầm quan trọng của lĩnh vực kinh doanh lưu trú tại Việt Nam được nêu ra trong bảng sau:

Những số liệu cơ bản về ngành kinh doanh lưu trú tại Việt Nam

Cùng với dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú đã tạo việc làm cho khoảng 4% tổng số lao động trong cả nước (2,06 triệu người). Trong năm 2010, có 12.000 khách sạn và các cơ sở lưu trú khác với 235.000 phòng nghỉ. Số lượng phòng nghỉ đã tăng trung bình 15,9% trong thập kỷ qua - một tốc độ tăng nhanh hơn tốc độ tăng trưởng của du khách trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, suy thoái toàn cầu của ngành du lịch quốc tế đã tác động đến dịch vụ lưu trú của Việt Nam, dẫn đến suy giảm tổng thể công suất sử dụng phòng trung bình giữa năm 2012 và 2013 (60,2%) và giá phòng trung bình (90,40 USD), dẫn đến giảm nhẹ 0,8% doanh thu tính trên mỗi phòng (RevPAR).¹

Thách thức và cơ hội

Trong khi lĩnh vực lưu trú là một thành phần quan trọng trong ngành du lịch và có khả năng mang lại những lợi ích to lớn như cung cấp việc làm và tạo thu nhập cho người dân địa phương và các nguồn thu ngoại tệ cho Chính phủ, tuy nhiên nếu các nhà cung cấp dịch vụ lưu trú không có kế hoạch hành động bền vững thì một loạt các tác động tiêu cực có thể sẽ xảy ra. Các tác động tiêu cực tiềm tàng này bao gồm:

- Góp phần làm cho ô nhiễm không khí và sự nóng lên toàn cầu thông qua việc sử dụng nhiều năng lượng được cung cấp bởi các cơ

sở có sử dụng phương pháp sản xuất đốt các nhiên liệu hóa thạch.

- Góp phần vào tình trạng thiếu nước do sử dụng quá nhiều nước tại các điểm đến du lịch có số lượng khách du lịch lớn nhưng có nguồn nước hạn chế.
- Gây ô nhiễm hoặc nhiễm khuẩn nguồn nước ngầm và nước mặt, suy thoái tài nguyên biển như các rặng san hô và các mối đe dọa tiềm tàng tới sức khỏe con người từ các chất thải rắn, nước thải chưa xử lý và lưu trữ, sử dụng không đúng cách trong việc xử lý hóa chất độc hại như thuốc trừ sâu và các chất lỏng làm sạch.
- Gây ra sự "rò rỉ" kinh tế và góp phần làm tăng hiện tượng nghèo núp bóng tại địa phương do việc sử dụng các nhà cung cấp ngoài địa phương.
- Việc loại bỏ các rừng ngập mặn ven biển, các cồn cát, rừng để phục vụ sự phát triển quy mô lớn sẽ tiêu hủy các hệ sinh thái mỏng manh và hệ các hệ thống phòng vệ tự nhiên chống lại các đe dọa như bão, sóng thần. Việc cộng đồng địa phương tiếp cận và sử dụng các tài nguyên thiên nhiên như đất canh tác, nước và rừng có thể trở nên bị hạn chế hơn nữa.
- Hạn chế phát triển kinh tế xã hội là hệ quả của các điều kiện làm việc và tuyển dụng yếu kém như phân biệt đối xử, tiền lương dưới mức quy định, giờ làm việc quá dài, sử dụng lao động vị thành niên và thiếu thốn các điều kiện an toàn lao động.

Vấn đề về nước, năng lượng và chất thải trong kinh doanh lưu trú

Mục tiêu bao trùm của ngành dịch vụ lưu trú là đem lại cho khách hàng sự thoải mái trong kỳ nghỉ. Để làm được điều đó, một lượng đáng kể nguồn tài nguyên được sử dụng để phục vụ nhu cầu của khách về sưởi ấm, làm mát, giặt là, tắm rửa, thiết bị tiêu dùng, vận chuyển, thực phẩm và đồ uống, và các dịch vụ giải trí. Cộng hưởng của việc tiêu thụ nhiều nguồn lực và tăng lượng chất thải là những tác động tiêu cực tới môi trường, cộng đồng địa phương và lợi nhuận/ kết quả kinh doanh ở mức tối thiểu của công ty. Để giảm thiểu những tác động này tới môi trường và xã hội, ngành dịch vụ lưu trú phải tìm cách thay đổi hoạt động kinh doanh của mình, trong đó nước, năng lượng và chất thải là 3 trong những vấn đề quan trọng nhất cần tập trung xử lý

- **Nước:** Là một nguồn tài nguyên quý giá và là nhu cầu căn bản của con người. Trong dịch vụ lưu trú, nước cần trong hoạt động phục vụ ăn uống, phục vụ vệ sinh và tắm, giặt, bể bơi, phục vụ bảo dưỡng, duy trì sân vườn. Nước có thể bị lãng phí dưới những hình thức phổ biến

¹Grant Thornton 2013, Khảo sát ngành khách sạn ở Việt Nam năm 2013, Grant Thornton, Việt Nam.

như rò rỉ tại vòi và đường ống, sử dụng áp lực nước quá cao, lựa chọn trồng các loại cây đòi hỏi nhiều nước và dùng các thiết bị sử dụng nước không hiệu quả.

- **Rác thải:** Trong kinh doanh dịch vụ lưu trú, rác thải là bất cứ thứ gì còn sót lại hoặc không còn cần thiết cho hoạt động của cơ sở hoặc của du khách và khách hàng. Rác thải có thể bao gồm từ giấy, bìa, thực phẩm hữu cơ, túi và những thứ đựng bằng nhựa đến những thứ bằng kim loại, gỗ và chất liệu khác. Thông thường, rác thải được tạo ra do kết quả của việc tích trữ và sử dụng không đúng cách, dự tính quá dư thừa so với nhu cầu sử dụng (ví dụ, chuẩn bị quá nhiều đồ ăn, in ấn quá nhiều tờ rơi), đóng gói quá thừa sản phẩm và sử dụng quá nhiều những sản phẩm dùng một lần; không thực hiện các việc giảm thiểu, tái sử dụng hoặc tái chế khi có thể.
- **Năng lượng:** Đây là vấn đề cốt lõi trong thế giới ngày nay liên quan đến các trang thiết bị hiện đại, sự tiện lợi và cũng là vấn đề quan trọng trong ngành dịch vụ lưu trú, nơi mà việc cung cấp cho khách các tiêu chuẩn cao về sự thuận tiện đã được đặt thành một mục tiêu cần đạt tới. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú đã lãng phí năng lượng do sự yếu kém trong bảo dưỡng các trang thiết bị điện, trong mua sắm các thiết bị sử dụng năng lượng không hiệu quả, sử dụng hệ thống sưởi và làm mát không hiệu quả và cả do việc lãng phí do vấn đề các thiết bị điện hoạt động ngay cả khi không cần thiết.

Tại sao việc giảm thiểu chất thải, giảm thiểu sử dụng nước và năng lượng lại quan trọng?

- **Về tài chính:** Không hoàn toàn sử dụng các dạng thức sản phẩm hoặc dịch vụ nào lãng phí về tài chính... Nước, năng lượng và hàng hóa đều có giá trị như tiền, vì thế sử dụng lãng phí chúng cũng đồng nghĩa với việc quảng tiền đi một cách vô nghĩa.
- **Về môi trường:** Rác thải dẫn đến việc ô nhiễm môi trường và ảnh hưởng tới những quá trình sinh thái cũng như sức khỏe của con người. Việc chôn lấp rác thải sẽ tạo ra các loại khí gây ra hiệu ứng nhà kính và góp phần gây nên sự ấm lên toàn cầu dẫn đến các sự kiện khí hậu cực đoan xảy ra thường xuyên hơn. Để sản xuất ra điện và nước máy cũng cần có năng lượng, dẫn tới cũng tạo ra thêm một lượng khí thải carbon không cần thiết và góp phần tạo sự biến đổi khí hậu nếu năng lượng cho quá trình sản xuất này được lấy từ nguồn gốc các nguyên liệu hóa thạch.
- **Tài nguyên:** Việc tiêu thụ nước và năng lượng quá mức sẽ tạo thêm áp lực đối với lượng nước và năng lượng nguồn sẵn có của cộng đồng địa phương, những nơi dễ dàng có những tổn hại cụ thể nếu điếm đến du lịch do dễ bị ảnh hưởng bởi hạn hán, thiếu nước và

năng lượng. Việc các sản phẩm được tạo ra nhưng không được sử dụng hoặc chỉ sử dụng một phần chính là sự lãng phí các nguồn lực trong sản xuất.

- **Nhu cầu:** Người tiêu dùng đang ngày càng đòi hỏi các cơ sở kinh doanh thân thiện hơn với môi trường. Việc triển khai thực hiện các thói quen giảm thiểu rác thải, giảm thiểu tiêu thụ nước và năng lượng có thể nâng cao uy tín của doanh nghiệp.

Làm thế nào để giảm thiểu mức độ sử dụng nước, năng lượng và phát sinh rác thải?

Các nguyên tắc chung của việc giảm thiểu sử dụng năng lượng và nước liên quan đến các loại thiết bị hoặc máy móc, mô hình quản lý lãng phí, và sự can thiệp của các yếu tố bên ngoài tác động đến giá tiêu dùng.

Liên quan đến việc quản lý chất thải, các nguyên tắc cơ bản được mô tả thông qua mô hình "3R":

- **Giảm thiểu:** Cách tốt nhất để quản lý chất thải là không sản xuất ra nó. Điều này có thể thực hiện bằng cách lựa chọn mua cẩn thận và nhận thức đúng về các việc như đóng gói quá mức, mua số lượng lớn, tránh các sản phẩm dùng một lần, kiểm tra độ bền, sản xuất quá nhiều, sản phẩm không thể tái chế.
- **Tái sử dụng:** Tiết kiệm tiền mua đồ vật mới khi mà những đồ cũ vẫn có thể tái sử dụng hoặc cho mục đích tương tự (ví dụ: túi nhựa, hộp nhựa) hoặc cho mục đích hoàn toàn khác (ví dụ tặng đồ vải cũ cho tổ chức từ thiện, sử dụng những lọ rỗng để đựng nước sốt...).
- **Tái chế:** Là việc chuyển đổi vật liệu thải làm nguyên liệu sản xuất một sản phẩm mới khác (ví dụ: giấy, thủy tinh, nhôm và một số loại nhựa).

Danh mục các ví dụ về các chiến lược giảm thiểu rác thải, giảm thiểu sử dụng nước và năng lượng được trình bày ở những trang tiếp theo.

Việc khảo sát ngành khách sạn Việt Nam cho thấy dấu hiệu đáng khích lệ của việc tăng cường trách nhiệm²

Cuộc khảo sát ngành kinh doanh khách sạn năm 2013 của Grant Thornton được tài trợ bởi Dự án du lịch có trách nhiệm do EU tài trợ cho thấy những dấu hiệu đáng khích lệ trong việc tăng cường trách nhiệm của các khách sạn 3-5 sao tại Việt Nam. Kết quả khảo sát các khách sạn từ miền Bắc, miền Trung và miền Nam cho thấy:

- 54,8% các chủ khách sạn đã thay đổi nhận thức về vấn đề môi trường và xã hội trong công ty của họ trong vòng 3 năm gần đây.
- 82,3% các chủ khách sạn cho biết họ đã có kế

²Grant Thornton 2013, *Khảo sát ngành khách sạn ở Việt Nam năm 2013*, Grant Thornton, Việt Nam.

hoạch về môi trường.

- 64,5% các chủ khách sạn cho biết họ đang áp dụng các biện pháp mạnh mẽ để tăng cường hiệu quả sử dụng năng lượng và giảm thiểu rác thải và ô nhiễm môi trường.
- 30,6% khách sạn tiến hành đào tạo về môi trường ở một chừng mực nhất định và 51,6% đang tiến hành đào tạo về môi trường ở mức độ sâu hơn.
- Hơn một nửa số khách sạn cho biết họ đang đặt mục tiêu đạt được Nhân hiệu Bông sen xanh của Tổng cục Du lịch Việt Nam vì sự phát triển xã hội và môi trường bền vững.

Các chiến lược giảm thiểu sử dụng năng lượng

BUỒNG KHÁCH

- Chỉ sử dụng máy điều hòa nhiệt độ trong thời gian phục vụ khách và tắt điều hòa nhiệt độ khi phòng không sử dụng cho khách nữa
- Lắp rèm cửa và để rèm đóng trong các phòng trống hoặc phòng không sử dụng trong ngày để giảm thiểu việc sử dụng máy điều hòa nhiệt độ
- Cài đặt nhiệt độ thiết bị điều hòa ở mức 24° - 26°C vào mùa hè và 20° - 21°C vào mùa đông
- Đặt biển đề nghị khách thực hiện tiết kiệm năng lượng và tắt tất cả các đèn và máy điều hòa nhiệt độ khi họ ra khỏi phòng
- Thay thế các bóng đèn sợi đốt bằng bóng đèn tiết kiệm năng lượng
- Kiểm tra các cửa sổ, cửa ra vào có chốt kín
- Giữ các bộ lọc của máy điều hòa sạch sẽ và bảo dưỡng thường xuyên
- Xem xét việc lắp hệ thống chia khóa có thể tắt các thiết bị điện khác nhau khi khách rời khỏi phòng
- Nếu không được cung cấp, lắp quạt trần hoặc quạt bàn cho khách để thay thế máy điều hòa
- Xem xét việc nâng cấp các máy điều hòa cũ và kém hiệu quả bằng các dòng máy tiết kiệm năng lượng
- Xem xét việc lắp đặt các cửa sổ 2 lớp, cửa sổ kính hoặc kính giảm nhiệt để giảm chi phí sử dụng máy điều hòa hoặc lò sưởi

BỂ BƠI VÀ SÂN VƯỜN

- Giữ nhiệt độ quy định của bể bơi ở mức tối thiểu cần thiết cho sự thoải mái của người sử dụng
- Đề nhiệt độ không khí của bể bơi trong nhà cao hơn 1°C so với nhiệt độ nước trong bể để giảm thiểu sự bay hơi
- Thường xuyên làm sạch bộ lọc của bể bơi và bảo dưỡng thường xuyên
- Giảm nhiệt độ nước bể bơi và nhiệt độ không khí trong phòng bơi sau giờ hoạt động
- Thay thế các bóng đèn ngoài trời sử dụng sợi đốt bằng các bóng đèn tiết kiệm năng lượng
- Lắp đặt bộ cảm biến ánh sáng hoặc đặt giờ để các bóng đèn có thể tự động tắt vào buổi sáng
- Xem xét việc lắp đặt hệ thống sưởi ấm bằng năng lượng mặt trời cho bể bơi
- Cài đặt giờ trong phòng xông hơi và sauna để tắt thiết bị làm nóng khi không sử dụng

CÁC KHU VỰC CÔNG CỘNG TRONG TÒA NHÀ

- Áp dụng các hoạt động tương tự đối với phòng khách (như đã đề cập ở trên)
- Sử dụng ánh sáng tự nhiên ở bất cứ nơi nào có thể và tắt các đèn ở các khu vực không sử dụng
- Xem xét lại việc lắp đặt các thiết bị chiếu sáng để đảm bảo không có nơi nào nhiều quá hoặc không cần thiết
- Sử dụng hệ thống thông gió tự nhiên và mở cửa sổ, cửa ra vào thay cho việc sử dụng điều hòa khi nhiệt độ đã ở mức thoải mái
- Áp dụng các hoạt động tương tự đối với phòng khách (như đã đề cập ở trên)
- Lắp đặt hệ thống cửa tự động tại khu vực có lưu lượng đi lại cao để giảm thiểu sự thay đổi nhiệt độ trong phòng

KHU VỰC CÁC VĂN PHÒNG

- Áp dụng các hoạt động giống như đối với phòng khách (đề cập ở trên)
- Tắt máy tính, máy in, máy fax, màn hình, máy photocopy sau giờ làm việc
- Đề màn hình máy tính ở chế độ tự động tắt và cài đặt chế độ "tiết kiệm năng lượng" cho các thiết bị điện khi không sử dụng

PHƯƠNG TIỆN ĐI LẠI

- Xem xét việc mua các phương tiện vận chuyển sử dụng điện, sử dụng xăng và điện hoặc dầu diesel
- Bảo dưỡng định kỳ các xe ô tô (bao gồm cả việc đảm bảo lốp xe thường xuyên đủ áp lực ...)
- Sử dụng hình thức hợp trực tuyến khi có thể thay cho việc đi lại để hội họp
- Tạo điều kiện sử dụng xe chung cho các nhân viên

Các chiến lược giảm thiểu phát sinh rác thải

PHÒNG TẮM

- Thường xuyên theo dõi hệ thống ống nước trong phòng tắm xem có bị rò rỉ và sửa chữa ngay khi phát hiện
- Xem xét việc điều chỉnh giảm mực nước trong bồn chứa nước của bồn cầu
- Treo/đặt những biển đề nghị tiết kiệm năng lượng (đặc biệt là đồng ý tái sử dụng khăn tắm thông qua việc treo khăn lên móc)
- Xem xét việc lắp bồn cầu có hệ thống xả kép
- Xem xét việc lắp vòi nước có bộ trộn không khí
- Xem xét việc lắp vòi hoa sen có bộ trộn không khí

GIẶT LÀ

- Chỉ sử dụng máy giặt khi đã đầy lượng đồ vải cần thiết
- Đảm bảo máy giặt được bảo dưỡng thường xuyên và không bị rò rỉ
- Xem xét sử dụng máy giặt cửa trước sử dụng ít nước

BỂ BƠI VÀ SÂN VƯỜN

- Giám sát mực nước của bể bơi để xác định xem có bị rò rỉ hoặc mức nước trong bể cao hơn bình thường
- Sử dụng mái che bể bơi sau một số giờ sử dụng
- Cần nhắc việc trồng các loại cây địa phương có đặc tính tiêu thụ ít nước
- Sử dụng trồng các loại cỏ thích nghi với khí hậu địa phương và có nhu cầu tưới ít nước
- Tưới ít nước hoặc không thường xuyên để thúc đẩy khả năng chịu hạn của cây cối bằng cách phát triển rễ sâu hơn
- Sử dụng vòi nước nhỏ giọt thay vì vòi phun
- Tưới cây vào sáng sớm hoặc chiều muộn để tránh sự bốc hơi
- Trồng cỏ phủ đất để giảm thiểu sự bốc hơi và cải thiện chất lượng đất
- Xem xét việc lắp bể chứa nước mưa để phục vụ việc tưới cây

Những chiến lược giảm thiểu phát sinh rác thải

CHIẾN LƯỢC CHUNG

- Cung cấp các thùng rác riêng biệt (có dấu hiệu riêng) dành cho rác hữu cơ, rác chung và rác có thể tái chế để giảm thiểu lượng rác thải sẽ được chôn lấp
- Nếu có thể, mua các sản phẩm được tái chế, có thể tái chế và có thể phân hủy
- Mua sản phẩm được đóng gói với số lượng lớn hoặc cô đọng nhằm tiết giảm bao bì đóng gói
- Sử dụng những đồ dùng, vật dụng có thể tái sử dụng thay cho việc dùng đồ sử dụng một lần
- Hợp đồng tái chế trực tiếp với các nhà cung cấp hoặc đơn vị thu mua rác nếu không có sẵn hệ thống tái chế tại cơ sở
- Tặng từ thiện các thiết bị và đồ dùng đã cũ thay vì vứt ra bãi rác
- Đặt các bảng thông báo ở những chỗ thích hợp để thông báo cho khách biết chương trình giảm thiểu phát sinh rác thải

KHU VỰC BẾP

- Giám sát rác thải thực phẩm và điều chỉnh lịch đặt hàng để giảm thiểu rác thải thực phẩm do hư hỏng
- Giám sát các thực phẩm khi giao nhận để đảm bảo thực phẩm tươi ngon và trả lại thực phẩm đã cũ hoặc ươn thối
- Chế biến chất thải thực phẩm thành phân hữu cơ
- Sử dụng các đồ đựng, ly tách, đồ dùng và khăn ăn có thể tái chế được và thân thiện với môi trường
- Chế biến lại và tái sử dụng dầu mỡ, chất béo thu được trong quá trình đun nấu, nếu có thể
- Giám sát các đĩa ăn thu lại được từ khách hàng để xác định xem định lượng khẩu phần ăn có thể được cắt giảm không
- Hỏi rõ khách hàng khi thấy rằng họ có thể cần một cái túi nhựa thay vì cung cấp túi một cách tự động

KHU VỰC BUÔNG KHÁCH VÀ VỆ SINH

- Sử dụng các sản phẩm làm sạch thân thiện với môi trường, là những sản phẩm không độc hại và có thể phân hủy sinh học
- Sử dụng các bình đựng xà phòng và dầu gội có thể đổ đầy lại thay vì sử dụng từng hộp riêng lẻ
- Thông báo cho khách hàng về chương trình giảm thiểu rác thải và chỉ cung cấp các mặt hàng vệ sinh theo yêu cầu
- Cung cấp một thùng rác dành cho các loại rác có thể tái sử dụng ngay trong mỗi phòng khách

KHU VỰC CÁC VAN PHÒNG

- Mua các sản phẩm, văn phòng phẩm và giấy thân thiện với môi trường (có thể tái chế, không độc hại, có thể phân hủy sinh học)
- Tái chế và/hoặc đổ lại mực và trống in
- Xem xét nâng cấp sử dụng máy photocopy/máy in "tất cả trong một" để không cần thiết dùng nhiều máy
- Tránh việc in các tài liệu trừ khi cần thiết
- Cài đặt mặc định của máy in theo chế độ in hai mặt

Triển khai các hành động giảm thiểu rác thải, sử dụng nước và năng lượng

Để giảm thiểu mức độ sử dụng nước, năng lượng và phát sinh rác thải, điều đầu tiên cần làm là phải hiểu được mức độ hiện có và hình thức sử dụng nước, sử dụng năng lượng, các loại và khối lượng rác thải; cân nhắc các chiến lược giảm thiểu rác thải, nước và năng lượng và cuối cùng là xây dựng và thực hiện kế hoạch chiến lược các hành động với trách nhiệm rõ ràng của tổ chức gắn với tình trạng phát sinh rác thải, sử dụng nước và năng lượng.

Các loại và mức độ phát sinh rác thải, sử dụng nước và năng lượng

Để giảm thiểu việc sử dụng nước, năng lượng và giảm thiểu phát sinh rác thải thì điều cần thiết là phải hiểu được mức độ sử dụng trong quá khứ và hiện tại. Việc xây dựng một mức giới hạn có thể cho biết một tỷ lệ so sánh để giám sát sự tiến triển trong tương lai và đối sánh với những tiêu chuẩn thực tế nhất của ngành. Những bước chính trong việc hình thành sử dụng nguồn lực quá khứ và hiện tại và xây dựng mức giới hạn gồm:

Phân tích việc sử dụng nước, năng lượng và tính toán mức giới hạn: Thu thập các hóa đơn tiền điện nước cũng như tiền dịch vụ thu gom rác thải (nếu có hợp đồng) trong thời gian từ 1 đến 2 năm. Đưa các dữ liệu vào bảng (tiền điện, nước và rác) để biết mức độ tiêu thụ (ví dụ KW/ngày, mét khối nước/ngày, chi phí bao nhiêu đồng và thời gian (tháng). Cộng lượng tiêu thụ và chi phí hàng

tháng và xác định tổng số (mức giới hạn) tiêu thụ và chi phí trong 1 năm.

Ví dụ về báo cáo chi phí tiêu thụ nước của khách sạn

Ngày	Lượng tiêu thụ (KL/DAY)	Chi phí (VND)
1/01/2014	10,3	26.587.582
1/04/2014	14,6	37.687.253
1/08/2014	13,8	35.622.198
1/12/2014	18,2	46.980.000
TỔNG CỘNG	56,9	146.877.033

- Phân tích rác thải và xác định mức giới hạn:** Ước tính số lượng thùng chứa rác thải một tháng nhân với dung lượng của thùng chứa (ví dụ tính theo lít). Nhân tổng số với 12 để ước tính khối lượng của một năm. Chia tổng số cho 1.000 để chuyển sang đơn vị mét khối rác (Nhân tiếp với 0,24 để chuyển sang đơn vị tấn). Nhân với khối lượng ước tính với giá thành trung bình để ra chi phí phải trả 1 năm.
- Đối sánh thực hiện:** So sánh với mức chuẩn trung bình quốc gia và quốc tế của ngành về việc sử dụng nước, năng lượng và phát sinh rác thải (theo mức độ của dịch vụ lưu trú) để thiết lập những cơ hội tiết kiệm tiềm tàng.
- Thiết lập các chỉ số thực hiện chính (KPIs) và các mục tiêu:** KPIs là phép đo định lượng

giúp xác định được những mục tiêu phát triển bền vững. Trong lĩnh vực lưu trú, KPIs về sử dụng nước, năng lượng và phát sinh rác thải gồm:

- **Nước:** Lượng nước trung bình sử dụng của một khách trong một ngày đêm (L/khách/đêm)
- **Năng lượng:** Số kilô oát giờ năng lượng tiêu tốn bởi 1 phòng có khách (kWh/phòng có khách)
- **Rác thải:** Số lượng rác thải của một người trong một ngày đêm (T/khách/đêm)

Mức sử dụng trung bình của quốc gia hay quốc tế có thể trở thành mục tiêu thực hiện. Lấy mức trung bình này trừ cho đi mức giới hạn đặt ra sẽ xác định được số lượng giảm thiểu mục tiêu đạt được.

Đánh giá việc sử dụng hiệu quả nước, năng lượng và các nguồn rác thải quá mức

Phân tích việc sử dụng nước và năng lượng

Để biết được những khu vực hoạt động và bảo dưỡng đang làm lãng phí các nguồn lực, đồng thời xác định được những khu vực có thể tiết giảm và cải thiện tình hình sử dụng nước, năng lượng, cần thực hiện một cuộc kiểm định thực địa. Những bước chính của việc kiểm định này bao gồm:

- **Lập kế hoạch:** Xác định ai sẽ tham gia kiểm định. Để tiết kiệm thời gian, có thể thành lập một đội những khách sạn lớn đi kiểm tra những khu vực khác nhau trong khách sạn. Xác định rõ thời gian kiểm định để đảm bảo ít nhất không gây phiền hà cho khách. Xây dựng kế hoạch kiểm tra dựa trên kế hoạch hoạt động của khách sạn bằng cách chia nhỏ các lĩnh vực để giao cho các thành viên kiểm định trong nhóm.
- **Xác định khu vực trọng tâm:** Xác định những câu hỏi kiểm định cần phải trả lời. Ghi chép lại những câu hỏi kiểm định trong một tình huống cụ thể. Một số điểm chính trong danh sách kiểm định bao gồm:

Ví dụ một số lĩnh vực trọng tâm kiểm định về năng lượng

Những chính sách sử dụng hiệu quả năng lượng; Cách truyền đạt quy trình và chính sách sử dụng hiệu quả năng lượng; Việc thực hiện đào tạo về quy trình và chính sách sử dụng hiệu quả năng lượng; Có đội ngũ phát triển bền vững; Có kế hoạch quản lý năng lượng; Quản lý và ghi lại việc sử dụng năng lượng; Các loại bóng đèn chiếu sáng; bóng đèn sử dụng trong phòng trống; Kế hoạch bảo dưỡng thiết bị điện; bộ điều khiển nhiệt độ máy sưởi và điều hòa; bộ điều khiển nhiệt độ tủ lạnh; bộ tiết kiệm năng lượng tủ lạnh; Các thiết bị văn phòng có tắt sau giờ làm việc; sử dụng hiệu quả năng lượng các thiết bị văn phòng; sử dụng rèm cửa và cửa sổ cách nhiệt.

Ví dụ một số lĩnh vực trọng tâm kiểm định bảo tồn nguồn nước

Chính sách bảo tồn nguồn nước; Có truyền đạt về quy trình và chính sách bảo tồn nguồn nước; việc thực hiện đào tạo về bảo tồn nước; Có đội ngũ phát triển bền vững; Có kế hoạch quản lý nước; Giám sát và ghi lại việc sử dụng nước; Có kiểm soát sự rò rỉ đường ống; Có bộ điều chỉnh lưu lượng nước chảy trong vòi nước và vòi hoa sen; Tách vòi nước nóng và vòi nước lạnh; điều khiển nhiệt độ nước nóng; Mái che bể bơi; Kế hoạch bảo dưỡng lưới lọc bể bơi; Có dự trữ và sử dụng nước mưa; Sử dụng nước xám (nước sử dụng lại); Sử dụng phân hữu cơ; Các loại bình tưới và thời gian tưới cây.

- **Triển khai phân tích:** việc kiểm định được dành cho những người cụ thể và tuân theo kế hoạch và thời gian đã định. Tập hợp kết quả vào một bảng.

Phân tích việc phát sinh rác thải

Trước tiên cần xác định được loại hình và khối lượng rác thải từ các bộ phận khác nhau của cơ sở nhằm xây dựng được kế hoạch mục tiêu. Để làm được điều này, có thể tiến hành việc kiểm tra nhanh rác thải nhằm xác định loại và số lượng rác thải từ mỗi khu vực thông qua việc quan sát trực tiếp các thùng đựng rác. Để thực hiện việc kiểm tra nhanh rác thải:

- Đặt các thùng rác với số lượng đã xác định tại các vị trí nhất định
- Khi thùng rác đầy, thu thập chúng lại và bằng trực quan ước lượng tỷ lệ rác trong thùng
- Lập lại quy trình trong vòng 1-2 ngày (thay thế ngay khi các thùng đã đầy rác)
- Tính toán số lượng tổng thể các loại chất thải khác nhau tại từng khu vực (ví dụ: tại khu nhà bếp: 20% chai nhựa; 5% chai thủy tinh; 10% vỏ hộp kim loại; 5% hộp sữa giấy; 50% rác thải hữu cơ; 10% các chất thải khác). Bằng cách nhân theo kích thước của thùng rác (ví dụ tính theo lít) với phần trăm lượng chất thải để xác định khối lượng từng loại chất thải đã xác định

Kết quả kiểm tra nhanh có thể được thể hiện theo bảng dưới đây.

Ví dụ mẫu về kiểm tra nhanh rác thải

NGÀY / THỜI GIAN	KHU VỰC	KÍCH CỠ THÙNG RÁC	CHAI NHỰA	CHAI THỦY TINH	HỘP KIM LOẠI	VỎ HỘP SỮA	BÌA GIẤY	GIẤY	RÁC THẢI HỮU CƠ	Những thứ khác (lập danh mục)
01/01/14; 11:00	Bếp	50L	20%	5%	10%	5%			50%	10% Bát đĩa sành vỡ
01/01/14; 17:00	Bếp	50L	10%	15%	5%	10%			60%	
03/01/14; 17:00	Sảnh	50L	20%	10%			20%	35%	10%	5% túi nhựa
11/01/14; 10:00	Buồng khách	30L	40%	5%			5%	20%	30%	
15/01/14; 17:30	Văn phòng	50L	10%				20%	55%	5%	10% túi nhựa

Ví dụ mẫu về đánh giá các cơ hội và yêu cầu giảm thiểu rác thải

KHU VỰC 1: BẾP			
Các chất thải thông thường	Quy trình xử lý hiện tại	Các cơ hội để giảm thiểu	Những yêu cầu
Khăn giấy ăn	Chôn lấp	Ủ phân hữu cơ	Phát triển và sử dụng hệ thống ủ phân hữu cơ
Chai lọ bằng nhựa	Phân loại để tái chế		Cung cấp thùng rác riêng biệt cho nhựa tái chế
Thức ăn thừa	Chôn lấp	Ủ phân hữu cơ (trừ thịt và cá)	Phát triển và sử dụng hệ thống ủ phân hữu cơ
Vỏ đồ hộp	Chôn lấp	Phân loại để tái chế	Cung cấp thùng rác riêng biệt cho kim loại tái chế
...			
KHU VỰC 2: BUỒNG KHÁCH/KHU PHỤC VỤ BUỒNG			
...			
Mô tả	Chi phí	Người chịu trách nhiệm	Thời gian
Lắp đặt vòi có lưới hạn dòng	VND 1,500,000,000	Tổ trưởng bảo dưỡng	07/2014
Biển báo mang tính giáo dục	VND 2,000,000	Quản lý cấp cao	02/2014
KẾ HOẠCH THỰC HIỆN SỬ DỤNG HIỆU QUẢ NĂNG LƯỢNG			
Mô tả	Chi phí	Người chịu trách nhiệm	Thời gian
Chiếu sáng hiệu quả khu vực sảnh khách sạn	VND 800,000,000	Tổ trưởng bảo dưỡng	04/2014
Biển báo mang tính giáo dục	VND 2,000,000	Quản lý cấp cao	03/2014
KẾ HOẠCH THỰC HIỆN HIỆU QUẢ VIỆC GIẢM THIỂU RÁC THẢI			
Mô tả	Chi phí	Người chịu trách nhiệm	Thời gian
Đặt các thùng đựng rác tái chế tại một số địa điểm công cộng	VND 400,000,000	Quản lý sân vườn	03/2014
Đào tạo nhân viên về quản lý rác thải	VND 4,000,000	Quản lý cấp cao	03/2014

Tiêu chuẩn và danh gia các số liệu

Dựa trên kết quả của việc kiểm định thực địa, việc sử dụng nước và năng lượng, mô hình phát sinh rác thải sẽ trở nên rõ ràng và có thể được đặt theo thứ tự ưu tiên dựa trên tần suất các loại phát sinh cơ bản. Từ đó, xem xét đến các cơ hội có thể giảm thiểu rác thải và sử dụng nước và năng lượng theo thứ tự ưu tiên.

biệt từng loại chất thải thông thường. Việc lập một bảng đơn giản trong đó xác định loại chất thải, quy trình xử lý hiện tại, cơ hội để giảm thiểu rác thải và những yêu cầu cần thiết có thể trợ giúp cho quy trình này. (Xem bảng mẫu ở trang trước). Bảng mẫu cũng có thể được điều chỉnh để giúp đánh giá chiến lược và quá trình sử dụng nước và năng lượng.

Xây dựng và thực hiện các kế hoạch hành động giảm thiểu rác thải, nước và năng lượng

Dựa trên những ưu tiên được xác định từ việc phân tích kiểm định thực địa và kiểm tra nhanh rác thải, những lĩnh vực cụ thể cần can thiệp có thể được xác định và đưa vào một kế hoạch hành động, trong đó chỉ rõ làm thế nào để giảm thiểu rác thải, nước và năng lượng. Những người chịu trách nhiệm cũng sẽ được chỉ định và khung thời gian, các chỉ số thực hiện cũng sẽ được đặt ra.

Phổ biến, khuyến khích nhân viên và khách cùng thực hiện

Trước hết cần phổ biến cho nhân viên về những hoạt động bảo vệ môi trường của công ty nhằm tiết kiệm nước, năng lượng và giảm thiểu rác thải vì nó được coi là một phần của quá trình xây dựng và thực hiện chính sách Du lịch có trách nhiệm (xem Bài 5). Trong tiến trình này các nhân viên cần nhận thức được vị trí nổi trội của cơ sở mình với tư cách là 1 đơn vị đã cam kết quản lý môi trường tốt, đồng thời nâng cao nhận thức về các chính sách, quy trình thông qua các phương pháp như bản tin nội bộ, thư điện tử và áp phích trong phòng nhân viên. Ngoài ra, các nhân viên sẽ có thể được đào tạo về các quy trình khác nhau để thực hiện các chính sách của cơ quan.

Tuy nhiên, khi các nhân viên có hiểu biết về các chính sách và quy trình của công ty, việc quan trọng không kém là nâng cao nhận thức và nhận được sự ủng hộ của khách về việc đạt được các mục tiêu tiết kiệm nước, rác thải và năng lượng.

Những cách phổ biến cho khách về hoạt động tiết kiệm năng lượng, nước và rác thải, bao gồm:

- Thông báo về chính sách tiết kiệm năng lượng, nước và rác thải trên website của khách sạn, bao gồm cả các kết quả đã đạt được.
- Thiết kế một tài liệu giới thiệu về chương trình tiết kiệm năng lượng, nước và rác thải của cơ sở kinh doanh, điều kiện môi trường của địa phương (ví dụ tình trạng thiếu năng lượng, thiếu nước, ô nhiễm...), những lĩnh vực cụ thể khách sạn đang thực hiện để tiết kiệm năng lượng/nước/rác thải, những kết quả đã đạt được và kế hoạch trong tương lai. Đưa nội dung tờ giới thiệu này lên website, đặt tại khu vực quầy lễ tân và phát cho khách kèm trong cuốn thông tin dành cho khách/đặt trong phòng.
- Đưa thông tin ngắn về chính sách của cơ sở kinh doanh về quản lý năng lượng, nước và rác thải trong các tài liệu quảng cáo về du lịch của công ty. (Ví dụ, “[Tên khách sạn] cam kết bảo vệ môi trường. Hãy tìm hiểu những việc chúng tôi đang làm tại trang www.tenkhachsansan.com/green”).
- Xây dựng và hoàn thành kế hoạch hàng năm của cơ sở kinh doanh trong đó có những hoạt động môi trường (và xã hội). Đánh giá và báo

cáo những hoạt động này trong bản báo cáo hàng năm của công ty, tạo điều kiện để khách hàng dễ tiếp cận báo cáo này.

- Đánh dấu rõ ràng các thùng đựng rác có thể tái chế rác ngay trong phòng khách, khu vực công cộng và sân vườn, có sử dụng các ký hiệu được công nhận quốc tế.
- Đặt biển thông báo ngắn gọn, tinh tế nhưng lịch sự trong phòng tắm của khách và khu vực bếp yêu cầu họ ủng hộ chương trình giảm thiểu nước, năng lượng và rác thải và thực hiện các hành động ủng hộ như sử dụng lại khăn tắm, tắt điều hòa và đèn khi ra khỏi phòng...

Giám sát, đánh giá và hoàn thiện

Sự giám sát và đánh giá thường xuyên về sử dụng nước, năng lượng và quản lý rác thải thông qua việc tái triển khai các cuộc điều tra quan sát cơ bản hoặc cách khác nữa là kiểm tra nhanh lượng tiết giảm rác thải sẽ cho biết quá trình giảm thiểu rác thải đã được thực hiện. Các lĩnh vực nào vẫn còn yếu kém, tiếp tục đi ngược lại các khuyến nghị thì cần được phân tích kỹ càng, tìm nguyên nhân không thực hiện các khuyến nghị cũng như tìm ra các giải pháp triển khai khả thi để tạo ra một chu trình cải thiện tích cực. Ngay cả những lĩnh vực đã có kết quả tích cực, vẫn cần chú ý đến các hoạt động còn kém thành công hơn so với các hoạt động khác.

Chứng nhận nhãn Bông sen xanh của Việt Nam

Chứng nhận Nhãn du lịch bền vững Bông sen xanh là nhãn hiệu cấp cho các cơ sở lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Đây là những đơn vị đã có những nỗ lực trong việc bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên, năng lượng, góp phần bảo vệ các di sản, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương và phát triển du lịch bền vững.

Nhãn Bông sen xanh có 5 cấp độ, từ 1 đến 5 Bông sen xanh, ghi nhận mức độ nỗ lực của đơn vị trong bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, không phụ thuộc vào loại, hạng của cơ sở lưu trú du lịch đó. Tổng cộng có 81 tiêu chí với tổng số 154 điểm (với 25 điểm thường), chia làm 3 cấp: Cấp cơ sở (30 tiêu chí), cấp khuyến khích (29 tiêu chí), cấp cao (22 tiêu chí).



Các tiêu chí trong bộ này được chia 4 nhóm (A, B, C, D) với những điều khoản cụ thể (ví dụ, A1, A2), kèm theo là các tiêu chí xác định các yêu cầu của từng điều khoản.

Ví dụ một số tiêu chí lựa chọn trong bộ tiêu chuẩn Bông sen xanh

A	QUẢN LÝ BỀN VỮNG
A1	Có kế hoạch thể hiện dưới dạng văn bản và thực hiện hệ thống quản lý phát triển bền vững, phù hợp với điều kiện thực tế và quy mô của cơ sở lưu trú du lịch, trong đó bao gồm kế hoạch bảo vệ môi trường tự nhiên và xã hội
A1.4	Có lập kế hoạch hàng năm triển khai các hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, xã hội (trong và ngoài cơ sở lưu trú du lịch)
A2	Nhân viên được bồi dưỡng định kỳ về tầm quan trọng và các giải pháp bảo vệ môi trường, các vấn đề về văn hóa, xã hội và sức khỏe
A2.2	Nhân viên được tập huấn các vấn đề về văn hóa xã hội (1 năm/lần)
B	Tối đa hóa lợi ích kinh tế và xã hội cho cộng đồng địa phương
B2	Ưu tiên tuyển dụng người có hộ khẩu tại địa phương hoặc người đến từ các vùng kinh tế kém phát triển và đào tạo thêm khi cần thiết
B2.1	Có chính sách tuyển dụng người địa phương, người đến từ các vùng sâu vùng xa, vùng kinh tế kém phát triển vào làm việc trong cơ sở lưu trú du lịch
B3	Ưu tiên sử dụng các dịch vụ và hàng hóa là sản phẩm nội địa hoặc sản phẩm của địa phương trong hoạt động kinh doanh của cơ sở lưu trú du lịch
B3.1	Ưu tiên sử dụng hàng hóa được sản xuất tại địa phương hay sử dụng nguyên liệu của địa phương nhưng không làm cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên
B5	Công bằng trong việc tuyển dụng phụ nữ và người dân tộc thiểu số ở địa phương, bao gồm cả vị trí quản lý, không tuyển dụng lao động trẻ em
B5.1	Công bằng về giới trong tuyển dụng nhân viên làm việc tại cơ sở lưu trú du lịch
B5.2	Có chính sách riêng hỗ trợ nhân viên nữ (chế độ thai sản, đào tạo, tư vấn sức khỏe sinh sản, v.v.)
C	Giảm thiểu các tác động tiêu cực tới di sản văn hóa, di sản thiên nhiên
C2	Sử dụng văn hóa truyền thống của địa phương trong kiến trúc, trang trí, chế biến, trình bày món ăn, các hoạt động biểu diễn văn nghệ, v.v.
C2.1	Thể hiện nét văn hóa, truyền thống của địa phương trong kiến trúc hay các hoạt động, dịch vụ của cơ sở lưu trú du lịch
C4	Bảo tồn đa dạng sinh học, hệ sinh thái và cảnh quan
C4.1	Không bắt giữ động vật hoang dã - trừ khi hoạt động đó mang tính bảo tồn và được pháp luật cho phép
C4.2	Không bán quà lưu niệm, thực phẩm, món ăn làm từ động vật hoang dã được bảo vệ theo pháp luật và các công ước quốc tế
D	Giảm thiểu những tác động tiêu cực tới môi trường
D1	Bảo tồn tài nguyên
D1.1	Mua sản phẩm được đóng gói với khối lượng lớn nhằm tiết giảm bao bì, giảm rác thải
D1.16	Cài đặt chế độ tiết kiệm điện sau một thời gian không sử dụng cho các máy tính hay màn hình máy tính, dán nhãn "tiết kiệm năng lượng" lên các thiết bị văn phòng
D2	Giảm thiểu ô nhiễm
D2.4	Tận dụng ga bọc chăn, đệm cũ, vỏ bao gối cũ, khăn cũ vào mục đích khác
D2.3	Tái sử dụng giấy vệ sinh và xà phòng thừa ở phòng khách



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 11

VẬN HÀNH NHÀ HÀNG CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi kết thúc bài học này, học viên sẽ có thể:

- Mô tả ý nghĩa và tầm quan trọng của phát triển bền vững trong vận hành dịch vụ nhà hàng
- Thực hiện các quy định có trách nhiệm với môi trường trong vận hành nhà hàng bao gồm các hoạt động thực hành sử dụng ít năng lượng, sử dụng nước hợp lý và cách giảm thiểu chất thải
- Giải thích tầm quan trọng của nguồn cung ứng và cung cấp các sản phẩm nhà hàng bền vững, bao gồm cả việc xác định và lựa chọn các sản phẩm địa phương và theo mùa, thực hiện chính sách thương mại công bằng, và cách áp dụng các nguyên tắc về dinh dưỡng và sức khỏe khi chế biến món ăn
- Giải thích cách thực hiện trách nhiệm về mặt xã hội trong vận hành nhà hàng bao gồm cả thực hành các nguyên tắc vệ sinh thực phẩm, sự tham gia của cộng đồng, tạo ra một môi trường an ninh và an toàn, và tuyên truyền các hoạt động có trách nhiệm

MỤC LỤC

KINH DOANH DỊCH VỤ ĂN UỐNG BỀN VỮNG LÀ GÌ VÀ TẠI SAO NÓ LẠI QUAN TRỌNG?	2
QUẢN LÝ CÁC NGUỒN TÀI NGUYÊN HIỆU QUẢ HƠN.....	2
Thực hành sử dụng ít năng lượng	3
Sử dụng nước một cách khôn khéo	3
Giảm thiểu chất thải từ nhà bếp	3
NGUỒN CUNG ỨNG THỰC PHẨM CÓ TRÁCH NHIỆM	4
Sản phẩm thức ăn và đồ uống có nguồn gốc bền vững.....	4
Xác định và lựa chọn các loại thực phẩm theo mùa và ở từng địa phương	4
Hiểu và thực hiện chính sách mậu dịch công bằng.....	5
Hiểu và ứng dụng các nguyên tắc trong việc chuẩn bị nguồn thực phẩm giàu chất dinh dưỡng và tốt cho sức khỏe	5
CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG VÀ CỘNG ĐỒNG	5
Hiểu và ứng dụng những nguyên tắc về vệ sinh thực phẩm	5
Cam kết với cộng đồng	6
Mang lại một môi trường an ninh và an toàn.....	7
Hoạt động giao tiếp có trách nhiệm	7

Bài học này giới thiệu kiến thức tổng quan về cách thức các nhà hàng, quán cà phê và quán bar có thể thực hiện những chiến dịch xanh có hiệu quả, giúp bảo vệ môi trường, phát triển chuỗi cung ứng thực phẩm bền vững và tăng cường sự gắn bó với khách hàng cũng như cộng đồng địa phương.

Vận hành nhà hàng có trách nhiệm là gì và tầm quan trọng?

Dịch vụ Nhà hàng bao gồm việc kinh doanh nhà hàng, quán cà phê, quán bar, câu lạc bộ và quầy thức ăn đường phố. Trong du lịch, dịch vụ Nhà hàng là một phần không thể thiếu của bộ sản phẩm tại điểm đến và luôn là một yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Chính phủ vì đây là ngành thu hút nhiều lao động và chi phí đầu tư ban đầu khá thấp so với các ngành khác, khiến nó trở thành một lựa chọn sinh kế khả thi cho một bộ phận lớn người dân. Hơn nữa, việc tuyển dụng một tỷ lệ đáng kể phụ nữ và thanh niên làm trong lĩnh vực Nhà hàng đóng một vị trí quan trọng trong việc tạo ra lực lượng lao động toàn vẹn hơn khi có sự hiện diện của cả hai phái nam và nữ.

Trên toàn thế giới, dịch vụ Nhà hàng đang chịu áp lực ngày càng tăng để không chỉ đơn thuần là nơi ăn uống. Khi quyết định mua đồ ăn và thức uống, ngoài tiêu chí khẩu vị và giá cả thì người tiêu dùng bắt đầu quan tâm nhiều hơn đến các vấn đề như nguồn gốc thực phẩm, quá trình sản xuất thực phẩm đó ảnh hưởng thế nào đến môi trường, khoảng cách ngắn nhất từ nguồn nguyên liệu thô đến sản phẩm cuối cùng và việc mua hàng của họ ảnh hưởng ra sao đến thu nhập của các nhà sản xuất trong chuỗi cung ứng.

Đối với các nhà hàng, quán cà phê, quán bar, kinh doanh có trách nhiệm đồng nghĩa với việc vừa cung cấp những giá trị cho khách hàng vừa phải tuân thủ những tiêu chuẩn đạo đức trong quá trình chế biến và cung ứng đồ ăn, thức uống cũng như đảm bảo tính bền vững trong hoạt động kinh doanh hằng ngày của mình.

Các yếu tố cốt lõi đối với tính bền vững của hoạt động vận hành nhà hàng là:

- **Cung ứng thực phẩm có trách nhiệm:** Mua sản phẩm thực phẩm dựa trên các nguyên tắc thương mại công bằng, đó là các sản phẩm được canh tác không trái đạo đức, và được trồng tại địa phương.
- **Quản lý các nguồn tài nguyên hiệu quả hơn nữa:** Thực hành sử dụng ít năng lượng, sử dụng nước hợp lý và giảm thiểu rác thải
- **Chăm sóc cộng đồng:** Mang lại một môi trường an ninh và an toàn, sự tham gia của cộng đồng và thực hiện tốt vệ sinh cá nhân và vệ sinh thực phẩm.

Một vài lợi ích chính khi theo đuổi các nguyên tắc về Du lịch có trách nhiệm trong lĩnh vực Nhà hàng là:

- Giảm chi phí vận hành thông qua việc tiết kiệm nước, năng lượng và rác thải.
- Nâng cao hiệu quả làm việc cũng như tinh thần cho đội ngũ nhân viên

- Tạo ra điểm khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh đồng thời tạo sức hút đối với những thị trường mới
- Tăng sự hài lòng ở khách hàng
- Góp phần bảo vệ môi trường địa phương và cộng đồng

Những nét chính về lĩnh vực Nhà hàng tại Việt Nam

Tại Việt Nam, ẩm thực đóng vai trò trung tâm trong đời sống văn hóa xã hội của người dân, khiến cho ngành kinh doanh dịch vụ Nhà hàng ngày càng trở nên quan trọng. Nổi tiếng khắp thế giới về sự đa dạng và cách thức pha trộn độc đáo những nguyên liệu tươi ngon, các món ăn Việt Nam giờ đây đã trở thành một động lực quan trọng thu hút du khách quốc tế đến thăm đất nước.¹ Chính vì vậy, ẩm thực cũng giữ vị trí trung tâm trong chiến lược tiếp thị du lịch Việt Nam. Xét về mặt giá trị, ước tính lĩnh vực Nhà hàng tại Việt Nam đóng góp 26,898.4 triệu đô la Mỹ vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) năm 2010 và được kỳ vọng sẽ tăng lên 40 % (tức là 37,406.4 triệu đô la Mỹ) vào năm 2015. Lĩnh vực Nhà hàng do các quán ăn hè phố hoạt động độc lập và những nhà hàng với đầy đủ dịch vụ chi phối, chiếm tới 90% giá trị của lĩnh vực này. Còn lại là các nhà hàng nhỏ, quán cà phê và quán bar do các hộ gia đình quản lý và điều hành, trong đó các thành viên trong gia đình đồng thời đảm trách nhiều công việc.

Quản lý các nguồn tài nguyên hiệu quả hơn

Giảm thiểu chất thải, thực hành sử dụng ít năng lượng và sử dụng nước một cách hợp lý không chỉ mang lại lợi ích cho môi trường mà còn giúp các doanh nghiệp tiết kiệm tiền chi trả cho các loại hóa đơn dịch vụ - đặc biệt là khi giá năng lượng và nước luôn có xu hướng tăng mà không giảm. Các nguyên tắc cơ bản của việc giảm thiểu năng lượng, nước và chất thải liên quan đến việc giám sát việc sử dụng hiện tại, thiết lập mục tiêu và tiêu chuẩn về mức độ sử dụng mong muốn và thực hiện các hành động để đạt được những mục tiêu ấy (xem Bài 12 “Kinh doanh dịch vụ lưu trú: Quản lý nguồn nước, chất thải và năng lượng”). Dưới đây là một số biện pháp cụ thể có thể thực hiện được trong các nhà hàng, quán cà phê, quán bar và các câu lạc bộ.

¹ ESRT 2013, *Chiến lược Tiếp thị Du lịch Việt Nam tới năm 2020 & Kế hoạch hành động: 2013-2015 (Dự thảo)*, [Chưa phát hành]

Thực hành sử dụng ít năng lượng

Nâng cấp các thiết bị tiết kiệm năng lượng gần như có thể giảm một nửa năng lượng sử dụng. Theo Tổ chức The Carbon Trust, năng lượng dùng cho các hoạt động phục vụ chiếm 4-6% chi phí hoạt động. Có thể tiết kiệm được hơn 15% năng lượng sử dụng đối với một số thiết bị như điều hòa nhiệt độ, lò và các thiết bị khác, tủ lạnh, đèn chiếu sáng và máy rửa bát. Một số mẹo để giảm sử dụng năng lượng:

- **Tủ lạnh:** Đầu tư vào những chiếc tủ lạnh tiết kiệm năng lượng, đối với các doanh nghiệp lớn cần xem xét lợi ích của những phòng lạnh thay vì những tủ hoặc ngăn đông lạnh nhỏ. Diện tích tủ lạnh chỉ cần vừa đủ (không cần rộng hơn) để chứa thức ăn và đồ uống, hạn chế tối đa việc mở cửa tủ và không nên để ở nhiệt độ thấp quá mức cần thiết.
- **Dụng cụ nấu ăn:** Sử dụng chảo tiết kiệm năng lượng thay vì chảo chiên rán không hiệu quả nhằm đẩy nhanh thời gian nấu và phục hồi nhiệt độ. Đặt nhiệt độ lò vừa đủ để đạt tới độ chín của từng món ăn, tắt bớt các thiết bị điện trong giờ cao điểm và sau vài giờ sử dụng, chú ý tới các tính năng tiết kiệm năng lượng bao gồm tính năng thu hồi nhiệt và tự động tắt khi lựa chọn mua lò nướng, tránh mở cửa lò quá thường xuyên để giảm tổn thất nhiệt.
- **Đèn chiếu sáng:** Nâng cấp thành các loại đèn sử dụng năng lượng hiệu quả - không chỉ tiết kiệm chi phí mà việc lựa chọn loại đèn có ánh sáng tự nhiên đã được chứng minh là giúp làm giảm sự khó chịu và căng thẳng.
- **Chế biến món ăn:** Nấu những mẻ lớn khi biết trước được thực đơn khách đã yêu cầu, sử dụng nồi và chảo có kích thước phù hợp, nếu có thể, nên giữ nắp đậy trên nồi và chảo trong khi nấu để giảm tổn thất nhiệt.
- **Máy rửa bát:** Chỉ sử dụng máy khi đã xếp đầy bát đĩa cần rửa; để máy chạy ở chu kỳ ngắn khi bát đĩa không quá bẩn.
- **Bảo trì:** Lau chùi và bảo dưỡng tất cả thiết bị thường xuyên, bao gồm cả cửa tủ lạnh và lò nướng để đảm bảo chúng hoạt động hiệu quả.
- **Nhận thức:** Đào tạo nhân viên về cách thức thực hành tiết kiệm năng lượng; treo một tấm biển trên tường nhà bếp – nơi mọi người có thể dễ dàng nhìn thấy để nhắc họ những hành động tiết kiệm năng lượng đúng cách.

Sử dụng nước một cách hợp lý

Cũng như việc giảm mức tiêu thụ năng lượng, hạn chế sử dụng nước có thể làm giảm hóa đơn tiền nước. Đối với những điểm đến đã và đang phải đối mặt với sự khan hiếm nguồn nước sạch, thì sự thay đổi hành vi trong cách quản lý nước sẽ mang lại lợi ích cho một cộng đồng rộng lớn hơn, đồng thời làm giảm mối đe dọa về an ninh nguồn nước và tình trạng của môi trường. Một số mẹo để tiết kiệm nước bao gồm:

- **Chế biến món ăn:** Sử dụng lượng nước tối thiểu cần thiết khi đun nước sôi để tiết kiệm cả năng lượng và nước. Dùng nắp đậy khi đun sôi nước trong nồi hoặc chảo để tránh sự hao hụt nước. Rửa rau và trái cây trong chậu thay vì rửa dưới vòi nước đang chảy; xem xét việc sử dụng chảo không đọng nước.
- **Bồn rửa và vòi nước:** Xem xét việc lắp đặt vòi tiết kiệm nước.
- **Máy rửa bát:** Không khởi động máy rửa bát cho đến khi máy đầy bát đĩa bẩn; thiết lập máy chạy ở chế độ “kinh tế” hoặc hiệu quả.
- **Bảo trì:** Sửa chữa tình trạng nhỏ giọt ở vòi nước, thay thế những rông-đen (vòng đệm cao ở chỗ nối để nước không rò rỉ) đã cũ mòn là một cách tiết kiệm nước rẻ và nhanh chóng; quét hoặc lau sàn thay vì sử dụng vòi để xối nước.
- **Phòng tắm:** Xem xét việc lắp đặt bồn cầu có hai chế độ xả nước và giảm lượng nước ở các bồn cầu có dung tích nước lớn, cân nhắc việc lắp đặt đầu vòi hoa sen tiết kiệm nước.
- **Nhận thức:** Hướng dẫn đội ngũ nhân viên thực hành các thao tác tiết kiệm năng lượng; phổ biến cho nhân viên và khách hàng biết về các nỗ lực tiết kiệm nước bằng cách treo một tấm biển trên tường nhà tắm hoặc bếp.

Giảm thiểu chất thải từ nhà bếp

Giảm thiểu chất thải đồng nghĩa với việc chúng ta xác định cách thức để tránh hoặc giảm được lượng rác thải, tái sử dụng hay tái chế rác thải nhằm hạn chế những tác động đến môi trường do ô nhiễm, đất đai nhiễm bẩn do lượng khí thải carbon cũng như ảnh hưởng tới sức khỏe con người. Giảm thiểu rác thải cũng giúp các doanh nghiệp tiết kiệm tiền thông qua những thay đổi đơn giản khi tiêu dùng. Một số mẹo đơn giản để giảm thiểu chất thải như sau:

- **Tái chế:** Sử dụng nhiều thùng rác để có thể dễ dàng tách và phân loại các loại chất thải hữu cơ, chất thải có thể tái chế cũng như các loại rác thải khác.
- **Sản phẩm và bao bì:** Nếu có thể, hãy mua sản phẩm với số lượng lớn và tập trung, đồng thời lựa chọn những sản phẩm có ít lớp bao bì đóng gói hơn; tránh sử dụng những vật dụng dùng một lần rồi vứt đi; làm việc với các nhà cung cấp để họ sử dụng những khay hoặc hộp đựng có thể tái sử dụng thay vì hộp làm bằng bia cứng hoặc bằng nhựa; đối với những đồ ăn hoặc thức uống mang về hãy cung cấp hộp đựng có thể tái chế cho khách hàng; thay vì tự động đưa cho khách một túi nhựa hãy hỏi xem họ có thực sự cần không; mua các mặt hàng tái chế và các bao bì, ly cốc, đồ dùng nhà bếp, khăn ăn có thể mang đi và tái chế được, tránh mua các vật dụng được đóng gói riêng lẻ.
- **Chất thải thực phẩm:** Theo dõi chất thải thực phẩm và điều chỉnh thói quen mua sắm để giảm thiểu sự lãng phí không cần thiết; để ý nguồn cung thực phẩm và từ chối bất kỳ mặt hàng nào đã hoặc gần thiu thối; chế phân trộn từ rác thải hữu cơ

(ngoại trừ thịt, hải sản, dầu ăn và xương); giảm thiểu khẩu phần ăn qua việc theo dõi lượng thức ăn thừa mỗi bữa.

Cung ứng thực phẩm có trách nhiệm

Phát triển chuỗi cung ứng có trách nhiệm liên quan đến cả loại thức ăn và đồ uống được mua lẫn qui trình sản xuất chế biến thực phẩm; hỗ trợ các nhà sản xuất thực phẩm địa phương mua được nguồn nguyên liệu thực phẩm theo mùa, ủng hộ các nguyên tắc thương mại công bằng và chọn lựa những thành phần thức ăn giàu chất dinh dưỡng.

Cung ứng các sản phẩm thực phẩm và đồ uống có nguồn gốc bền vững

Tìm nguồn cung ứng thực phẩm bền vững là ưu tiên việc mua thực phẩm hữu cơ và tìm các nhà cung ứng không đối xử một cách vô nhân tính với động vật trong quá trình chăn nuôi. Điều này cũng có nghĩa là tránh việc mua bán các loài động thực vật có nguy cơ tuyệt chủng hoặc được bảo vệ.

- **Sử dụng thực phẩm hữu cơ:** Thực phẩm hữu cơ được sản xuất dưới hình thức có sự quan tâm nhất định đến môi trường và không bị phụ thuộc vào các loại hóa chất tổng hợp. Hỗ trợ việc bán và tiêu thụ thực phẩm hữu cơ giúp tăng cường sức khỏe cho người tiêu dùng (giảm thiểu các bệnh ung thư liên quan đến thuốc trừ sâu, thuốc diệt cỏ và thuốc diệt côn trùng, ít bị dị ứng từ chất phụ gia thực phẩm) và bảo vệ môi trường (ít hoá chất chảy tràn vào nguồn nước làm suy giảm hệ sinh thái biển, ít khí thải gây hiệu ứng nhà kính do ảnh hưởng từ phân bón chứa nitơ). Đối với các nhà bán lẻ, lợi ích rất rõ ràng khi thực tế loại thực phẩm này có mùi vị tốt hơn (do không sử dụng hóa chất, hoa quả được chín tự nhiên trên cây nên có đầy đủ chất dinh dưỡng và hương vị thơm ngon hơn), nên có khả năng thu hút nhiều người mua hơn. Bên cạnh đó, tiêu thụ thực phẩm hữu cơ là xu hướng tiêu dùng ngày càng tăng, do đó việc “đón đầu” xu hướng này có thể giúp bạn dễ dàng tiếp cận với một thị trường khách hàng mới và đầy tiềm năng.
- **Bảo vệ sức khỏe động vật:** Thực tiễn các trang trại nuôi gà công nghiệp hay nuôi lợn nái thường gây ra sự đau đớn liên tục cho các loài động vật trong thời gian chúng bị giam cầm, từ đó dẫn đến những vấn đề về cả thể chất lẫn hành vi ứng xử của chúng. Bên cạnh đó, do không gian sống đông đúc, chật hẹp nên những loài vật nuôi này thường xuyên bị tiêm thuốc kháng sinh và thuốc trừ sâu để giảm thiểu sự lây lan của các căn bệnh truyền nhiễm. Mua những sản phẩm từ các nông trại nơi động vật có thể tự do hoạt động là cách bạn tôn trọng quyền lợi của động vật đồng thời cũng tốt hơn cho sức khỏe của bạn.

- **Tránh việc mua bán các loài động thực vật được bảo vệ:** Thực vật và động vật mang lại nhiều giá trị về y tế, nông nghiệp, sinh thái, thương mại và thẩm mỹ/giải trí. Các loài có nguy cơ tuyệt chủng cần được bảo vệ để những thế hệ tiếp sau có thể biết được về sự hiện diện cũng như giá trị của chúng. Ngoài ra, việc buôn bán các loài thuộc diện được nhà nước bảo vệ là hành vi bất hợp pháp và sẽ bị trừng trị nghiêm khắc.

Xác định và lựa chọn các loại thực phẩm theo mùa và theo địa phương

Mua các sản phẩm của địa phương và sản phẩm theo mùa không chỉ giúp nông dân cũng như nền kinh tế địa phương mà còn giảm chi phí vận chuyển hàng hóa từ đó giảm khí thải carbon gây biến đổi khí hậu. Giá thực phẩm địa phương thường cũng thấp hơn và giữ hương vị ngon hơn khiến việc mua bán này trở thành một quyết định kinh doanh sáng suốt.

- **Thực phẩm địa phương:** Thực phẩm địa phương là các loại thực phẩm được sản xuất trong khu vực. Khoảng cách từ trang trại đến các cửa hàng là yếu tố làm ảnh hưởng tới môi trường. Đây là một trong những nguyên nhân nhanh nhất gây ra khí nhà kính trên toàn cầu bởi phải sử dụng các nguồn nhiên liệu hóa thạch để vận hành các phương tiện vận chuyển thực phẩm. Với việc mua thực phẩm tươi sống tại địa phương, lượng nhiên liệu tiêu tốn sẽ ít đi mà vẫn có một bữa ăn ngon và đảm bảo. Thêm một lợi ích nữa cho các nhà bán lẻ đó là thực phẩm thường tươi và ngon hơn khi chúng đạt đến độ phát triển đầy đủ (rau quả chín tự nhiên trên cây) và có ít chất hóa học bảo quản làm ảnh hưởng đến vị thức ăn và sức khỏe con người. Cách tốt nhất để lựa chọn sản phẩm địa phương là tham khảo các nhà bán lẻ tại các cửa hàng hoặc thậm chí là những người nông dân để biết rõ về nguồn gốc thực phẩm. Hơn nữa, việc lựa chọn sản phẩm địa phương còn là cách để hỗ trợ nông dân và cộng đồng, đồng thời thực phẩm địa phương cũng có giá rẻ hơn.
- **Thực phẩm theo mùa:** Thực phẩm theo mùa là những trái cây hoặc rau quả được thu hoạch vào thời điểm đặc biệt hoặc vào từng mùa trong năm. Lợi ích của những thực phẩm theo mùa gồm:
 - *Vị ngon hơn:* Hương vị thực phẩm thường đậm đà hơn những sản phẩm trái mùa
 - *Giá cả phải chăng hơn:* Thực phẩm theo mùa thường được sản xuất tại địa phương nên giá cả rẻ hơn
 - *Có khả năng tạo ra những thực đơn đa dạng:* Thực đơn theo mùa thay đổi thường xuyên, tạo động lực và sự hứng khởi cho khách hàng để họ quay trở lại nhiều lần nữa

Để lựa chọn sản phẩm theo mùa, bạn cần phải biết được thực phẩm nào được sản xuất trong vùng và được thu hoạch ở những thời điểm cụ thể nào. Có thể biết được đơn giản bằng đồ theo dõi sự phát triển của những thực phẩm theo mùa. Để có một biểu bảng toàn

diện hơn, chúng ta cần thực hiện một cuộc nghiên cứu để xác định mùa vụ của các loại thực phẩm khác nhau.

Nhận thức và thực hiện nguyên tắc thương mại công bằng

Các sản phẩm thực phẩm thương mại công bằng hướng tới bảo đảm quyền lợi của người lao động, các nhà sản xuất và cải thiện đời sống. Dù không có định nghĩa tiêu chuẩn về “thương mại công bằng”, nhưng thương mại công bằng là một hệ thống thương mại dựa trên một cách đối xử tốt đối với các nhà sản xuất, đảm bảo điều kiện làm việc và thúc đẩy sự phát triển bền vững của địa phương. Một số lợi ích chính từ các sản phẩm thương mại công bằng:

- Điều chỉnh sự mất cân bằng trong thương mại quốc tế khi các nước phải mua sản phẩm được chính phủ nước ngoài trợ cấp trong khi chính họ phải đối mặt với những rào cản thương mại để xuất khẩu hàng hóa của mình
- Mang lại sự ổn định hơn về giá cả để bảo vệ người nông dân trong tình trạng hàng hóa bị rớt giá ở giữa thời điểm gieo trồng và thời điểm thu hoạch vụ mùa
- Loại bỏ bớt quyền lợi của các công ty thực phẩm lớn - những doanh nghiệp được hưởng hầu hết lợi ích khi giá cả tăng để đảm bảo rằng quyền lợi được chia đều cho mọi nhà sản xuất
- Đảm bảo rằng người nông dân nghèo và các lao động trong ngành nông nghiệp được hưởng những lợi ích như: giờ làm việc và mức lương thường hợp lý, an toàn lao động, nâng cao điều kiện sống và làm việc đồng thời giảm thiểu những vấn đề sức khỏe phát sinh từ việc sử dụng các hóa chất nông nghiệp độc hại như thuốc trừ sâu

Sản phẩm thương mại công bằng chính thức có thể được xác định bởi nhãn hiệu trên bao bì tuy nhiên việc phân phối các sản phẩm như vậy đang bị hạn chế. Tuy nhiên không khó để lồng ghép một cách độc lập các nguyên tắc thương mại công bằng vào một chuỗi cung ứng kinh doanh bằng việc xây dựng một chính sách, quy hoạch cung ứng có trách nhiệm có sự ủng hộ của các nhà cung cấp, nhờ đó tạo ra sự khác biệt tích cực về điều kiện sống của các nhà sản xuất đồng thời vẫn đảm bảo các nhà cung ứng đạt được mức lợi nhuận của họ (xem Bài Chuỗi cung ứng có trách nhiệm).

Nhận thức và áp dụng các nguyên tắc về dinh dưỡng và sức khỏe trong chế biến món ăn

Xã hội ngày càng nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của một chế độ ăn uống lành mạnh và cũng ngày càng kỳ vọng các nhà hàng sẽ thực hiện theo những nguyên tắc chung về dinh dưỡng khi lựa chọn và sử dụng các thành phần nhằm đảm bảo sức khỏe của khách hàng. Trên thực tế, tại nhiều quốc gia, chính phủ và người tiêu dùng thậm chí còn gây sức ép buộc các cửa hàng ăn nhanh nâng cao chất lượng thực phẩm vì nó ảnh hưởng tới sức khỏe người dân.

Ví dụ, Tổ chức Y tế thế giới (WHO) lưu ý rằng béo phì trở thành một đại dịch toàn cầu với ít nhất 2,8 triệu

người chết mỗi năm do hậu quả của tình trạng thừa cân. Căn bệnh này, một thời chỉ xuất hiện ở những nước có thu nhập cao, nay cũng trở nên phổ biến ở các nước có thu nhập thấp và trung bình.

Các khuyến nghị của Tổ chức Y tế Thế giới dành cho người dân và cả những cá nhân riêng lẻ gồm:²

- Đạt được cân bằng năng lượng
- Hạn chế ăn các chất béo mà đặc biệt là sự chuyển hóa giữa chất béo bão hòa với chất béo chưa bão hòa và loại bỏ các axit béo chuyển hóa
- Ăn nhiều các loại trái cây, rau quả, các loại đậu, ngũ cốc và các loại hạt
- Hạn chế các thức ăn có đường
- Hạn chế tiêu thụ muối từ tất cả nguồn và nếu tiêu thụ phải đảm bảo rằng đó là muối i-ốt

Một vài mẹo đơn giản để lựa chọn và chuẩn bị thực phẩm dinh dưỡng

- Chọn những miếng thịt đỏ và thịt lợn có ghi nhãn “thịt thăn” hoặc “thịt khoanh” vì phần thịt này thường có ít chất béo nhất
- Cắt bỏ phần mỡ ở cạnh miếng thịt trước khi nấu
- Với gia cầm, nên chọn phần thịt trắng (ngực) thay vì ăn phần thịt đen (đùi và lườn) và loại bỏ da
- Nấu các món ăn với lòng trắng trứng gà thay vì lòng đỏ. Hàm lượng chất béo ở 2 lòng trắng trứng gà mới bằng 1 lòng đỏ
- Sử dụng các loại sữa, sữa chua và pho mát ít béo hoặc không béo
- Lựa chọn và chuẩn bị các loại thực phẩm có ít hoặc không có muối
- Sử dụng dầu thực vật thay vì bơ, mỡ lợn hay dầu động vật
- Đảm bảo bữa ăn của bạn đạt được sự cân bằng giữa các loại thực phẩm: thịt, rau hoặc hoa quả và carbohydrate (Ví dụ như gạo, mì, bánh mì)

Chăm sóc khách hàng và cộng đồng

Nhận thức và áp dụng những nguyên tắc về vệ sinh thực phẩm

Các nhà hàng có nghĩa vụ mang đến cho khách những thực phẩm không gây nguy hại tới sức khỏe. Thực hiện vệ sinh thực phẩm tốt nhằm đảm bảo đồ ăn được chế biến bằng cách sử dụng những kỹ thuật làm hạn chế khả năng mang bệnh cho người tiêu dùng. Thực hiện vệ sinh thực phẩm tốt cũng bảo vệ doanh nghiệp tránh

²Xem trang trước

khỏi sự mất lòng tin từ phía khách hàng và khả năng bị dính vào vòng lao lý, thậm chí là đóng cửa.

Để giảm nguy cơ ngộ độc thức ăn và các bệnh liên quan đến sức khỏe khác do những sơ suất trong quá trình chế biến món ăn, cần:

- **Tiến hành tốt khâu vệ sinh cá nhân:** Vi khuẩn có thể chuyển tới thức ăn thông qua những người chịu trách nhiệm chế biến món ăn nhưng lại bị ốm hoặc không vệ sinh. Cần đảm bảo rằng các nhân viên nhà bếp phải sạch sẽ (cả người và quần áo), buộc tóc gọn gàng sau lưng, cắt móng tay và không để những nhân viên bị ốm xuất hiện trong khu vực bếp.
- **Rửa tay sạch sẽ:** Vi khuẩn gây bệnh có thể xuất hiện trên tay chúng ta mà chúng ta không thể nhận biết được. Rửa tay trong vòng 20 giây bằng xà bông và nước để ngăn chặn sự lây lan của mầm bệnh.
- **Giữ cho bếp được sạch sẽ:** Đảm bảo bằng ghế, đồ dùng nấu ăn, bát đĩa, khay đựng v.v., luôn được giữ gìn sạch sẽ bằng nước rửa chén và tráng lại bằng nước nóng sau khi phục vụ xong mỗi món. Để đảm bảo hơn, nên thực hiện một lần nữa thao tác này vào cuối ngày làm việc.
- **Rũ sạch đất ra khỏi rau:** Ngăn chặn sự lây lan của các bệnh truyền qua đất bằng cách đảm bảo đất được rũ sạch khỏi tất cả các loại rau.
- **Lưu trữ thực phẩm đúng cách:** Nguyên liệu thô như thịt, cá và thực phẩm hữu cơ như rau tươi phải được bảo quản trong tủ lạnh để tránh cho chúng khỏi bị hư hỏng.
- **Tránh sự nhiễm khuẩn chéo giữa thực phẩm sống và chín:** Thịt sống, gia cầm, hải sản và trứng vẫn có thể lây lan vi khuẩn gây bệnh sang những thức ăn đã được nấu chín trừ khi hai loại thực phẩm này được cất giữ riêng biệt. Sử dụng thớt riêng cho thực phẩm sống và chín, cất chúng ở những vị trí tách biệt trong tủ lạnh.
- **Rửa sạch đồ dùng sau mỗi lần sử dụng:** Vi khuẩn cũng có thể lây lan khắp nhà bếp và thâm nhập được vào thớt, đồ dùng và tủ bếp. Rửa sạch đồ dùng sau mỗi lần sử dụng với nước rửa chén và nước nóng.
- **Nhanh chóng giữ lạnh thực phẩm:** Vi khuẩn gây bệnh có thể phát triển trong các loại thực phẩm để bị hỏng trong khoảng 2 giờ đồng hồ trừ khi được giữ lạnh (và trong khoảng một giờ nếu nhiệt độ bên ngoài cao hơn 32°C). Cất thực phẩm để hỏng trong tủ lạnh trong vòng 2 giờ. Tránh rã đông hoặc ướp thực phẩm trên băng ghế - sử dụng tủ lạnh.
- **Biết khi nào nên vứt thức ăn đi:** Không phải lúc nào chúng ta cũng có thể nhìn ra ngay lập tức rằng thức ăn đã bị nhiễm khuẩn. Nên bỏ thức ăn đi ngay trước khi nó bị nhiễm khuẩn hoàn toàn (xem biểu đồ về thời gian lưu trữ an toàn dưới đây)

Thời gian tiêu chuẩn để lưu trữ thực phẩm

LOẠI THỨC ĂN	THỜI GIAN LƯU TRỮ	
	TỦ LẠNH (≤ 4°C)	TỦ ĐÔNG LẠNH (≤ -18°C)
Thịt xông khói	7 ngày	1 tháng

Các loại thịt sống (thịt gà, gà tây, thịt lợn, thịt bò)	1 - 2 ngày	1 - 2 tháng
Tăng thịt (thịt bò, thịt gà tây, thịt bê, thịt lợn, thịt cừu)	1 - 2 ngày	3 - 4 tháng
Thịt bò, bê, cừu và lợn tươi sống	3 - 5 ngày	6 - 12 tháng
Thịt gia cầm tươi sống (gà, gà tây)	1 - 2 ngày	12 tháng
Súp & Món hầm với rau củ hoặc thịt	3 - 4 ngày	2 - 3 tháng
Phần ăn còn thừa lại (thịt lợn hoặc gia cầm)	3 - 4 ngày	2 - 6 tháng

Gắn bó với cộng đồng

Nhà hàng, quán cà phê và quán bar thường đặt tại trung tâm của mỗi cộng đồng khi những nơi này trở thành địa điểm tụ tập của các thành viên trong gia đình, bạn bè và đồng nghiệp, cùng nhau đến để ăn uống và nói chuyện. Thể hiện sự tham gia gắn bó với cộng đồng hơn nữa ví dụ như hỗ trợ một tổ chức từ thiện, quyên góp đồ ăn, cung cấp các khóa thực tập không chỉ giúp các thành viên trong cộng đồng mà còn là thỏa mãn mong muốn của các khách hàng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Những việc làm này có thể giúp bạn tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh, xây dựng hình ảnh tốt về công ty và từ đó lại mang lại lợi ích trong việc kinh doanh.

- **Trao cơ hội thực tập:** Trao cơ hội cho các thành viên cộng đồng để họ có thể tích lũy được kinh nghiệm làm việc, thậm chí là một công việc. Không chỉ bạn có thêm nhân viên làm việc mà bạn còn góp phần tăng cường nền kinh tế địa phương bằng cách cải thiện các kỹ năng cơ bản.
- **Tình nguyện:** Sự tham gia của các nhân viên hiện tại trong các hoạt động tình nguyện nào đó do nhà hàng tổ chức có thể giúp họ cải thiện hiệu suất công việc cũng như tăng mức độ hài lòng của họ với công việc. Các hoạt động tình nguyện trong cộng đồng cũng nâng cao hình ảnh và danh tiếng của nhà hàng.
- **Hỗ trợ một dự án cộng đồng:** cho cộng đồng thấy một cam kết sâu hơn bằng việc đầu tư thời gian và tiền bạc vào dự án mà công ty bạn chắc chắn có thể hỗ trợ trong thời gian dài. Đảm bảo rằng đây là dự án mà cả bạn và các nhân viên trong công ty đều quan tâm và cảm thấy muốn được tham gia quảng bá. Gắn kết với một dự án cộng đồng cũng là cách giúp bạn trở nên khác biệt với đối thủ cạnh tranh.
- **Hỗ trợ các tổ chức từ thiện:** Hãy đóng góp từ thiện cho các tổ chức hoặc hội từ thiện trong cộng đồng và kêu gọi thêm nhiều khách hàng của bạn tham gia hoạt động từ thiện này. Bạn cũng có thể thiết lập một hội từ thiện của chính công ty mình.

- **Quyên góp:** Hỗ trợ các tổ chức nhân đạo bằng nhiều cách ví dụ như cung cấp thức ăn và đồ uống cho các chương trình giảm nhẹ thiên tai hoặc xây dựng bếp ăn cho người vô gia cư.

Mang lại một môi trường an ninh và an toàn

- **Giữ môi trường ăn uống gọn gàng:** Giữ sàn nhà sạch sẽ, không có rác hoặc bữa bộn. Sàn sạch và khô, tránh để bị nhờn hoặc ẩm ướt khiến khách qua lại bị trượt chân ngã. Bàn ghế phải ở trong tình trạng tốt, không có các cạnh sắc hay mảnh vỡ để đảm bảo an toàn. Đặt biển cảnh báo ở những nơi sàn ướt.
- **Phục vụ rượu một cách có trách nhiệm:** Tại Việt Nam, bạn sẽ vi phạm pháp luật nếu bán rượu cho một thanh niên dưới 18 tuổi. Mặc dù không có quy định về độ tuổi nhỏ nhất cho việc được phép bán rượu nhưng rõ ràng rằng bạn sẽ gặp rắc rối nếu mang rượu ra phục vụ cho những thiếu niên vào nhà hàng hay bar mà không có người lớn giám sát. Phục vụ rượu có trách nhiệm bao gồm:³
 - **Chất lượng:** Giữ một không gian sạch sẽ, gọn gàng cùng bầu không khí thân thiện
 - **Tương tác xã hội:** Kết hợp việc theo dõi những thay đổi trong hành vi của khách hàng bằng thái độ thân thiện
 - **Can thiệp:** bằng cách mời khách hàng uống nước, ăn thêm thức ăn nào đó hoặc giúp họ gọi một chiếc taxi
 - **Mời khách ra khỏi nhà hàng:** Nếu cần thiết, hãy sử dụng lực lượng bảo vệ để yêu cầu khách hàng say xỉn - những người có lời nói hoặc hành vi làm ảnh hưởng tới những khách khác - rời khỏi nhà hàng. Trong trường hợp đặc biệt nguy hiểm nên gọi cho cảnh sát để được trợ giúp
 - **Từ chối:** Từ chối không cho những khách hàng đã say xỉn trở vào nhà hàng
- **Quản lý tiếng ồn:** Tiếng ồn có thể là vấn đề đặc biệt tại các quán bar và câu lạc bộ khi nó ảnh hưởng tới cả sức khỏe của khách hàng và mối quan hệ giữa cơ sở kinh doanh với những người hàng xóm. Tiếng ồn có nhiều dạng từ mức độ tiếng ồn “phiên toái” đến tiếng ồn công nghiệp dẫn đến một số vấn đề sức khỏe như mất thính lực, ù tai, tăng huyết áp, đau đầu và rối loạn giấc ngủ. Nó cũng có thể ảnh hưởng xấu đến sự giao tiếp giữa các công nhân và khả năng nghe tín hiệu cảnh báo, do đó ảnh hưởng đến hiệu quả và an toàn lao động. Đối với các nhà hàng và quán cà phê, nên mua những thiết bị nhà bếp ít gây ồn, rời các thiết bị gây ồn ra xa bàn ăn. Tránh các bề mặt cứng và sử dụng các thiết bị / chất hấp thụ âm thanh. Đối với các câu lạc bộ và quán bar, nơi tiếng nhạc to chơi không ngừng, bạn nên để các nhân viên thay phiên nhau đổi ca để họ không phải chịu đựng tiếng ồn trong

thời gian liên tục kéo dài. Ngoài ra cũng nên cung cấp những thiết bị bảo vệ thính giác cho nhân viên (ví dụ như nút tai để giảm tiếng ồn xung quanh nhưng không ảnh hưởng đến việc trò chuyện, trao đổi trực tiếp).

- **Quản lý bạo lực và những sự khiêu chiến:** Bạo lực và những sự khiêu chiến có thể bao gồm lời đe dọa hoặc quấy rối, những cơn giận không kiểm soát được, chửi mắng, các mối đe dọa ngầm hoặc trực tiếp đến người và tài sản, cướp hoặc tấn công. Hành vi bạo lực sự khiêu chiến có thể xuất phát từ công chúng, khách hàng, đối tác, người giám sát, quản lý hoặc các nhân viên và có thể xảy ra vì bất kỳ lý do gì. Biện pháp kiểm soát tình trạng trên gồm đào tạo cho nhân viên về cách đối phó với hành vi khiêu chiến của khách hàng (ví dụ như nghe, thông cảm, xin lỗi, khắc phục sự cố), bố trí các nhân viên an ninh và đưa ra một số thủ tục nhằm quản lý tiền mặt của khách hàng nhằm giảm thiểu các vụ cướp.
- **Duy trì vấn đề an ninh:** Khách hàng và nhân viên có quyền được bảo đảm và an toàn tại nhà hàng của bạn. Hơn nữa, cả người quản lý và nhân viên phải có trách nhiệm để ý đến mọi khả năng để giảm thiểu những rủi ro phát sinh từ hành vi của những tên trộm cũng như những người không trung thực hay những hiểm họa tiềm tàng như cháy nổ. Các biện pháp kiểm soát tình trạng an ninh gồm thiết lập đội bảo vệ, thiết lập các cửa thoát hiểm và đảm bảo rằng chúng để mở thông thoáng, lắp đặt các thiết bị phòng cháy (ví dụ như bình chữa cháy, thiết bị báo cháy) và đào tạo nhân viên cách sử dụng, đảm bảo bãi đậu xe được chiếu sáng tốt và hướng dẫn nhân viên cách để xác định và báo cáo những hành vi đáng ngờ.

Tuyên truyền các hoạt động có trách nhiệm

Ngoài các vấn đề kinh doanh, mở rộng thông điệp về trách nhiệm của doanh nghiệp, truyền đạt thông điệp về các vấn đề mà công ty bạn đang tham gia cùng những tổ chức khác để đạt được sự nhận thức chung và hành động trong một ngành du lịch bền vững. Bạn sẽ thu được nhiều lợi ích từ việc làm này như khiến khách hàng trở nên quan tâm đến đồ ăn và đồ uống của nhà hàng, nâng cao danh tiếng trong cộng đồng và tạo ra sự khác biệt so với các đối thủ.

Phương pháp chuyển tải thông tin có thể thông qua website, sách giới thiệu hay tờ rơi về công ty - loại tài liệu được đặt trên bàn lễ tân, phát trong cách sự kiện đặc biệt hay được dán trên tường, cửa sổ hoặc để các nhân viên phục vụ của bạn gửi đến tận tay khách hàng với lời giới thiệu ngắn gọn về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đặc biệt, những tin tức đáng giá như hoạt động quyên góp cho một tổ chức từ thiện có thể công ty của bạn thu hút được sự quan tâm rộng rãi từ cộng đồng địa phương. Do vậy, hãy phát hành một thông cáo báo chí giúp chuyển tải thông điệp về trách nhiệm của doanh nghiệp với xã hội.

Một số lời khuyên chung cho việc chuyển tải thông điệp về hoạt động du lịch có trách nhiệm:⁴

- Nhấn mạnh về nguồn cung ứng thực phẩm địa phương và theo mùa với sự miêu tả rõ ràng về nguồn gốc xuất xứ của những món ăn trong thực đơn. Thường xuyên quảng bá các loại thực phẩm địa phương và như vậy khách du lịch - những người muốn tìm hiểu món ăn đặc trưng ở mỗi vùng miền – sẽ cảm thấy rất thích thú
- Xây dựng mối liên kết chặt chẽ với các nhà cung cấp địa phương của bạn và dệt nên những “câu chuyện” xung quanh mối quan hệ này - đặc biệt khi các nhà sản xuất địa phương đang được ủng hộ thông qua hoạt động thương mại công bằng. Bằng cách này, bạn có thể khiến khách hàng thêm yêu mến công ty/thương hiệu của mình.
- Để tăng thêm sức hấp dẫn cho thực đơn và những bản giới thiệu món ăn, bạn nên miêu tả về việc nhà hàng của bạn đã tận tay lựa chọn các nguyên liệu ra sao, chúng tươi ngon thế nào và để khách hàng biết nguồn gốc thực phẩm này cũng như mối quan hệ của bạn với những nhà cung cấp. Điều này làm tăng sự háo hức trông đợi của thực khách đối với món ăn, cho họ một trải nghiệm đáng nhớ và từ đó tăng sự trung thành của họ đối với nhà hàng.
- Truyền tải tới khách hàng triết lý của doanh nghiệp, công việc từ thiện và các hoạt động cộng đồng mà công ty tham gia thông qua các tờ rơi quảng cáo được gắn liền với thực đơn, đặt tại quầy thanh toán hoặc dán trên tường hay cửa sổ. Đăng tải các hoạt động thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp bạn với xã hội lên website công ty vừa có thể kêu gọi khách hàng cùng tham gia vừa để họ biết được những điều tốt đẹp bạn đang làm từ đó nâng cao danh tiếng của nhà hàng.

⁴Hiệp hội Nhà hàng bền vững (SRA) [không ghi ngày tháng], Hướng dẫn về Bếp ăn bền vững từ Hiệp hội Nhà hàng bền vững, SRA, Luân Đôn, Vương quốc Anh.

BÀI 12

QUY HOẠCH VÀ CHÍNH SÁCH DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM DÀNH CHO CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ DU LỊCH

Cuối bài học này, học viên có thể:

- Giải thích tầm quan trọng của du lịch đối với chính phủ và thách thức của tăng trưởng bền vững
- Miêu tả cách thức đưa phát triển bền vững vào các kế hoạch của ngành Du lịch
- Giải thích tầm quan trọng của việc thông qua một phương pháp tiếp cận quy hoạch có sự tham gia của tập thể trong chính sách và hoạch định
- Giải thích chức năng của các thẩm định về tác động trong hoạch định du lịch
- Xác định các lĩnh vực chính sách nhằm tạo ra môi trường thuận lợi cho Du lịch có trách nhiệm
- Xác định các công cụ giúp đạt được các chính sách Du lịch có trách nhiệm

Mục lục

DU LỊCH VÀ TẦM QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI NHÀ NƯỚC	2
NHỮNG THÁCH THỨC TRONG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.....	2
Cơ hội Du lịch có trách nhiệm trong chính sách và quy hoạch nhằm đạt được sự bền vững	2
Vai trò của chính phủ trong việc thúc đẩy tính bền vững trong ngành du lịch.....	3
Tác động của các chính sách và quy hoạch du lịch không bền vững	3
LỒNG GHÉP TÍNH BỀN VỮNG TRONG CÁC QUY HOẠCH DU LỊCH	4
Các yếu tố chủ đạo	5
Trang thiết bị và dịch vụ	5
Điểm hấp dẫn du khách	6
Các yêu cầu triển khai.....	7
TIẾN HÀNH ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG TRONG QUY HOẠCH DU LỊCH.....	8
XÁC ĐỊNH CÁC LĨNH VỰC CHÍNH SÁCH ĐỂ TẠO RA MÔI TRƯỜNG THUẬN LỢI CHO DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM.....	9
Mục tiêu kinh tế: Tối đa hóa các tác động tích cực và đóng góp cho nền kinh tế địa phương	9
Mục tiêu môi trường: Giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch đến môi trường.....	10
Mục tiêu xã hội: Giảm thiểu tác động tiêu cực của du lịch đến xã hội.....	10
Công cụ để đạt được chính sách Du lịch có trách nhiệm	11

Bài học này giới thiệu vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trong việc tạo ra một môi trường thuận lợi để lồng ghép Du lịch có trách nhiệm vào quá trình lập chính sách và quy hoạch du lịch. Bài học mở đầu bằng một nghiên cứu bối cảnh môi trường du lịch hiện tại và tầm quan trọng của du lịch như một ngành kinh tế song cũng là thách thức đối với chính phủ trong việc cân bằng giữa phát triển với sự bền vững, và thúc đẩy vai trò của Du lịch có trách nhiệm để giải quyết vấn đề này. Chúc năng và những yếu tố cốt lõi của các quy hoạch du lịch được đưa ra thảo luận, các loại yếu tố cốt lõi được mô tả và xem xét tính bền vững trong quá trình ra quyết định quy hoạch.

Phần cuối bài đưa ra những nhận định tổng thể về các lĩnh vực chính sách cần hướng đến nhằm đạt được mục tiêu bền vững về kinh tế, môi trường và xã hội trong ngành Du lịch cũng như giới thiệu các công cụ chính sách du lịch bền vững.

Du lịch và tầm quan trọng đối với nhà nước

Những lợi ích chính mà ngành Du lịch có thể mang lại cho nhà nước bao gồm:

- Đóng góp vào nguồn thu quốc gia thông qua thu nhập của ngành và các loại thuế, phí dịch vụ
- Góp phần tạo công ăn việc làm cho người lao động trong lĩnh vực khách sạn, nhà hàng và các doanh nghiệp lữ hành
- Thúc đẩy phát triển cơ sở hạ tầng và thu hút đầu tư
- Đóng góp vào nền kinh tế địa phương thông qua tăng thu nhập cho khối lao động phi chính thức, ví dụ như các quán hàng rong và hướng dẫn viên không chuyên
- Thúc đẩy phát triển các khu vực vùng sâu vùng xa bằng việc giảm thiểu luồng di cư từ nông thôn ra thành thị thông qua tạo công ăn việc làm và mở rộng cung cấp hàng hóa, dịch vụ ngay tại địa phương
- Góp phần bảo vệ và bảo tồn các thắng cảnh tự nhiên và di sản văn hóa thông qua việc thu phí và giấy vào cửa

Những thách thức trong phát triển bền vững

Thách thức chính đối với chính phủ là đảm bảo phát triển du lịch mà không phải đánh đổi lợi ích lâu dài của người dân địa phương, văn hóa và môi trường. Du lịch bền vững hay giờ đây là Du lịch có trách nhiệm vẫn được xem là phương thức tốt nhất để chính phủ có thể đạt được điều này vì nó có thể đồng thời đáp ứng cả ba mục tiêu: phát triển kinh tế, bảo tồn văn hóa địa phương và bảo vệ môi trường.

Những thách thức mà chính phủ phải đối mặt trong nỗ lực đảm bảo tính bền vững trong du lịch¹

Trong lịch sử phát triển, mỗi quốc gia đều phải đấu tranh để có thể đạt được sự cân bằng giữa phát triển và bền vững, điều này có thể do những nguyên do sau:

- Đặt phát triển kinh tế và tạo công ăn việc làm lên trên việc bảo vệ môi trường và bảo tồn văn hóa
- Ưu tiên phát triển du lịch đại trà với quy mô lớn dẫn đến đầu tư trực tiếp nước ngoài và trao đổi ngoại tệ ồ ạt
- Du lịch được dùng để thu hút viện trợ nước ngoài phục vụ cho việc phát triển cơ sở hạ tầng mà không có nguồn đầu tư dành cho sửa chữa và nâng cấp
- Còn thiếu khung phát triển bền vững quốc gia để du lịch có thể thích ứng với các cơ chế kiểm soát
- Chưa có kế hoạch quản lý tài nguyên để cung cấp điện và nước cho một lượng du khách lớn đến với các khu vực vùng sâu, vùng xa
- Đặt việc phát triển sinh kế lên trên mà không xem xét đến những điều kiện cơ bản về tiềm năng trong việc lựa chọn điểm phát triển du lịch
- Khai thác không hợp lý tài nguyên tự nhiên và văn hóa, cho phép tiếp cận dễ dàng và chi phí thấp mà không có những kế hoạch hay quy định phù hợp để bảo tồn và duy trì tính nguyên vẹn của tài nguyên
- Hiểu biết hạn chế về những phạm vi ảnh hưởng tiềm tàng của du lịch, đặc biệt tại cấp địa phương
- Hạn chế năng lực của cộng đồng trong việc ra quyết định phát triển du lịch ở cấp địa phương

Cơ hội Du lịch có trách nhiệm trong chính sách và quy hoạch nhằm đạt được sự bền vững

Tiếp cận gần hơn với mục tiêu bền vững là giải pháp mang tính khả thi đối với một quốc gia hay một điểm đến nhằm đảm bảo an toàn cho những nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa hữu hạn. Một khi những nguồn tài nguyên đó mất đi hoặc không còn nguyên vẹn thì sẽ vô cùng khó khăn để khôi phục và thay thế. Tuân thủ các nguyên tắc của Du lịch bền vững, Du lịch có trách nhiệm đưa ra hướng đi tiềm năng vì một tương lai bền vững hơn cho những người lập chính sách và quy hoạch du lịch vì những lý do sau:

- Du lịch có trách nhiệm dẫn đến việc sử dụng tối ưu các nguồn tài nguyên tự nhiên và văn hóa nhưng vẫn bảo tồn và tôn trọng tính nguyên vẹn của những nguồn tài nguyên đó.
- Du lịch có trách nhiệm thúc đẩy những lợi ích kinh tế dài hạn và có thể thực hiện được cho tất cả các đối tượng hưởng lợi một cách công bằng²
- Du lịch có trách nhiệm tạo ra những điểm đến hấp dẫn về môi trường và văn hóa, thu hút một luồng

¹ McKercher B. 2003, *Phát triển Du lịch bền vững – Hướng dẫn các nguyên tắc Hoạch định và Quản lý*, Bài thuyết trình tại Hội thảo Quốc gia về Phát triển Du lịch bền vững, Bishkek, Kyrgystan, 5-9/11/2013.

² UNWTO 2004, *Phát triển Du lịch bền vững – Định nghĩa khái niệm*, tại <http://unwto.org/> (tháng 5/2013).

khách du lịch ổn định hơn, thêm vào đó nó giúp tăng trưởng nền kinh tế địa phương và tạo nên một xã hội hạnh phúc hơn

- Du lịch có trách nhiệm đáp ứng sự gia tăng nhu cầu thị trường của du khách về các điểm đến, những trải nghiệm và các doanh nghiệp du lịch cần tôn trọng, có sự nhạy cảm với và hỗ trợ tích cực cho cộng đồng và môi trường địa phương

Vai trò của chính phủ trong việc thúc đẩy tính bền vững trong ngành du lịch

Chính phủ tạo ra và chi phối môi trường cho ngành du lịch vận hành cũng như luồng khách và hành vi của họ. Một số vai trò của chính phủ trong quá trình hình thành nên du lịch bền vững bao gồm:³

- **Điều phối các hoạt động ngành:** Chính phủ được yêu cầu hỗ trợ điều phối hàng ngàn doanh nghiệp nhỏ thuộc khối tư nhân trong các hoạt động chung của họ nhằm giảm thiểu những nguy cơ tiềm ẩn đối với nền kinh tế, xã hội và môi trường đồng thời phát huy tối đa những tác động tích cực
- **Quản lý tài nguyên:** Các vấn đề trong phát triển bền vững như nguồn nước, không khí, các di sản tự nhiên, văn hóa và chất lượng cuộc sống vượt ra ngoài trách nhiệm của cá nhân trong khối doanh nghiệp tư nhân và theo lẽ thông thường, việc quản lý tài nguyên tự nhiên thuộc trách nhiệm của chính phủ, sự lãnh đạo của chính phủ trong việc thúc đẩy trách nhiệm cũng bị chỉ trích
- **Đưa ra tiêu chuẩn và xây dựng năng lực:** Rất nhiều doanh nghiệp du lịch có hiểu biết hạn chế về những ảnh hưởng rộng rãi từ những hoạt động của họ đối với nền kinh tế, xã hội và môi trường. Chính phủ đóng vai trò chủ yếu trong việc thiết lập những tiêu chuẩn, nâng cao nhận thức và tăng cường năng lực nhằm tạo ra những thay đổi tích cực theo xu hướng tốt hơn trong thực tế
- **Thực thi pháp luật:** Quy hoạch sử dụng đất, các quy định về lao động và môi trường, việc cung cấp cơ sở hạ tầng và các dịch vụ môi trường, dịch vụ xã hội đều thuộc về trách nhiệm của chính phủ và là nguyên tắc cơ bản để phát triển du lịch bền vững
- **Lãnh đạo và xúc tiến các hoạt động bền vững:** Chính phủ cần đảm nhận vai trò lãnh đạo trong việc khuyến khích du khách nhận thức rõ hơn về tác động từ những hoạt động của chính họ và quan tâm hơn đến vấn đề dân số của nước chủ nhà

³ UNEP & WTO 2005, Làm cho Du lịch bền vững hơn: Hướng dẫn cho các nhà lập chính sách, UNEP, Pháp.

Tác động của các chính sách và quy hoạch du lịch không bền vững

Chính sách và quy hoạch du lịch cho một điểm đến mà không xem xét đến yếu tố bền vững có thể dẫn đến việc giảm hứng thú và sức hút đối với những người muốn định cư và tham quan điểm đến đó và những mục tiêu cuối cùng của du lịch sẽ không thể thực hiện được. Những tác động đặc trưng của một chính sách phát triển du lịch nghèo nàn và không xem xét đến các yếu tố bền vững bao gồm:⁴

- Sự mất cân bằng về lượng khách giữa mùa thấp điểm và cao điểm sẽ nghiêm trọng hơn và lợi ích kinh tế của khu vực sẽ lệ thuộc nhiều hơn vào yếu tố thời gian. Các dịch vụ về sức khỏe và cảnh sát có thể trở lên đắt đỏ hơn trong mùa du lịch vì đó là những chi phí dựa trên tiền thuế thu được tại địa phương.
- Sự phát triển của một vài điểm nóng về du lịch hạn chế lợi ích của cả khu vực. Hơn nữa, giá cả đất đai ở những khu vực điểm nóng về du lịch cũng có thể bị đẩy lên mức quá cao so với thực tế.
 - Chất lượng của những tiện nghi cuộc sống tại địa phương và các dịch vụ công cộng bị giảm sút, ví dụ như: công viên, nhà vệ sinh công cộng, đường xá... dẫn đến tàn suất sử dụng vượt quá khả năng trong khi nguồn lực bị giới hạn trong việc quản lý và bảo dưỡng.
 - Tình trạng vứt rác thải gia tăng cùng với việc tăng tỉ lệ tội phạm và phá hoại tạo thêm gánh nặng cho cộng đồng.
 - Lưu lượng giao thông tăng vọt dẫn đến tình trạng ách tắc, ảnh hưởng đến lối sống của người dân địa phương, vượt qua ngưỡng có thể chấp nhận được đối với cộng đồng.
 - Tiềm ẩn nguy cơ thương mại hóa nền văn hóa do tính nguyên vẹn của các công trình và ý nghĩa văn hóa bị suy giảm nghiêm trọng và dẫn đến tình trạng hao mòn các giá trị văn hóa.
 - Các di tích lịch sử bị mất hoặc hủy hoại không thể nào thay thế và khôi phục được.
 - Các tổn hại đến an ninh và an toàn cho du khách có thể gây ra luồng nhận thức tiêu cực về hình ảnh một quốc gia, một điểm đến thiếu an toàn, gia tăng những tin đồn tiêu cực và giảm lượng khách quay trở lại Việt Nam cũng như hạn chế luồng du khách tiềm năng.
 - Phát triển quá nhanh, phát triển quá mức và không kiểm soát làm thay đổi vĩnh viễn môi trường và hệ sinh thái trong khu vực.

⁴ UNESCAP 1999, Hướng dẫn về Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch bền vững, UNESCAP, New York, Mỹ.

- Rác thải gia tăng cùng với nạn ô nhiễm nguồn nước và ô nhiễm không khí dẫn đến việc hủy hoại môi trường sống và di trú cũng như giảm tính đa dạng sinh học.

Chính sách du lịch trách nhiệm của Việt Nam

Vào giữa năm 2013, Dự án EU đã phối hợp với Tổng cục Du lịch Việt Nam (TCDL) bắt đầu dự thảo Chính sách Du lịch có trách nhiệm. Căn nhắc những định hướng và vấn đề ưu tiên trong bản Chiến lược Du lịch quốc gia và bản Quy hoạch Tổng thể Du lịch quốc gia, tham vấn ý kiến từ phía các đơn vị kinh doanh trong ngành và các cơ quan chuyên môn về du lịch như Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam/ Tổ công tác về Du lịch và Khách sạn của Phòng Thương mại Châu Âu và bản Tài liệu trắng năm 2013, Dự thảo Chính sách Du lịch có trách nhiệm của Việt Nam hướng tới mục tiêu cung cấp cho ngành du lịch một bộ tài liệu hướng dẫn tổng thể, có kết nối với những hành động cụ thể nhằm đóng góp cho một ngành du lịch cạnh tranh hơn, nhiều lợi nhuận hơn và bền vững hơn.

Nền tảng của bản Dự thảo Chính sách Du lịch trách nhiệm dựa trên 6 trụ cột sau đây:

1. Tạo lập một ngành du lịch hiệu quả và năng động
2. Hỗ trợ tính cạnh tranh và tính bền vững
3. Tạo ra sự phát triển kinh tế - xã hội rộng khắp cả nước
4. Tăng nhận thức và kiến thức
5. Đầu tư nguồn lực con người
6. Bảo tồn và đề cao nguồn tài nguyên tự nhiên và văn hóa

Đối với mỗi trụ cột, các vấn đề chính và hành động tiêu điểm được xác định đồng thời chỉ ra đối tượng hưởng lợi nào cần phải nhận trách nhiệm và những quy trình cần phải tuân theo để tạo lên sự thay đổi thực sự.

Lồng ghép tính bền vững trong các quy hoạch du lịch

Các quy hoạch du lịch và các chiến lược hỗ trợ đưa ra các vấn đề sau trong số nhiều vấn đề khác:

- Phát triển một điểm đến du lịch như thế nào
- Nên chọn loại khách nào làm thị trường mục tiêu
- Hoạt động du lịch có thể diễn ra ở đâu
- Khi nào thì những hoạt động phát triển du lịch sẽ diễn ra
- Ai sẽ tham gia và được hưởng lợi

Nếu tính bền vững không được xem xét và lồng ghép vào các quyết định trong quá trình lập quy hoạch du lịch thì có khả năng các loại hình du lịch diễn ra trong thời gian thực hiện quy hoạch sẽ dẫn đến các tác động tiêu cực nghiêm trọng đến người dân và môi trường địa phương, và bỏ lỡ cơ hội tối đa hóa những tác động tích cực. Thêm vào đó, phát triển một chiến lược hay một kế hoạch du lịch bền vững có thể dẫn đến những xung

đột trong hoạt động và cả tiến trình. Điều này càng trở nên thách thức hơn khi cần tìm hỗ trợ cho việc triển khai các hoạt động bền vững nếu như không có được sự hỗ trợ tích cực ngay từ các nhà quản lý Du lịch cấp cao.

Yếu tố bền vững nên được xem xét trong tất cả các giai đoạn xây dựng chiến lược và kế hoạch du lịch, ngay từ khi phân tích hiện trạng ban đầu cho đến khâu cuối cùng của việc lập kế hoạch. Quá trình này nên có sự tham gia và bao gồm tất cả các nhóm đối tượng hưởng lợi nhằm đạt được sự cam kết lâu dài trong việc triển khai kế hoạch và chiến lược.

Các kế hoạch du lịch có thể được xây dựng ở cấp quốc gia, cấp vùng, cấp điểm đến và có thể chỉ là một điểm du lịch. Tuy nhiên, cho dù kế hoạch được xây dựng ở bất kì cấp nào thì phần lớn chúng chỉ bao gồm những nội dung sau: Phân tích bối cảnh – các tổ chức chính, khung pháp lý, vai trò và chức năng của các đối tượng hưởng lợi, môi trường thị trường, các nhân tố chính, cơ sở hạ tầng, trang thiết bị và dịch vụ, các điểm đến hấp dẫn và các yêu cầu triển khai – Tài chính, marketing, nhân sự. Những lĩnh vực quan trọng trong đó có thể lồng ghép tính bền vững vào các yếu tố chủ đạo là các kiến nghị phát triển và yêu cầu thực hiện các nội dung của bản quy hoạch du lịch. Từng vấn đề sẽ lần lượt được xem xét dưới đây.

Những nguyên tắc cơ bản trong việc lồng ghép tính bền vững vào trong các kế hoạch du lịch

Kinh tế

- ✓ Chi phí và lợi nhuận của các phương án phát triển thay thế được xem xét
- ✓ Mục tiêu dàn trải lợi ích giữa các bên liên quan
- ✓ Thúc đẩy những kinh nghiệm tương ứng với các mục tiêu và giá trị của điểm đến
- ✓ Đảm bảo chi phí cho cơ sở hạ tầng trong du lịch không bị vượt quá lợi ích của cư dân địa phương

Xã hội

- ✓ Mục tiêu dàn trải khách du lịch giữa những điểm đình và điểm đáy và những tác động về nghề nghiệp
- ✓ Thúc đẩy tăng mức chi trả đối với người lao động trong ngành du lịch
- ✓ Khuyến khích những công việc cần sử dụng vốn kiến thức, kỹ năng gắn liền với địa phương và truyền thống
- ✓ Mục tiêu tạo ra sự cải thiện toàn diện trong chất lượng sống và phân bổ lợi nhuận một cách đồng đều

Môi trường

- ✓ Duy trì tiến trình sinh thái cần thiết, tính đa dạng sinh học và nguồn tài nguyên tự nhiên cho thế hệ tương lai
- ✓ Thúc đẩy quy mô và tốc độ phát triển của du lịch có thể quản lý tác động trong dài hạn
- ✓ Tài nguyên môi trường được định mức tài chính trong các phân tích chi phí và lợi nhuận

Văn hóa

- ✓ Khuyến khích những hành vi và thái độ tôn trọng đối với các hoạt động văn hóa, di sản và giá trị của du khách
- ✓ Tạo điều kiện thuận lợi cho những ý tưởng, thiết kế phù hợp với di sản, đặc điểm và nhận dạng của quốc gia
- ✓ Đối tượng và hoạt động của thị trường mục tiêu cần phù hợp với nhu cầu và mong muốn của người dân địa phương

Chính trị

- ✓ Mục tiêu phát triển kinh tế toàn diện cần phù hợp với mong muốn của cộng đồng và các mục tiêu du lịch
- ✓ Lồng ghép với các quy trình và kế hoạch của các vùng, và cộng đồng có liên quan khác
- ✓ Cân bằng giữa phương pháp quy hoạch từ trên xuống với việc tham vấn cộng đồng dân cư và khuyến khích sự tham gia trong lập kế hoạch và phát triển

Các yếu tố chủ đạo

Giao thông

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Giao thông là cầu nối trực tiếp giữa du khách với một vùng du lịch và giữa các điểm đến trong khu vực đó.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Đảm bảo số lượng du khách đến với điểm thăm quan không vượt quá sức chứa cũng như khả năng phục vụ của các trang thiết bị và dịch vụ tại điểm đến. Đảm bảo việc xây dựng đường xá, đường tàu và các tuyến bay không ảnh hưởng quá mức đến môi trường và chất lượng sống của cư dân địa phương (như là: tiếng ồn, phương tiện giao thông, vấn đề mất đất) hoặc ảnh hưởng xấu đến môi trường (phá rừng để làm đường, làm đường ray, ô nhiễm môi trường...).

Cơ sở vật chất

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Nước cho các cơ sở lưu trú, nhà hàng và cà phê, các bể bơi, tưới tiêu và điện cung cấp năng lượng cho các thiết bị điện tại điểm đến là những điều kiện cơ bản mà khách du lịch mong chờ ở một điểm du lịch. Khả năng đáp ứng cơ sở vật chất sẽ quyết định vị trí của các cơ sở du lịch.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Cung cấp đủ nước cho dân cư địa phương và một lượng du khách nhất định. Chất lượng nguồn nước (không bị nhiễm khuẩn). Khả năng cung cấp điện đủ cho những dịch vụ tối thiểu ở những nơi có lượng khách lớn. Đạt tiêu chuẩn an toàn trong việc cung cấp năng lượng. Việc xây dựng các đập nước và đường dây điện gây ảnh hưởng lớn đến đời sống hoang dã và hệ sinh thái.

Quản lý rác thải

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Càng có nhiều du khách đến với điểm đến thì lượng rác thải ra môi trường càng nhiều thông qua việc tiêu thụ các sản phẩm dịch vụ, kể cả do du khách tiêu thụ trực tiếp hay gián tiếp qua các chuỗi cung ứng dịch vụ. Quản lý rác thải tốt là động thái quyết định nhằm đảm bảo một điểm đến sạch sẽ và tạo ấn tượng tốt đối với du khách, góp phần gia tăng lượng khách muốn quay trở lại với điểm đến.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Tác động khác nhau của các phương pháp xử lý rác thải tới sức khỏe con người và môi trường tự nhiên. Sự lỏng lẻo trong quản lý rác thải có thể gây ra những ảnh hưởng xấu đến sự hài lòng của du khách và về lâu dài sẽ ảnh hưởng đến lượng khách tới điểm đến. Năng lực của các phương tiện quản lý chất thải tại điểm đến để quản lý nguồn chất thải tăng thêm.

Các hoạt động vui chơi giải trí

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Gia tăng sức hấp dẫn cho điểm đến bằng việc cung cấp cho du khách các dịch vụ gia tăng và các hoạt động bổ trợ trong suốt thời gian họ lưu lại tại điểm đến, bao gồm: các hoạt động thể thao, tham quan sông bãi, các quán bar hay các câu lạc bộ, tham quan các viện bảo tàng hay các phòng trưng bày nghệ thuật. Từ đó góp phần tăng mức chi tiêu của khách và tạo ra nguồn thu cho người lao động cũng như gia tăng thu nhập của cư dân địa phương.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Sự xáo trộn trong đời sống sinh hoạt và môi trường sống của cư dân địa phương do ảnh hưởng của tiếng ồn, phương tiện giao thông, sự đông đúc của khách du lịch và những hành vi phi văn hóa (du khách say rượu). Tác động tới môi trường địa phương đặc biệt là đối với những dự án xây dựng sân golf hay sân vận động. Một số hình thức giải trí như sông bãi có thể gây ra các vấn đề xã hội như đam mê cờ bạc, gây ảnh hưởng tới gia đình.

Sức khỏe và an toàn

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** An toàn là một yếu tố cơ bản được du khách xem xét trong quá trình lựa chọn điểm đến. Bệnh viện, các trung tâm y tế, sở cảnh sát và các dịch vụ trong trường hợp khẩn cấp được yêu cầu nhằm đảm bảo an ninh và an toàn cho du khách và cả cư dân địa phương.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Khả năng cung cấp dịch vụ tại địa phương cho những nhu cầu của du khách và tác động tới dịch vụ của cộng đồng địa phương. Việc tăng thuế giúp hỗ trợ phát triển các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, các dịch vụ khẩn cấp và an ninh an toàn.

Trang thiết bị và dịch vụ

Các cơ sở lưu trú

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Cần tăng thời gian lưu trú của du khách tại một điểm đến và nhờ

đó có thể tăng lượng chi tiêu trên mỗi du khách. Cơ sở lưu trú cần đáp ứng được nhu cầu của thị trường khách mục tiêu của điểm đến. Thực hiện việc thu thuế nghỉ đêm mang lại nguồn thu cho chính phủ nhằm hỗ trợ quản lý du lịch.

- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Các tác động về kinh tế xã hội của việc thừa cung/thiếu cung. Ảnh hưởng của vị trí địa lý, sự phân bố dân cư và môi trường. Cân bằng giữa cơ sở lưu trú với thị trường mục tiêu cùng với mong muốn của cộng đồng địa phương. Các yếu tố liên quan tới cơ sở hạ tầng lưu trú như là: rác thải, năng lượng và nước sinh hoạt (xem trên đây). Khả năng cung cấp và chất lượng của điểm đến có thể mang lại lượng khách mong muốn. Sự phù hợp về quy mô, chiều cao, kích thước và các điểm nhấn của cơ sở lưu trú tại những địa điểm đặc biệt. Sự hài hòa trong phong cách và thiết kế của cơ sở lưu trú với môi trường xung quanh và văn hóa địa phương.

Nhà hàng và quán cà phê

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Nhà hàng và các quán cà phê độc lập với các cơ sở lưu trú đang giúp gia tăng sự thu hút đối với du khách tại các điểm đến du lịch. Thường xuyên bổ sung các dịch vụ lưu trú và các điểm hấp dẫn khách vì vậy sẽ tác động đến vị trí địa lý của chúng.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Tiêu chuẩn vệ sinh, tiêu chuẩn của dịch vụ, chất lượng bữa ăn, giá cả đồ ăn, chất lượng của các trang thiết bị nhà hàng. Sự tập trung và các yếu tố đặc trưng (của mỗi cơ sở lưu trú) song hạn chế mở rộng hơn. Các tác động tới sức khỏe con người và môi trường từ sự gia tăng ô nhiễm và rác thải.

Mua sắm

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Sự tăng trưởng được nhìn nhận như một phần cần thiết của một điểm đến du lịch tốt. Các kế hoạch du lịch thường xem xét đến việc làm thế nào để cải thiện sức hấp dẫn của việc mua sắm, ví dụ như xây dựng thêm các điểm bán lẻ.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Tác động của vị trí và sự phân bố các khu mua sắm đối với đời sống dân cư và môi trường. Kiểm soát việc bán các loại hàng nhập khẩu giá rẻ và hỗ trợ người dân địa phương làm ra hàng hóa, dịch vụ. Ảnh hưởng đối với sức khỏe con người và môi trường từ việc gia tăng lượng rác thải từ sản phẩm và việc đóng gói. Cân bằng giữa việc cung cấp sản phẩm của các cửa hàng với nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng (đặc biệt trong mùa thấp điểm) và quản lý tác động đối với việc làm của người dân. Ảnh hưởng đến giá trị và thuế đất cũng như sự di chuyển của các đơn vị bán lẻ địa phương ra các khu vực bên ngoài.

Dịch vụ lữ hành

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Hoạt động như một đơn vị trung gian giữa du khách với điểm du lịch và các dịch vụ thông qua hỗ trợ du khách sắp

xếp cơ sở lưu trú, tuyển thăm quan, phương tiện di chuyển và các hoạt động giải trí

- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Đảm bảo chất lượng tốt trong hướng dẫn và điều hành tour. Quản lý chất lượng của các phương tiện vận chuyển bao gồm bản thân phương tiện như là ô nhiễm hay các tác động xấu khác đến môi trường. Đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách trong chuyến đi. Tác động từ các hành vi của du khách đối với cộng đồng địa phương và các điểm di sản văn hóa, các thắng cảnh tự nhiên.

Điểm hấp dẫn du khách

Danh thắng tự nhiên

- **Quan trọng trong quá trình quy hoạch:** yếu tố chủ chốt để phát triển thành công điểm đến – không có điểm thu hút khách thì sẽ ít động cơ thu hút khách đến điểm du lịch. Tham quan các danh thắng tự nhiên như các hình thế đất đặc trưng, các dạng địa hình thú vị và các môi trường địa chất, ven biển, các khu bảo tồn động vật hoang dã là một hợp phần của hầu hết các lịch trình cho du khách
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Tác động của các hoạt động và cơ sở hạ tầng đối với những hệ sinh thái dễ bị tổn thương, nơi cư trú của những loài sinh vật được bảo vệ hoặc đang bị đe dọa. Đầu tiên, cần phải hiểu rõ về tính đa dạng sinh học, chất lượng cảnh quan và các chu trình sinh thái để dự đoán được các tác động tiềm ẩn của du lịch. Sự sẵn có của các nguồn tài nguyên (tài chính và con người) để bảo vệ một cách thích đáng môi trường và duy trì an ninh an toàn cho khách tại các khu vực tự nhiên.

Các di tích văn hóa

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Tương tự đối với các danh thắng tự nhiên, các di tích văn hóa là một phần đặc trưng không thể thiếu trong mỗi lịch trình tham quan của du khách và thường là động lực cho chuyến đi. Các di tích văn hóa có thể bao gồm các cấu trúc vật thể cũng như đời sống văn hóa của cư dân địa phương, phong tục tập quán, truyền thống, nghệ thuật, nghề thủ công, kiến trúc, âm nhạc, vũ đạo và lịch sử... Các di tích văn hóa thường liên kết với các làng nghề thủ công truyền thống, các điểm gắn với văn hóa tâm linh, các di chỉ khảo cổ hay các di tích lịch sử đặc trưng.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Tác động của du lịch có thể dẫn đến việc thương mại hóa nền văn hóa và làm mất đi tính nguyên gốc. Việc bảo vệ tài nguyên đòi hỏi phải có nghiên cứu, phân tích và hiểu rõ về tự nhiên và chức năng của văn hóa địa phương thì mới có thể khả thi. Khả năng đảm bảo du khách không hành xử thiếu tôn trọng đối với các giá trị văn hóa. Tác động về mặt văn hóa xã hội của du khách lên truyền thống và khả năng gia tăng những hành vi không mong muốn, đi ngược lại với xã hội trong cộng đồng địa phương (ví dụ như nạn rượu chè, tội phạm, mại dâm...) Khả năng bảo vệ các di sản văn hóa vật thể

khỏi bị hủy hoại, xuống cấp và các hành vi phá hoại từ việc gia tăng lượng du khách.

Các hoạt động và sự kiện đặc biệt

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Các sự kiện đặc biệt như lễ hội, lễ tưởng niệm, các nghi lễ tôn giáo và việc đến thăm các điểm canh tác nông nghiệp tạo thêm sự trải nghiệm về điểm đến cho du khách và trong một số trường hợp những hoạt động này cũng giúp họ học hỏi về văn hóa và xã hội của địa phương. Có thể tạo ra lợi ích kinh tế cho điểm đến và một khi được lập kế hoạch tốt, những sự kiện ấy có thể thu hút khách ngay cả trong mùa thấp điểm.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Năng lực quản lý, kiểm soát việc tăng du khách và đặc biệt trong việc đảm bảo an ninh an toàn cho cả du khách lẫn người dân địa phương. Khả năng kiểm soát sự gia tăng những hành vi không mong muốn trong các buổi lễ hoặc các sự kiện giải trí tương tự. Kiểm soát những hành vi thiếu tôn trọng đối với các địa điểm hay các sự kiện tôn giáo, nghi thức tâm linh. Việc gia tăng tiếng ồn, phương tiện giao thông, rác thải và ô nhiễm từ việc tăng lượng du khách. Khả năng đáp ứng của cơ sở hạ tầng và trang thiết bị tại địa phương cho lượng du khách gia tăng trong một khoảng thời gian ngắn.

Các yêu cầu triển khai

Tài chính

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Các quy hoạch du lịch chỉ có hiệu quả khi các hoạt động được đề xuất có kinh phí để thực hiện. Đối với các yếu tố đặc trưng nằm dưới sự quản lý của nhà nước như xây dựng cơ sở hạ tầng, khối tư nhân được yêu cầu hỗ trợ kinh phí trong việc phát triển sản phẩm du lịch (ví dụ như: trang thiết bị, dịch vụ và tạo sức hấp dẫn). Các hoạt động tài chính trong các quy hoạch du lịch do đó phải phụ thuộc vào các nguồn đầu tư (chẳng hạn như đầu tư từ khối tư nhân trong nước, viện trợ nước ngoài, ngân sách nhà nước...). Đầu tư nước ngoài có thể đặc biệt hấp dẫn khi quá khan hiếm các nguồn đầu tư trong nước hoặc khan hiếm nguồn tư vấn kỹ thuật và chuyên môn.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Phải đảm bảo viện trợ nước ngoài không làm giảm nhẹ việc kiểm soát phát triển ở địa phương, tạo ra tình trạng “dựa dẫm” vào nguồn cung cấp tài chính, hay gây ra những áp lực đáng kể về lạm phát. Quản lý tình trạng “rò rỉ” về lợi ích kinh tế đối với các đơn vị kinh doanh đầu tư nước ngoài. Cân bằng giữa yêu cầu của nhà đầu tư với nhu cầu của cư dân địa phương và mong muốn của họ về hình ảnh điểm đến. Đảm bảo các tác động đến xã hội, môi trường và kinh tế được xem xét trong tất cả các dự án đầu tư, những thay đổi cần thiết cần phải được đàm phán.

Marketing và xúc tiến du lịch

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Marketing và xúc tiến du lịch nhằm gây ảnh hưởng đến sự lựa chọn điểm đến và sản phẩm du lịch của khách du lịch. Marketing và xúc tiến du lịch rất quan trọng trong việc truyền đạt giá trị, hình ảnh và tính cạnh tranh của một điểm đến.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Đảm bảo các chiến lược marketing đều phải dựa trên nghiên cứu xác định thị trường mục tiêu, không chỉ dễ tiếp cận và tạo ra lợi ích kinh tế rõ rệt mà còn hài hòa với nhu cầu, mong muốn của cư dân địa phương và ưu tiên cho việc bảo tồn môi trường tự nhiên. Đảm bảo các mục tiêu marketing không chỉ cho phép tăng lượng khách mà còn xem xét đến hiệu quả của việc tăng chi tiêu trên mỗi du khách và khả năng đáp ứng của cơ sở hạ tầng, các dịch vụ và điểm thăm quan. Đảm bảo các kế hoạch xúc tiến, quảng bá không chỉ thống nhất với các mục tiêu marketing mà còn tạo ra mong đợi thực sự về những gì mà điểm đến có thể cung cấp và xác thực được việc sử dụng của các yếu tố văn hóa địa phương trong các thông điệp xúc tiến, quảng bá. Giải quyết triệt để các vấn đề liên quan đến tính mùa vụ du lịch về lượng khách đến và các tác động đến nền kinh tế xã hội của địa phương.

Phát triển nguồn nhân lực

- **Tầm quan trọng trong hoạch định:** Sự phát triển của du lịch có khả năng tạo ra những cơ hội việc làm trực tiếp và gián tiếp trong một phạm vi nhất định của ngành. Hơn nữa, dịch vụ du lịch là ngành có thể tạo nhiều cơ hội việc làm cho phụ nữ.
- **Những yếu tố bền vững chính cần xem xét:** Khả năng đáp ứng kỹ năng nghề ở các cấp độ khác nhau trong du lịch, đảm bảo cân bằng giới. Sự phù hợp và khả năng tiếp cận của giáo dục và đào tạo tới đội ngũ lao động hiện tại và lực lượng lao động tiềm năng trong tương lai. Sự thỏa đáng về điều kiện làm việc và mức lương cho người lao động trong lĩnh vực du lịch. Quản lý các vấn đề về lạm dụng tình dục và bóc lột sức lao động ở trẻ em. Đảm bảo khả năng tiếp cận của cộng đồng cư dân địa phương với các cơ hội nghề nghiệp cao hơn so với nguồn lao động di cư. Năng lực của các đơn vị đào tạo kỹ năng nghề du lịch phải đảm bảo nhu cầu về lực lượng lao động đạt tiêu chuẩn. Sự thành thực của lực lượng lao động trong việc sử dụng ngoại ngữ của thị trường mục tiêu và khả năng nâng cao tiêu chuẩn về sự thành thạo trong sử dụng ngoại ngữ.

Lập kế hoạch có sự tham gia của tập thể

Vượt ra khỏi nhu cầu xây dựng quy hoạch du lịch có xem xét tính bền vững trong mỗi yếu tố, cần phải đảm bảo rằng quá trình lập quy hoạch có sự tham gia của tập thể với mục đích đảm bảo cho các quan điểm, lợi ích và nhu cầu của các đối tượng hưởng lợi phải được xem xét cũng

như tạo cơ hội để họ hỗ trợ và cam kết các mục tiêu của quy hoạch. Quá trình cam kết của một đối tượng hưởng lợi trong một điểm đến:⁵

- Hiểu rõ rằng những lợi ích và mục đích của tất cả các đối tượng hưởng lợi trong du lịch đều quan trọng trong việc xây dựng chiến lược và hành động mang lại lợi ích cho nhau
- Cam kết đối tượng hưởng lợi dựa trên quyền lợi, kỹ năng và kiến thức chuyên môn nhằm đảm bảo những hiểu biết cơ bản về kiến thức cho việc lập kế hoạch
- Hiểu rõ và truyền đạt các giá trị của du lịch bao gồm các giá trị về kinh tế, văn hóa và xã hội
- Tạo ra một sự hiểu biết thống nhất về du lịch trong một vùng
- Phát triển tầm nhìn chung trong đó đưa ra một điểm nhấn cho kế hoạch tương lai, phát triển và quản lý du lịch tại điểm đến
- Xác định rõ vai trò và trách nhiệm của tất cả các đối tượng hưởng lợi
- Xác định một cơ cấu quản lý trong đó cần có những nguyên tắc rõ ràng về giao tiếp, báo cáo và quy trình ra quyết định
- Nhóm đối tượng hưởng lợi tiềm năng có liên quan tới việc lập quy hoạch du lịch bao gồm: các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, các sở ban ngành và hiệp hội du lịch, khách du lịch, cộng đồng, các nhà đầu tư/ nhà phát triển/ chủ sở hữu đất, các hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức du lịch có liên quan, các tổ chức phát triển cộng đồng và môi trường

Tiến hành đánh giá tác động trong quy hoạch du lịch

Mục tiêu chính của việc đánh giá các tác động về mặt môi trường và xã hội là để:⁶

- Người ra quyết định nhận thức được rõ những ảnh hưởng quan trọng của các đề án phát triển du lịch
- Phác thảo phương án thay thế với những tác động khác nhau tới môi trường và xã hội
- Xác định cách tiếp cận để chống lại hoặc làm giảm thiệt hại và các tác động xấu khác
- Công khai với công chúng những lý do cho việc phê duyệt một dự án với những ảnh hưởng quan trọng đến môi trường và xã hội
- Thúc đẩy sự phối hợp giữa các đối tượng hưởng lợi
- Đề cao sự tham gia của công chúng trong quá trình ra quyết định

Do việc đo lường và hiểu được những tác động của phát triển du lịch khá phức tạp với chi phí lớn nên việc này cũng cần thiết phải tìm kiếm một chuyên gia nhằm thu thập tất cả những thông tin cần thiết và thực hiện việc đánh giá tác động, mục tiêu của phần này nhằm

⁵ Du lịch Bền vững trực tuyến, *Du lịch bền vững – điểm đến và cộng đồng, Du lịch bền vững, Có sẵn* [trực tuyến] tại www.sustainabletourisonline.com/destinations-and-communities, Tải về 21/07/2013.

⁶ Dựa theo: UNDP 2009, *Du lịch bền vững – cách tiếp cận quy hoạch và quản lý tổng thể*, UNDP, Paris, Pháp.

cung cấp cái nhìn tổng quan về những loại tác động chính từ du lịch và nhận dạng một số tiêu chí cơ bản trong việc đo lường tác động.

Dựa trên việc đánh giá tính bền vững trong các quy hoạch du lịch, có ba loại đánh giá. Dưới đây là tóm tắt về mục tiêu của mỗi loại đánh giá, một cái nhìn tổng quan về các cách tiếp cận được sử dụng trong quá trình đánh giá, và những ví dụ về những loại tác động có thể đo lường được dựa trên bản Hướng dẫn Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch bền vững của Ủy ban kinh tế và xã hội Châu Á – Thái Bình Dương của Liên Hợp quốc.⁷

Đánh giá các tác động về kinh tế

- **Mục tiêu:** Xác định chi phí hoặc lợi nhuận đối với phúc lợi kinh tế của một cộng đồng như là kết quả của các hoạt động hay là phát triển trong mối quan hệ với việc làm, thu nhập và của cải vật chất.
- **Phương pháp tiếp cận đánh giá tác động chung:** Để xác định lợi ích kinh tế, các dữ liệu kinh tế được thu thập từ quan sát trực tiếp, từ các cuộc phỏng vấn, điều tra về việc mua bán của du khách và chi phí ước tính dựa trên các hóa đơn kinh doanh hay các mẫu khảo sát của khách du lịch (ví dụ khảo sát về việc vào và ra của du khách, điều tra du khách...). Lợi nhuận có thể liên quan tới các hoạt động xử hành, chi phí, thuê nhân công, tiền kiếm được từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận và doanh thu từ thuế. Chi phí kinh tế (bao gồm cả tài khóa và chất lượng cuộc sống) được đo lường thông qua nghiên cứu hiện trạng và đo lường chi phí gia tăng sẽ phát sinh như một hệ quả của việc xây dựng quy hoạch du lịch hay các nghiên cứu thay thế về những chi phí trong hoàn cảnh hiện tại dựa trên những nhu cầu hiện tại (mà không dẫn đến sự thay đổi nào).

Ví dụ về các loại tác động: Lợi ích từ việc thu đổi ngoại tệ, thay đổi mức thu nhập, thay đổi cơ hội nghề nghiệp (trực tiếp và gián tiếp, độ tuổi, mùa). Thay đổi và nhân rộng đầu tư, thúc đẩy phát triển khác ngành khác (xây dựng, thủ công mỹ nghệ), thay đổi trong cân cân thanh toán, mở rộng các loại thuế mới; thay đổi về giá trị tài sản, hỗ trợ các hoạt động bảo tồn, khuyến khích phát huy khả năng tự làm chủ doanh nghiệp của cộng đồng địa phương.

Đánh giá tác động môi trường

- **Mục tiêu:** Đánh giá những tác động tiềm ẩn đối với môi trường và hệ sinh thái từ sự phát triển du lịch và các hoạt động du lịch với những yếu tố về tự nhiên, quy mô và các yếu tố gây nhiễu loạn khác tới môi trường.
- **Tiếp cận đánh giá tác động chung:** Triển khai một đánh giá tác động môi trường là phương pháp thông dụng nhất giúp phân tích và dự đoán trước những tác

⁷ Hướng dẫn Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch bền vững của Ủy ban kinh tế và xã hội Châu Á – Thái Bình Dương của Liên Hợp quốc, New York, Mỹ

động có thể xảy ra đối với môi trường như là kết quả của một kế hoạch dự án, mức độ ảnh hưởng và thay đổi, tầm quan trọng của những thay đổi và tác động đó và cách làm giảm thiểu tác động, cải thiện hay kiểm soát tác động.

- **Ví dụ về các loại tác động:** *Hệ thực vật:* thiệt hại về mặt vật chất, mất các loài sinh vật yếu ớt, dễ bị tổn thương, mất cân bằng sinh thái, gây xáo trộn sự tái sinh và tỉ lệ gia tăng số cá thể loài, giảm bao phủ bề mặt, giảm tính đa dạng loài. *Nước:* Suy giảm chất lượng nước, gây ô nhiễm môi trường sống của sinh vật trong các dải đá ngầm, hiện tượng phú dưỡng gây ra sự bùng nổ các loài tảo, rong. *Không khí:* Khí Carbon monoxide (CO) sinh ra từ các phương tiện giao thông, các loại tàu máy. *Hệ động vật:* Gây xáo trộn môi trường sống (buộc phải di cư), hành vi của du khách (cho ăn, nuôi dưỡng), giết hại hoặc di chuyển các loài động vật, phá vỡ vòng tuần hoàn tự nhiên.

Đánh giá các tác động về xã hội

- **Mục tiêu:** Nghiên cứu tác động lên hệ thống xã hội, văn hóa, chính trị có thể được cho là tác động của du lịch.
- **Tiếp cận đánh giá tác động chung:** Xem xét động lực giữa những đặc điểm của du khách (số lượng, thời gian lưu trú, tính mùa vụ, ngôn ngữ, văn hóa, tôn giáo, khả năng chi trả, hoạt động...) đối với những đặc trưng của điểm đến (sự phát triển kinh tế, quy mô điểm đến, dân số, vị trí của các cơ sở kinh doanh du lịch, sức chứa của các cơ sở kinh doanh du lịch, mức độ tham gia của người dân địa phương trong du lịch, bề dày văn hóa...). Các tác động được đánh giá nhờ sự phối hợp của một loạt cách tiếp cận khác nhau bao gồm: điều tra phỏng vấn trực tiếp, điều tra mẫu, điều tra thái độ, quan điểm, sử dụng người cung cấp thông tin (đối với các thái độ và quan điểm), bỏ phiếu, quan sát có sự tham gia và phân tích nguồn thông tin thứ hai (ví dụ các cơ quan truyền thông, các tác phẩm văn học, các dữ liệu thống kê).
- **Ví dụ về các loại tác động:** Những thay đổi trong sự độc lập về kinh tế của một nhóm dân cư (ví dụ như phụ nữ), sự dịch chuyển của cộng đồng địa phương, thay đổi để tiếp cận với lĩnh vực kinh tế truyền thống (ví dụ các khu nuôi cá); thay đổi trong cấu trúc nghề nghiệp truyền thống, thay đổi về giá trị đất đai, thay đổi trong chất lượng cuộc sống, sự gia tăng của những hoạt động không mong đợi, chạy theo xu hướng của nước ngoài, hệ tư tưởng và hành vi, thay đổi giá trị truyền thống về nghệ thuật, âm nhạc, nghi lễ tôn giáo, thay đổi trong thái độ đối với du khách...

Xác định các lĩnh vực chính sách để tạo ra môi trường thuận lợi cho Du lịch có trách nhiệm

Du lịch có trách nhiệm vốn được xây dựng trên nền tảng của Du lịch bền vững nhằm giảm thiểu các tác động tiêu cực đến du lịch về (i) xã hội (ii) môi trường và (iii) tối đa hóa những ảnh hưởng tích cực có thể đóng

góp cho nền kinh tế địa phương. Trong khi hầu hết những động thái nhằm đạt được ba mục tiêu trên đều do khối tư nhân đảm nhận, chính phủ có thể tạo ra một môi trường thuận lợi cho du lịch bền vững phát triển và thành công.

UNEP và UNWTO đã xác định 12 lĩnh vực chính sách chính mà chính phủ có thể thiết lập để tạo điều kiện cho du lịch bền vững đạt được ba mục tiêu trên. Những mục dưới đây đưa ra tóm lược về những lĩnh vực chính sách chính:⁸

Mục tiêu kinh tế: Tối đa hóa các tác động tích cực và đóng góp cho nền kinh tế địa phương

Lĩnh vực chính sách 1: Khả năng đạt thành tựu kinh tế

Đảm bảo khả năng đạt thành tựu kinh tế và cạnh tranh của điểm đến và doanh nghiệp du lịch, từ đó giúp phát triển mạnh mẽ hơn và mang lại lợi nhuận trong dài hạn. Chính sách phát triển được xác định:

- Hiểu rõ thị trường
- Tạo sự hài lòng cho du khách
- Duy trì những điều kiện kinh doanh tốt
- Giữ gìn và lập kế hoạch một điểm đến hấp dẫn
- Hỗ trợ kinh doanh

Lĩnh vực chính sách 2: Sự thịnh vượng của địa phương

Tối đa hóa sự đóng góp của du lịch đối với nền kinh tế thịnh vượng của địa phương bao gồm việc cân đối nguồn thu từ du lịch quay trở lại đầu tư cho địa phương. Chính sách phát triển được xác định:

- Giảm thiểu sự rò rỉ
- Tăng cường liên kết trong kinh doanh
- Tăng mức chi tiêu của du khách

Lĩnh vực chính sách 3: Chất lượng người lao động

Tăng số lượng và chất lượng của các công việc tại địa phương trong lĩnh vực du lịch, bao gồm mức chi trả, điều kiện của dịch vụ và khả năng tiếp cận công việc cho tất cả mọi người, không phân biệt giới tính, chủng tộc, người khuyết tật... Chính sách phát triển được xác định:

- Tăng cơ hội việc làm và tỉ lệ các công việc toàn thời gian
- Đảm bảo người lao động tuân thủ các quy định, quy chế lao động
- Cung cấp các chương trình đào tạo kỹ năng tạo điều kiện thăng tiến trong công việc
- Đảm bảo phúc lợi cho người lao động khi họ bị mất việc làm

⁸ Chương trình môi trường Liên hợp quốc (UNEP) & United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) 2005, Làm cho Du lịch bền vững hơn – hướng dẫn cho các nhà lập chính sách, Paris, Pháp

Mục tiêu môi trường: Giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch đến môi trường

Lĩnh vực chính sách 1: Giữ gìn hiện trạng vật thể

Duy trì và đề cao chất lượng cảnh quan ở cả vùng thành thị và nông thôn, tránh những suy thoái hữu hình và vô hình về môi trường. Chính sách phát triển được xác định:

- Đảm bảo sự phát triển du lịch phù hợp với điều kiện môi trường ở địa phương
- Giảm thiểu các tác động vật lý từ hoạt động của du khách
- Duy trì chất lượng cảnh quan ở khu vực thành thị và nông thôn như nguồn tài nguyên cho du lịch

Lĩnh vực chính sách 2: Đa dạng sinh học

Hỗ trợ bảo tồn các khu vực tự nhiên, môi trường sống của động vật hoang dã và giảm thiểu thiệt hại tới những khu vực này. Chính sách phát triển được xác định:

- Làm việc với các khu vườn quốc gia và khu bảo tồn khác
- Xúc tiến phát triển và quản lý du lịch sinh thái
- Sử dụng du lịch như một công cụ khuyến khích những người có quyền sử dụng đất thực hành quản lý đất đai bền vững
- Làm việc với các công viên và khu bảo tồn tư nhân
- Giảm thiểu thiệt hại gây ra bởi du lịch cho những điểm di sản thiên nhiên
- Nâng cao nhận thức của du khách về đa dạng sinh học
- Tăng sự hỗ trợ của du khách và doanh nghiệp trong vấn đề bảo tồn

Lĩnh vực chính sách 3: Hiệu quả tài nguyên

Giảm thiểu việc sử dụng những nguồn tài nguyên khan hiếm và không thể phục hồi trong quá trình phát triển và vận hành các trang thiết bị và dịch vụ du lịch. Chính sách phát triển được xác định:

- Cần tính toán nguồn cung cấp tài nguyên trong lập kế hoạch phát triển du lịch
- Giảm thiểu lượng nước tiêu thụ trong ngành du lịch
- Đảm bảo sử dụng đất và các nguyên liệu thô một cách hiệu quả trong phát triển du lịch
- Khuyến khích mô hình 3R trong sử dụng tài nguyên, giảm sử dụng, tái sử dụng và tái chế

Lĩnh vực chính sách 4: Môi trường trong sạch

Giảm thiểu sự ô nhiễm không khí, nước và đất cũng như sự phát sinh rác thải từ các doanh nghiệp du lịch và du khách. Chính sách phát triển được xác định:

- Khuyến khích sử dụng nhiều hơn các phương tiện giao thông bền vững, thân thiện với môi trường
- Giảm việc sử dụng hóa chất có hại với môi trường
- Ngăn chặn việc xả thải trực tiếp ra sông, biển

- Giảm thiểu rác thải và khi có điều kiện có phương án xử lý rác thải an toàn
- Gây ảnh hưởng đến các dự án xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch mới

Mục tiêu xã hội: Giảm thiểu tác động tiêu cực của du lịch đến xã hội

Lĩnh vực chính sách 1: Công bằng xã hội

Theo đuổi mục tiêu dàn trải lợi ích kinh tế và xã hội từ du lịch trong cộng đồng hưởng lợi, bao gồm việc cải thiện các cơ hội việc làm, thu nhập và sự sẵn sàng của các dịch vụ cho người nghèo. Chính sách phát triển được xác định:

- Tăng cơ hội kiếm thêm thu nhập cho những người khuyết tật
- Sử dụng nguồn thu từ du lịch để hỗ trợ các chương trình xã hội

Lĩnh vực chính sách 2: Sự đáp ứng cho du khách

Tạo cho du khách những trải nghiệm thực tế an toàn, hài lòng và đáp ứng được mong đợi của tất cả các đối tượng du khách không phân biệt giới tính, chủng tộc, người khuyết tật hay bất cứ cách nào khác. Chính sách phát triển được xác định:

- Tạo cho du khách những trải nghiệm thực tế an toàn, hài lòng và đáp ứng được mong đợi của tất cả các đối tượng du khách một cách không phân biệt
- Tạo cơ hội nghỉ ngơi cho những đối tượng thiết thòi
- Duy trì trách nhiệm chăm sóc du khách
- Giám sát và xác định sự hài lòng và những trải nghiệm của du khách

Lĩnh vực chính sách 3: Kiểm soát tại địa phương

Cam kết và trao quyền cho cộng đồng địa phương trong lập kế hoạch và ra quyết định về quản lý và phát triển du lịch trong tương lai tại địa phương, có tham vấn với các đối tượng hưởng lợi. Chính sách phát triển được xác định:

- Đảm bảo sự cam kết và trao quyền hợp lý cho cộng đồng địa phương
- Tạo điều kiện cho việc ra quyết định ở cấp địa phương một cách hiệu quả
- Xác định vị trí của người bản xứ và cộng đồng truyền thống trong việc kiểm soát tại địa phương

Lĩnh vực chính sách 4: Phúc lợi xã hội cho cộng đồng

Duy trì và nâng cao chất lượng cuộc sống tại cộng đồng địa phương, bao gồm các cấu trúc xã hội và khả năng tiếp cận tài nguyên, trang thiết bị và các hệ thống hỗ trợ cuộc sống, ngăn chặn các hành vi gây thoái hóa và hủy hoại xã hội. Chính sách phát triển được xác định:

- Cân bằng số lượng, thời gian và địa điểm của các chuyến thăm quan
- Giảm thiểu ách tắc

- Lập kế hoạch và quản lý các doanh nghiệp du lịch cũng như cơ sở hạ tầng một cách kỹ lưỡng và thận trọng
- Khuyến khích việc sử dụng trang thiết bị chung giữa du khách và người dân địa phương
- Ảnh hưởng từ những hành vi của du khách đối với cộng đồng địa phương

Lĩnh vực chính sách 5: Nền văn hóa phong phú

Tôn trọng và đề cao các di tích lịch sử, các giá trị văn hóa nguyên bản, những nét đặc sắc và truyền thống của cộng đồng địa phương. Chính sách phát triển được xác định:

- Đảm bảo quản lý hiệu quả và bảo tồn các giá trị văn hóa và các điểm di tích lịch sử
- Phối hợp với cộng đồng trong việc thể hiện và thúc đẩy các giá trị văn hóa truyền thống nhạy cảm

Công cụ để đạt được chính sách Du lịch có trách nhiệm

Có một số công cụ mà chính phủ có thể sử dụng để tác động đến tính bền vững trong du lịch. Bao gồm:

- **Các chỉ số và giám sát bền vững:** Các chỉ số và giám sát bền vững là những công cụ quan trọng giúp đạt được những mục tiêu bền vững trong du lịch. Chúng giúp thiết lập ranh giới cho các điều kiện hiện tại có liên quan tới tính bền vững về mặt kinh tế, xã hội và môi trường, đặt ra mục tiêu cho các chính sách và hành động để đạt được các mục tiêu bền vững tích cực, phối hợp chặt chẽ giữa việc đánh giá ban đầu và đánh giá kết quả của tiến trình thực hiện để đưa ra những điều chỉnh phù hợp nhằm cải thiện quy trình.
- **Giới hạn sự thay đổi:** Thiết lập giới hạn cho những sự thay đổi có thể chấp nhận được của các yếu tố kinh tế, môi trường và xã hội có thể giúp quản lý được những tác động không mong muốn ở nhiều cấp độ khác nhau.
- **Luật du lịch quốc gia:** Thể hiện trách nhiệm của chính phủ và các ban ngành liên quan đối với du lịch. Các nguyên tắc du lịch bền vững có thể được giới thiệu ngay trong phần mở đầu hoặc thể hiện một cách hài hòa qua ngôn từ của văn bản.
- **Quy định:** Có thể liên quan tới những tác động qua lại giữa hoạt động kinh doanh và du khách với môi trường và cộng đồng địa phương cũng như những loại hoạt động nào có thể được triển khai theo hình thức nào (bao gồm cách tiếp cận điểm đến, tần suất sử dụng, chất lượng và tiêu chuẩn). Xây dựng các quy định cụ thể có thể giúp đưa mọi việc vào nề nếp và quy củ, ví dụ như quy định về các tiêu chuẩn trong xây dựng, vị trí của công trình xây dựng, chiều cao của công trình, vật liệu cần sử dụng, thiết kế và vấn đề sức khỏe, an toàn...).
- **Lập kế hoạch sử dụng đất và kiểm soát sự phát triển:** Du lịch và các hình thức phát triển khác tác động đến các loại và vị trí của điểm phát triển du lịch và các hoạt động. Du lịch bền vững có thể được lồng ghép với kế hoạch sử dụng đất và kiểm soát theo các khu vực ưu tiên cho bảo tồn và cho các hoạt động du lịch. Việc sử dụng các công cụ như khoanh vùng được bảo vệ, bảo tồn có thể đảm bảo vấn đề sử dụng đất bền vững.

- **Đánh giá tác động môi trường, xã hội và kinh tế:** Như đã được phác thảo từ ban đầu, tính bền vững trong phát triển du lịch có thể được tăng cường qua việc yêu cầu nhà phát triển phải thực hiện đánh giá tác động tới môi trường, xã hội và kinh tế như một phần trong đề án phát triển. Đánh giá này có thể giúp đảm bảo tính bền vững qua việc xác định chi phí và lợi ích về kinh tế, xã hội và môi trường.
- **Thuế và phí:** Các loại thuế như thuế doanh nghiệp hay thuế du khách có thể tác động đến hành vi kinh doanh và tiêu dùng qua những ảnh hưởng của nó lên giá, chi phí và thu nhập trong khi phí cho việc sử dụng những thứ như tài nguyên, trang thiết bị và cơ sở hạ tầng có thể giúp kiểm soát số lượng du khách. Để thúc đẩy bền vững, doanh thu từ thuế và phí có thể được sử dụng cho các mục đích quản lý, bảo tồn môi trường hay các điểm di sản văn hóa hoặc các dự án phát triển cộng đồng.
- **Các ưu đãi và thỏa thuận tài chính:** Hành vi của doanh nghiệp có thể được tác động từ việc được hưởng các lợi ích tài chính đặc biệt nhờ cam kết hoạt động theo những điều kiện nhất định. Có thể sử dụng các biện pháp ưu đãi để tăng cường tính bền vững thông qua việc yêu cầu doanh nghiệp thực hiện các hoạt động thân thiện với môi trường, xã hội và kinh tế, có thể qua các kiểu hoạt động đặc biệt mang tính bền vững (như: Du lịch dựa vào cộng đồng) và đầu tư trực tiếp từ chính phủ cho những vùng du lịch bền vững.
- **Cơ chế tự nguyện:** Những bản hướng dẫn và quy tắc ứng xử cho du khách và doanh nghiệp có thể được dùng để đưa ra những yêu cầu đối với cá nhân và doanh nghiệp trong cách hành xử, ví dụ bằng việc yêu cầu du khách không vứt rác bừa bãi trong các khu bảo tồn, không chạm vào những hiện vật văn hóa để bị hư hại... Hệ thống chứng chỉ như Nhân Đông sen xanh nên được khuyến khích để cải thiện tiêu chuẩn với lợi ích dành cho doanh nghiệp là họ sẽ nhận được chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng, từ đó có thể quảng bá cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- **Các công cụ hỗ trợ:** Sự cung cấp các yếu tố cơ sở hạ tầng và trang thiết bị như nước, nước thải, điện, viễn thông và giao thông có thể góp phần thúc đẩy phát triển du lịch và tác động tới những nơi mà sự phát triển ấy diễn ra. Cơ sở hạ tầng không chỉ được dùng để phục vụ mục đích du lịch mà còn phục vụ cho cộng đồng dân cư địa phương. Một công cụ hỗ trợ khác là tăng cường năng lực thì vừa có thể đáp ứng nhu cầu tăng cường kỹ năng làm việc cho người lao động địa phương song cũng có tác dụng gia tăng việc làm và thu nhập cho người dân. Cuối cùng, marketing và các dịch vụ thông tin được cung cấp bởi nhà nước nhằm hỗ trợ các công cụ kinh tế, hướng dẫn và chứng nhận cũng như hỗ trợ tiếp cận thị trường, quảng bá các hình thức đặc biệt của sản phẩm và tác động tới hành vi của du khách. Tính bền vững có thể được phối hợp chặt chẽ với các thị trường du lịch mục tiêu đặc trưng, triển khai các chiến dịch nhằm giảm tác động của yếu tố mùa vụ trong du lịch và quảng bá những nét đặc sắc của điểm đến nhằm tối đa hóa lợi nhuận.



CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI

BÀI 13

HÀNH ĐỘNG CỘNG ĐỒNG TRONG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Sau khi học xong bài này, người học có khả năng:

- Miêu tả được các cách thức để phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm để mang lại hiệu quả kinh tế
- Xác định được các phương pháp để bảo vệ các cộng đồng địa phương và môi trường khỏi những tác động tiêu cực của du lịch
- Giải thích được tầm quan trọng của việc cộng đồng, chính phủ, các tổ chức cá nhân tham gia và hỗ trợ cho du lịch
- Xác định được cơ hội để giúp tạo ra một lực lượng lao động du lịch địa phương có tay nghề
- Mô tả được cách thức để giám sát và đánh giá tác động của du lịch về mặt môi trường và xã hội đối với cộng đồng, môi trường và nền kinh tế

MỤC LỤC

HÀNH ĐỘNG CỘNG ĐỒNG TRONG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM	0
PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM CÓ HIỆU QUẢ VỀ KINH TẾ	2
Đảm bảo nhu cầu thị trường cho các sản phẩm mang lại hiệu quả kinh tế	2
Đảm bảo sản phẩm phù hợp với thị trường.....	3
Tìm hiểu và làm việc với những qui định và luật pháp của Nhà nước.....	4
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG.....	4
Những ảnh hưởng đến mức độ tác động của du khách đến cộng đồng	5
Những chiến lược để giảm thiểu tác động tiêu cực trong du lịch cộng đồng	5
Áp dụng các nguyên tắc du lịch	6
THÚC ĐẨY SỰ THAM GIA VÀ HỖ TRỢ TRONG DU LỊCH	6
Làm việc với cộng đồng	6
Triển khai tổ chức quản lý cộng đồng	6
Làm việc với các đối tác tư nhân	7
Làm việc với Nhà nước.....	7
PHÁT TRIỂN NGUỒN LAO ĐỘNG DU LỊCH CÓ KỸ NĂNG TẠI ĐỊA PHƯƠNG	8
Phân tích khoảng trống kỹ năng.....	8
GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ CÁC TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG	8
Triển khai chương trình giám sát cộng đồng	9
Trích dẫn dữ liệu.....	9
Xây dựng các chỉ số để đánh giá bền vững của du lịch cộng đồng	9
Kiến nghị.....	10

Bài học cung cấp cái nhìn tổng quan về cách thực hiện các hoạt động để phát triển các sản phẩm du lịch mang tính bền vững về kinh tế và có trách nhiệm với môi trường và xã hội của các cộng đồng địa phương làm du lịch ở Việt Nam. Bài học bàn về các cơ hội tạo ra một lực lượng lao động có tay nghề cao trong ngành du lịch, xác định các chiến lược bảo vệ cộng đồng địa phương và môi trường, với trọng tâm chính về các nguyên tắc ứng xử của các bên liên quan. Bài học sẽ tóm lại bằng cách minh họa phương pháp để thực hiện chương trình đánh giá và giám sát dựa vào cộng đồng về vấn đề phát triển bền vững trong du lịch.

động là rất quan trọng. Khi sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng phát triển, cần phải tiếp thị để thu hút đủ số lượng khách hàng – vấn đề mà nhiều doanh nghiệp du lịch cộng đồng thất bại. Tiếp thị có thể trực tiếp hoặc thông qua các nhà điều hành tour du lịch và các trung gian khác như trung tâm thông tin du lịch của chính phủ.

5. **Giám sát và điều chỉnh.** Thiết lập các chỉ số, giám sát và điều chỉnh để đạt được thành công.

Cẩm nang Du lịch Cộng đồng Việt Nam

Với mục đích truyền bá những lợi ích của du lịch tới cộng đồng Việt Nam, Quý Quốc tế Bảo vệ Thiên nhiên và Dự án EU đã hợp tác xây dựng *Cẩm nang Du lịch Cộng đồng Việt Nam: Phương thức tiếp cận dựa trên thị trường*. Đặc biệt với việc áp dụng phương thức phát triển du lịch dựa vào cộng đồng dựa trên khả năng thương mại và nhu cầu thị trường, cuốn cẩm nang cung cấp các hướng dẫn chi tiết cho các nhà hoạch định du lịch và những người làm trong lĩnh vực này về cách phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm dựa vào cộng đồng không những mang lại lợi ích về kinh tế thương mại mà còn góp phần bảo tồn và phát triển văn hóa và môi trường địa phương một cách thận trọng.

5 bước chính của phương thức tiếp cận dựa trên thị trường để phát triển du lịch cộng đồng bao gồm:

1. **Xác định cơ hội.** Nếu bạn xây dựng được thì du khách có đến không? Bước 1 xem xét các dữ liệu thu thập được và phân tích các đặc điểm cung - cầu của thị trường và xác định phân khúc thị trường tiềm năng. Du khách nào quan tâm đến du lịch cộng đồng nhất? Họ sẽ ở lại bao lâu? Họ sẽ chi bao nhiêu tiền? Họ thích những hoạt động gì? Bài nghiên cứu sẽ giải đáp các vấn đề này và vạch ra hướng phát triển trực tiếp cho các sản phẩm du lịch để đạt được thành công nhất.
2. **Phân tích giải pháp.** Bước 2 xem xét vai trò và sự tham gia của các bên liên quan quan trọng, xác định các sản phẩm tiềm năng để phát triển, và đưa các sản phẩm ra với thị trường phù hợp. Ví dụ như việc tổ chức các tour du lịch về làng quê với bữa ăn trưa truyền thống và chương trình biểu diễn văn nghệ có thể là phù hợp hơn so với việc phát triển du lịch nghỉ tại nhà dân. Những qui định của Nhà nước, sự phát triển của kế hoạch kinh doanh và thành lập quan hệ đối tác với các bên liên quan cũng là những yếu tố rất quan trọng vào thời điểm này.
3. **Sự tham gia của các bên liên quan.** Ai sẽ làm gì? Khó khăn có thể giúp được những gì? Còn khó Nhà nước thì sao? Những cân nhắc này cũng cần được đặt ra với các bên liên quan bên trong tổ chức/ công ty, như tất cả các doanh nghiệp thành công khác, về vai trò và trách nhiệm của đội ngũ nhân viên, như trả tiền cho các nhà cung cấp dịch vụ như thế nào.
4. **Xây dựng và ra mắt sản phẩm.** Nền tảng cho sự thành công được xây dựng dựa trên các kỹ năng và kiến thức. Nếu thực sự muốn thành công thì việc xây dựng và đào tạo năng lực cho đội ngũ nhân viên những kỹ năng kinh doanh du lịch cơ bản là rất cần thiết. Tại thời điểm này, cũng cần phải xem xét việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng. Mục đích phát triển, mục tiêu và kế hoạch hoạt

PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM CÓ HIỆU QUẢ VỀ KINH TẾ

Việc cộng đồng tham gia phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm cho du khách là quan trọng vì sản phẩm có trách nhiệm đáp ứng được nhu cầu của du khách đồng thời hướng tới việc bảo tồn và tế nhị quảng bá văn hóa và môi trường tại địa phương đó.

Đảm bảo nhu cầu thị trường cho các sản phẩm mang lại hiệu quả kinh tế

Nếu sản phẩm du lịch cộng đồng không dựa trên một nhu cầu cụ thể thì thường đi đến thất bại. Giống như hầu hết các doanh nghiệp du lịch, phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng phải đáp ứng ít nhất một trong hai nhu cầu sau:

1. **Chỉ ra những hạn chế trong phát triển du lịch:** Sản phẩm này đáp ứng nhu cầu mạnh mẽ mà các doanh nghiệp hiện có trong khu vực không đáp ứng được đầy đủ.
2. **Lấp khoảng trống trên thị trường:** Sản phẩm này hiện không có sẵn trong cộng đồng hay khu vực nhưng được chứng minh là có khả thi ở những nơi khác.

Tuy nhiên, cho dù đáp ứng được nhu cầu nào thì các sản phẩm cần phải dựa trên hiểu biết tốt về quy mô, tính chất và đặc điểm của thị trường để đảm bảo đáp ứng được mong đợi của thị trường và đảm bảo được tính bền vững lâu dài.

Để đảm bảo được nhu cầu tiêu dùng cần tiến hành nghiên cứu thị trường để nắm được số lượng và đặc điểm của du khách có nhu cầu về hàng hóa hay dịch vụ cụ thể. Những thông tin này có thể được thu thập từ:

- **Thảo luận:** Các cuộc thảo luận với các nhà điều hành tour du lịch, các đơn vị cung cấp dịch vụ lưu trú, quản lý nhà hàng, quản lý các điểm tham quan du lịch, hoặc thậm chí với bên cung cấp dịch vụ xe du lịch sẽ mang lại cái nhìn tổng quan về các đặc tính của thị trường du lịch của địa phương hay trong vùng, các xu hướng và cơ hội.
- **Quan sát:** Chỉ cần tập trung và quan sát những biến động du lịch ở địa phương cũng là cách hay để xác định được loại khách du lịch, các loại hình hoạt động mà họ tham gia, các loại hình tham quan du lịch và sở thích ăn uống của họ.

- **Nghiên cứu chuyên sâu:** Các báo cáo, quy hoạch và chiến lược du lịch, các báo cáo khảo sát du khách, các kế hoạch đầu tư và phát triển du lịch hay một phân tích so sánh về du lịch ở những nơi khác có thể làm sáng tỏ được nhu cầu tiêu dùng, có thể tìm qua Internet hoặc qua các cơ quan du lịch, các câu lạc bộ, các tổ chức, các trung tâm thông tin/quảng cáo, các sở ban ngành, các tổ chức phi chính phủ khu vực và quốc tế, và các cơ quan du lịch khác.
- Đảm bảo tính sẵn có và chất lượng nguồn lực cho phát triển.

Tính sẵn có, chủng loại và tình trạng tài sản tự nhiên hay văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc xác định sự thành công hay thất bại của một sản phẩm du lịch. Do đó, đánh giá một sản phẩm phải thể hiện được sản phẩm và/hoặc các nguồn lực du lịch đó có tiềm năng tiêu thụ được, có đủ chất lượng, có hấp dẫn du khách không, có gần với các tiện nghi, dịch vụ, cơ sở hạ tầng của địa phương đó không. Mức độ an toàn và sức khỏe của du khách cũng đóng vai trò quan trọng như những nguồn tài nguyên vật chất và con người. Phải đánh giá được tổng hợp các nguồn tài nguyên và các sản phẩm như là một phần của toàn bộ trải nghiệm du lịch khi tới cộng đồng. Các tài nguyên này bao gồm:

- **Nguồn tài nguyên văn hóa xã hội:** Các yếu tố con người trong cộng đồng ví dụ như các di tích lịch sử, thủ công mỹ nghệ truyền thống, dân ca, điệu múa truyền thống, v.v
- **Tài nguyên thiên nhiên:** Các yếu tố môi trường ví dụ như các bãi biển, núi, hồ, hoặc động – thực vật sống trong môi trường đó.

Lập sơ đồ về các tính năng của điểm tham quan và sản phẩm du lịch sử dụng các tiêu chí đánh giá và chỉ số trọng số là phương pháp hữu ích để đánh giá những mặt mạnh của điểm đến và sản phẩm du lịch đó, đồng thời giúp xác định được các yêu cầu cần thiết khi phát triển sản phẩm du lịch đó (xem ví dụ ở trang sau).

Đảm bảo sản phẩm phù hợp với thị trường

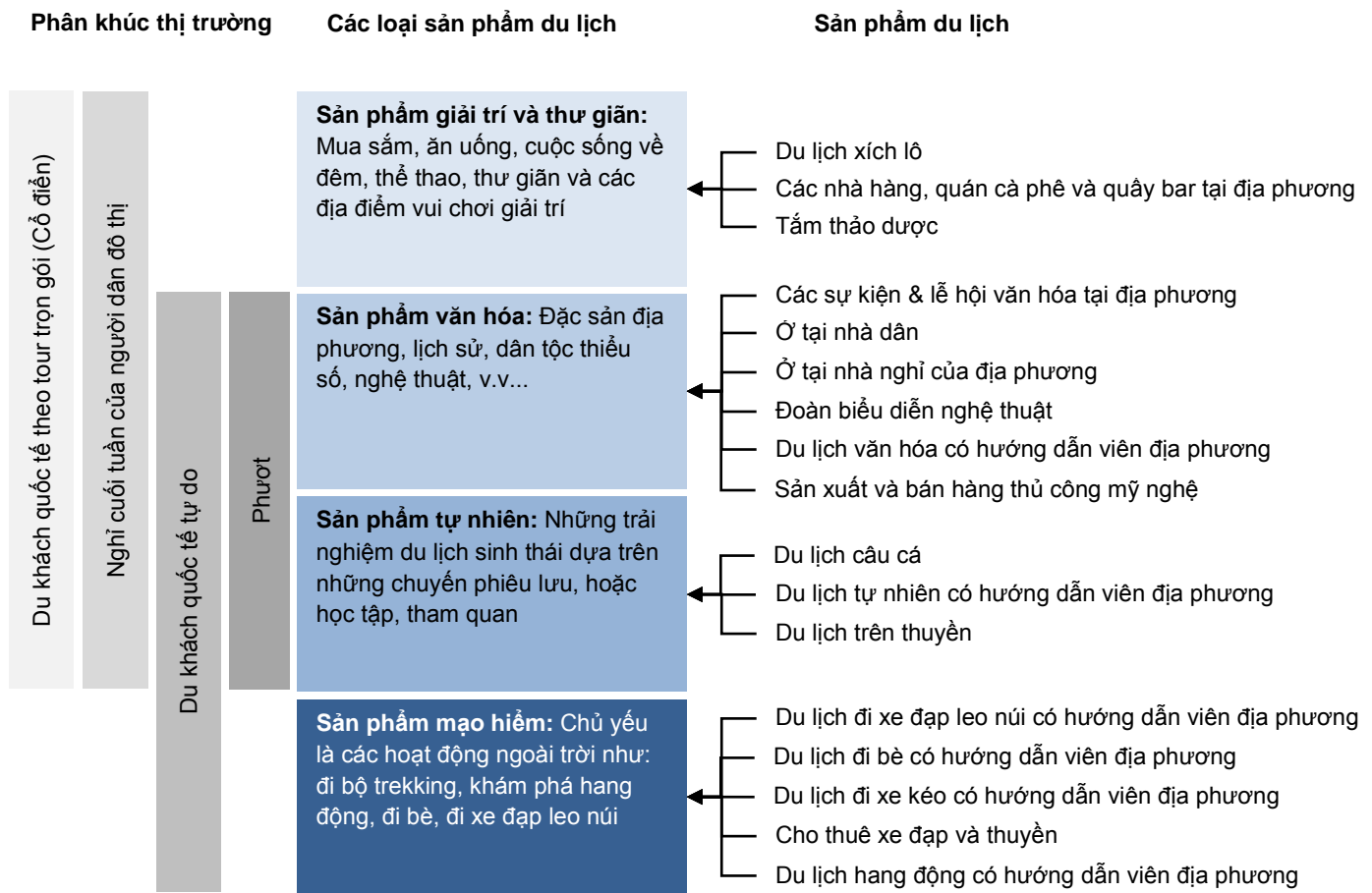
Có rất nhiều loại sản phẩm du lịch trong cộng đồng, ví dụ như:

- **Văn hóa:** Những chuyến du lịch đến các di tích hoặc điểm du lịch lịch sử, tôn giáo; Những cách thể hiện về lối sống truyền thống (nấu ăn, chăn nuôi, sản bản); Những buổi biểu diễn nhạc cổ truyền, múa hay kể chuyện; Việc kinh doanh các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, các đặc sản của địa phương; Những chuyến thăm đến các trường học tại địa bàn.
- **Các hoạt động & sự kiện:** Tổ chức các lễ hội và các sự kiện (âm nhạc, thể thao, vv); Các phiên chợ truyền thống; Các chuyến đi câu cá, chèo thuyền, xuồng kayak, bè.
- **Tự nhiên:** Du lịch đi bộ có hướng dẫn tới các điểm tự nhiên; Bán thuốc Nam, Mô hình kỹ thuật canh tác / đánh bắt cá
- **Dịch vụ du lịch:** Hướng dẫn viên địa phương; Du lịch nghỉ tại nhà dân; Đặc sản của địa phương, Nhà hàng.

Sản phẩm sẽ không bền vững về mặt kinh tế nếu không đáp ứng được nhu cầu của thị trường hoặc hướng đến các phân khúc thị trường sai. Phân khúc thị trường tiêu biểu tại Việt Nam và các sản phẩm du lịch liên quan được thể hiện trong biểu đồ ở trang sau.

Ví dụ về một ma trận dùng để đánh giá những điểm mạnh của sản phẩm du lịch cộng đồng

Sản phẩm: Du lịch nghỉ tại nhà dân	Điểm (1 Yếu – 10 Mạnh)	Tỉ lệ (100%)	Tổng điểm
Dễ tiếp cận	6	15%	0.90
Chất lượng của các điểm tham quan gần đó	8	4%	0.32
Các thể loại hoạt động sẵn có	6	5%	0.30
Các dịch vụ sẵn có	4	3%	0.12
Sản phẩm có tính nguyên gốc	8	8%	0.64
Sự độc đáo của sản phẩm	8	5%	0.40
Thị trường mục tiêu dễ tiếp cận	10	10%	1.00
Qui mô thị trường đủ lớn	6	8%	0.48
Xu hướng thị trường phù hợp sản phẩm	6	5%	0.30
Sự hiện diện của khối tư nhân	6	3%	0.18
Được luật pháp hỗ trợ	10	4%	0.40
Nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng có sẵn	8	6%	0.48
Tính bền vững về kinh tế	8	10%	0.80
Tính bền vững về môi trường	10	7%	0.70
Tính bền vững về văn hóa xã hội	8	7%	0.56
118 TỔNG	112	100%	7.58
			10



Ví dụ về thị trường điển hình ở Việt Nam với các sản phẩm du lịch tiềm năng phù hợp

Hiểu biết và làm việc theo qui định và pháp luật của Nhà nước

Khi kinh doanh du lịch cộng đồng, cần nghiên cứu kỹ các chính sách, qui định và luật lệ ở Việt Nam bởi vì những chính sách này có thể ảnh hưởng đến các hoạt động trong tương lai. Các loại luật và qui định hiện hành cần được nghiên cứu bao gồm:

- Giấy phép của tỉnh cho phép du khách đến thăm các điểm du lịch
- Những qui định của tỉnh, huyện, xã về việc nộp phí vào làng đối với khách nước ngoài
- Những luật cấm của nhà nước hoặc của tỉnh áp dụng với các loại hình hoạt động du khách có thể tham gia
- Những luật cấm của nhà nước hoặc của tỉnh áp dụng khi khách nước ngoài đến thăm quan một số địa điểm
- Chính sách định giá của tỉnh với việc lưu trú và một số dịch vụ khác
- Yêu cầu cấp giấy phép kinh doanh của Quận/Huyện với các doanh nghiệp nhỏ
- Các điều kiện hợp đồng liên doanh giữa tư nhân, Nhà nước và cộng đồng
- Các nguyên tắc ứng xử cộng đồng áp dụng cho nhà điều hành tour và du khách

- Theo dõi, ghi chép và báo cáo các hoạt động du lịch cho cơ quan Nhà nước (ví dụ như: lượng khách, thời gian lưu trú, mục đích của chuyến thăm).

Những kế hoạch có khả năng ảnh hưởng đến du lịch cộng đồng bao gồm:

- Quy hoạch phát triển toàn bộ hoặc khu vực nông thôn
- Quy hoạch bảo tồn hoặc đa dạng sinh học
- Quy hoạch sử dụng đất trong vùng
- Quy hoạch du lịch tổng thể
- Các chương trình sinh kế khác
- Quy hoạch quản lý nguồn tài nguyên thiên nhiên dựa vào cộng đồng
- Quy hoạch quản lý vùng biển
- Thành lập tổ chức quản lý

BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG

Trong khi ưu tiên hàng đầu là đảm bảo cho các công ty du lịch cộng đồng đáp ứng nhu cầu thị trường và mang lại hiệu quả kinh tế, thì tính bền vững lâu dài trong du lịch cũng đòi hỏi các đơn vị này không được tạo ra những tác động tiêu cực đối với cộng đồng địa phương và môi trường, thông qua đó vẫn đảm bảo tiếp tục thu hút khách du lịch đến thăm cộng đồng, sẽ trở lại một lần nữa trong tương lai và sẽ giới thiệu với bạn bè.

Hơn nữa, như đã được giới thiệu ở *Bài 1 – Những nguyên tắc du lịch có trách nhiệm*, du lịch chưa được qui hoạch và chưa được quản lý có thể dẫn đến một loạt các tác động tiêu cực như:

Tác động xã hội

- Căng thẳng xã hội do sự thay đổi cơ cấu trong nước và vai trò giới
- Thương mại hóa các nền văn hóa và truyền thống (đánh mất ý nghĩa)
- Thay đổi tập quán văn hóa (ví dụ như nghệ thuật, thủ công mỹ nghệ, trang phục, lễ hội) để đáp ứng nhu cầu du lịch từ thực tế hay từ nhận thức (mắt nền văn hóa)
- Làm trầm trọng các bất bình đẳng xã hội sẵn có và tạo ra những bất bình đẳng mới
- Xung đột giữa các cá nhân và / hoặc nhóm xã hội do sự xuất hiện của những hình thức mới về đạo đức, quan hệ gia đình, vui chơi giải trí
- Xung đột văn hóa do những hành vi xâm phạm (ví dụ như thăm các điểm du lịch tư nhân hoặc các điểm du lịch làm cho du khách hoảng sợ)
- Đi ngược lại các phong tục tập quán và các giá trị “truyền thống”

Tác động môi trường

- Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch một cách không có kiểm soát trong môi trường sinh thái dễ biến đổi
- Làm hư hại cảnh quan và hạn chế không gian để phục vụ cho sự phát triển cơ sở hạ tầng và các dịch vụ du lịch khác
- Các tour du lịch và du khách tò mò có thể làm xáo trộn hệ động vật hoang dã
- Sự khan hiếm về việc cung cấp nước và các năng lượng khác tại địa phương
- Ô nhiễm các dòng sông và vùng tự nhiên khác do du khách và các doanh nghiệp gây ra
- Ô nhiễm tiếng ồn và không khí do các hoạt động du lịch

Tác động kinh tế

- Việc bồi thường và phân chia lợi ích chưa thỏa đáng trong việc sử dụng các giá trị tài sản tự nhiên và văn hóa địa phương.
- Căng thẳng xã hội từ tiền lương và thu nhập bất bình đẳng giữa chủ và khách, ngay bên trong chính cộng đồng đó, và giữa nam và nữ
- Sự phụ thuộc kinh tế vào một ngành hay vào một công ty tăng lên (dẫn đến các vấn đề về kinh tế xã hội vào mùa thấp điểm hoặc các tác động bên ngoài làm giảm số lượng du khách)
- Lạm phát trong giá nhà đất và chi phí nhà ở/ sinh hoạt
- Sự thất thoát kinh tế ra bên ngoài cộng đồng do hoạt động của các doanh nghiệp bên ngoài không hỗ trợ các dịch vụ và hàng hóa sẵn có của địa phương

Những ảnh hưởng đến mức độ tác động của du khách đến cộng đồng

Những yếu tố ảnh hưởng đến tác động của du lịch trong cộng đồng bao gồm:

- **Đặc điểm của các điểm đến:** Khả năng thích nghi với môi trường, các đặc điểm di sản; Giai đoạn phát triển kinh tế; Những điểm mạnh về văn hóa xã hội; Thái độ và động cơ của người dân địa phương; Sức chứa và năng lực xã hội
- **Đặc điểm của du khách:** Lượng khách; thời gian lưu trú, tình trạng kinh tế của du khách và người dân địa phương; Cách thức chi tiêu; Sở thích và các hoạt động của du khách
- **Đặc điểm của các loại hình phát triển du lịch:** Các đặc tính không gian và qui mô phát triển du lịch; Loại sản phẩm du lịch; Mức độ địa phương tham gia sở hữu và vận hành hoạt động các cơ sở du lịch; Mức độ phát triển

Những chiến lược để giảm thiểu tác động tiêu cực trong du lịch cộng đồng

Để bảo vệ cộng đồng khỏi những tác động tiêu cực trên, điều quan trọng là các doanh nghiệp du lịch địa phương, chính quyền địa phương và các tổ chức cộng đồng phải hợp tác với nhau để thực hiện và tuân thủ các quy định về ứng xử của du khách và các doanh nghiệp trong cộng đồng và môi trường xung quanh. Các công cụ thực hiện bao quát tới nhiều lĩnh vực khác nhau trong bộ công cụ này, nhưng trọng tâm ở tầm địa phương. Bản tóm tắt các hoạt động bao gồm:

- **Chính sách và chiến lược:** nhiều bên liên quan tham gia vào quá trình này, thiết lập chính sách cấp địa phương và quy hoạch chiến lược du lịch để hợp tác và thúc đẩy các nguyên tắc và mục tiêu phát triển bền vững. Thực hiện các tiêu chuẩn du lịch và hướng dẫn về hoạt động đúng/nên làm trong kinh doanh du lịch. Phát huy những nguyên tắc ứng xử chuẩn mực cho du khách và doanh nghiệp. Thiết lập và thực thi luật du lịch để làm rõ những điều kiện và yêu cầu cấp phép hoạt động cho các doanh nghiệp du lịch cộng đồng, cũng có việc đánh giá những tác động môi trường và xã hội như một phần của quá trình phát triển. Việc qui hoạch, sử dụng đất và luật/ quy tắc xây dựng cũng ảnh hưởng đến quá trình phát triển du lịch.
- **Công cụ thị trường, tài chính và kinh tế:** thúc đẩy việc cấp giấy chứng nhận du lịch bền vững; Đưa ra các chính sách ưu đãi và khuyến khích đầu tư / phát triển hoạt động du lịch có trách nhiệm; Thực thi hoặc sửa đổi các loại thuế, phí và lệ phí để định hướng lại lưu chuyển du lịch; Xây dựng cơ sở hạ tầng thích hợp để quản lý tác động của du khách; Đạt được sự ủng hộ của công chúng trong các bản báo cáo tự nguyện về môi trường, các bản hướng dẫn/ nguyên tắc ứng xử.
- **Nâng cao nhận thức và xây dựng năng lực:** Thay đổi hành vi của du khách, doanh nghiệp và cộng đồng thông qua việc nâng cao nhận thức về tác động của du lịch và thực tiễn quản lý tốt thông qua

việc thúc đẩy các khóa học du lịch có trách nhiệm, tuyên truyền về các điển hình tốt với xã hội và môi trường thông qua quản lý điểm đến hay các tổ chức tiếp thị và các hiệp hội thương mại du lịch.

- **Tiếp thị và truyền thông:** Tính bền vững sẽ được đảm bảo nếu thông điệp rõ ràng và giá cả cạnh tranh. Các nhà cung cấp dịch vụ du lịch có thể áp dụng những cách giải thích hợp lý về những giá trị văn hóa và thiên nhiên, để nâng cao nhận thức và ý thức về điểm du lịch và mang lại chất lượng trải nghiệm du lịch. Chính phủ có thể chỉ đạo lập kế hoạch chiến lược du lịch theo hướng bền vững bằng cách chú trọng đầu tư quảng bá những hoạt động có trách nhiệm.
- **Việc làm:** Thực hiện các tiêu chuẩn lao động nhằm tạo ra cơ hội cho phụ nữ và nam giới có được việc làm lâu dài và năng suất trong điều kiện đảm bảo tự do, bình đẳng, an toàn và nhân phẩm. Hiểu và áp dụng luật lao động Việt Nam. Kí hợp đồng lao động với nhân viên. Trả lương tối thiểu hoặc cao hơn. Mang lại lợi ích của ngành trong sử dụng lao động. Đảm bảo các chế độ ưu đãi và tiền thưởng. Đảm bảo không gian làm việc phù hợp. Tăng cường các chính sách về bình đẳng giới và cơ hội bình đẳng. Áp dụng công tác tuyển dụng có trách nhiệm. Tổ chức các khóa đào tạo kĩ năng phù hợp.

Áp dụng các nguyên tắc du lịch

Một trong những cách tốt nhất giúp cộng đồng bảo vệ môi trường và văn hóa chống lại các tác động tiêu cực của du lịch chính là việc thực hiện các nguyên tắc ứng xử đối với các doanh nghiệp, cộng đồng và du khách. Dưới đây là một số ví dụ về các nguyên tắc ứng xử:

Ví dụ về các nguyên tắc ứng xử du lịch:

- Tôn trọng văn hóa và truyền thống địa phương
- Chú ý đến sự riêng tư và tập quán của cộng đồng địa phương
- Hỗ trợ nền kinh tế địa phương bằng cách mua hàng hóa và dịch vụ của địa phương đó
- Không xâm phạm đến các di sản văn hóa hay các đài tưởng niệm
- Không làm xáo trộn hệ động vật hoang dã và không gây tổn hại đến hệ sinh thái
- Tôn trọng các tập quán của cộng đồng địa phương
- Tôn trọng luật pháp của địa phương

Ví dụ về các nguyên tắc ứng xử của cộng đồng địa phương:

- Cung cấp các sản phẩm du lịch có chất lượng
- Mang đến môi trường an toàn và an ninh cho du khách tới thăm
- Chào đón và thân thiện với du khách
- Bảo vệ nền văn hóa và truyền thống địa phương

- Nâng cao nhận thức trong cộng đồng về tầm quan trọng để cân bằng bảo tồn và phát triển kinh tế

Ví dụ về các nguyên tắc ứng xử của ngành du lịch

- Sử dụng nhân viên và hướng dẫn viên địa phương bất cứ nơi nào có thể
- Bảo trợ cho các nhà cung cấp và các doanh nghiệp sở hữu nhỏ tại địa phương
- Tuyên truyền các nguyên tắc ứng xử cho du khách khi đến thăm các cộng đồng và khu vực thiên nhiên
- Ngăn cấm du khách cho tiền người ăn xin
- Hỗ trợ các dự án xã hội và môi trường tại địa phương
- Tôn trọng các quy định, luật lệ và luật pháp của tỉnh và địa phương ảnh hưởng tới các hoạt động kinh doanh trong cộng đồng
- Đưa ra những giải thích chính xác và đích thực về môi trường và văn hóa

THÚC ĐẨY SỰ THAM GIA VÀ HỖ TRỢ TRONG DU LỊCH

Yếu tố quan trọng của bất kì doanh nghiệp du lịch cộng đồng nào là có được sự hỗ trợ tích cực từ các bên liên quan ngay từ bước đầu lên kế hoạch. Cho dù doanh nghiệp đó là của một cá nhân hay một gia đình, có được sự hỗ trợ từ cộng đồng, chính quyền địa phương và các đối tác tư nhân sẽ đảm bảo có ít vấn đề nảy sinh hơn. Hơn nữa, các bên liên quan còn có thể cung cấp tài chính, vật chất hoặc kỹ thuật.

Làm việc với cộng đồng

Việc tham gia của cộng đồng có thể có nhiều hình thức, ví dụ như:

- Tham gia vào việc nghiên cứu về cộng đồng mang tính chất khả thi
- Tham gia vào việc lập kế hoạch và phát triển kinh doanh
- Cung cấp lao động cho nhu cầu nhân sự và công việc xây dựng
- Công việc tình nguyện
- Cho thuê đất / nhà / địa điểm
- Đưa đất sở hữu tư nhân vào trong tour du lịch

Triển khai tổ chức quản lý cộng đồng

Để đảm bảo tốt nhất cho sự thành công của doanh nghiệp du lịch cộng đồng, kiểm soát và quản lý được những tác động tiêu cực thì điều quan trọng là cần có các nhóm tổ chức cộng đồng tốt, hệ thống niềm tin, sức mạnh và tài sản để gây dựng thêm. Trong khi có rất nhiều mô hình quản lý cộng đồng khác nhau thì cộng đồng thường sẽ thiết lập một số hình thức tổ chức quản lý tiêu biểu.

Các tổ chức này làm việc để:

- Đảm bảo lợi ích của du lịch hơn là lợi ích của chủ doanh nghiệp

- Củng cố các quy tắc và quy định về việc lập kế hoạch, hoạt động và phát triển du lịch
- Giải quyết tranh chấp
- Hoạt động như một trung gian giữa Nhà nước và doanh nghiệp (công ty lữ hành, đại lý du lịch) và cộng đồng

Cho dù được thành lập với tư cách pháp lý (ví dụ như Hợp tác xã hay Hội đồng quản trị có liên quan) hay đang vận hành chưa có tổ chức, thì những đặc điểm chung của tổ chức quản lý cộng đồng là:

- Nhiều đại diện từ tất cả các bên liên quan trong cộng đồng
- Phi lợi nhuận
- Dựa trên các lao động tự nguyện
- Hoạt động ở cấp địa phương
- Định hướng dịch vụ

Đặc điểm của các tổ chức quản lý cộng đồng:

- Rõ ràng về mục đích, mục tiêu và đối tượng họ đại diện và muốn kêu gọi tham gia
- Có hiểu biết về cộng đồng về mặt điều kiện kinh tế, cấu trúc chính trị, các giá trị và chuẩn mực, xu hướng nhân khẩu, lịch sử và kinh nghiệm khi có nỗ lực tham gia
- Tích cực lắng nghe và học hỏi từ nhận thức, ý kiến, mong muốn và nhu cầu của cộng đồng
- Hướng tới tìm kiếm sự đóng góp của cộng đồng, khuyến khích sự tin cậy và cam kết
- Người đứng đầu phải công minh và đại diện công bằng cho tất cả các bên liên quan bao gồm cả dân tộc thiểu số
- Giúp thiết lập được cấu trúc và quá trình, tạo điều kiện phát triển du lịch có hiệu quả và giải quyết được những mâu thuẫn
- Chấp nhận quyền tự quyết của cộng đồng

Làm việc với các đối tác tư nhân

Đối tác tư nhân đóng vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp du lịch cộng đồng như là một đối tác, khách hàng, kênh tiếp thị và / hoặc là cố vấn, tóm lại là kênh liên lạc giữa điểm du lịch và du khách / thị trường.

Việc cam kết với ngành công nghiệp du lịch là rất cần thiết để đảm bảo sản phẩm và dịch vụ cộng đồng chỉ là bổ sung thêm cho những gì khối tư nhân đang cung cấp, phù hợp với những ưu tiên của nhà điều hành tour và lịch trình du lịch, mang lại lợi ích cho cộng đồng và hài hòa với các hoạt động khác.

Hai loại hình chính của khối tư nhân ở Việt Nam là:

- **Nhà điều hành tour:** Xây dựng, quảng bá và điều hành các tour bao gồm các hoạt động và sản phẩm cộng đồng tạo ra.
- **Nhà cung cấp dịch vụ du lịch:** Lưu trú, nhà hàng, điểm tham quan, công ty xe du lịch, hướng dẫn viên, cửa hàng bán đồ lưu niệm. Quan hệ tốt với các nhà cung cấp dịch vụ du lịch là cơ hội tốt để tiếp thị và quảng bá doanh nghiệp.

Có thể thu hút sự tham gia của đối tác tư nhân bằng 2 cách:

1. **Công ty hợp danh:** Doanh nghiệp địa phương mời một hoặc nhiều công ty tư nhân ví dụ như nhà điều hành tour du lịch trở thành thành viên hợp danh tham gia vào quá trình quản lý và phát triển sản phẩm.
2. **Các hiệp hội công nghiệp:** Các doanh nghiệp địa phương trở thành thành viên của một hiệp hội ngành công nghiệp (ví dụ như Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, các Phòng thương mại địa phương v.v..) để được trang bị các dịch vụ như quảng bá và đào tạo doanh nghiệp thành viên của nhóm.

Việc tham gia đóng góp của khối tư nhân dưới nhiều hình thức như:

- Tư vấn về cơ hội phát triển sản phẩm
- Tư vấn kỹ thuật về sự phát triển và hoạt động của công ty
- Quảng bá và tiếp đón du khách đến cộng đồng và cung cấp thông tin phản hồi để cải tiến sản phẩm
- Thiết lập mối quan hệ kinh doanh với các doanh nghiệp địa phương
- Hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng địa phương (đường, nước), cung cấp thiết bị (như điện thoại, radio) hoặc dịch vụ (như chăm sóc sức khỏe) để hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương
- Giúp tăng cường sự hiểu biết về ngành công nghiệp du lịch và những lợi ích của các công ty du lịch cộng đồng mang lại cho khách hàng, nhà cung cấp và Nhà nước

Làm việc với Nhà nước

Các công ty du lịch cộng đồng bền vững cần phải hợp tác tốt với chính quyền địa phương liên quan tới công việc kinh doanh. Do đó, các công ty du lịch cộng đồng nhất thiết phải tham vấn với các cơ quan chính quyền của xã, huyện, tỉnh trong quá trình lập kế hoạch, phát triển và vận hành bởi họ nắm được các vấn đề của địa phương, chịu trách nhiệm xử lý các đơn từ lập kế hoạch kinh doanh nhỏ, và tư vấn trong quá trình phát triển dựa trên chính hiểu biết về các công việc nội bộ và yêu cầu của các quá trình. Các cơ quan Nhà nước sẽ hỗ trợ nhiều mặt, đặc biệt là nên đầu tư vào đâu để mang lại hiệu quả kinh tế đáng kể cho người dân địa phương và môi trường xung quanh.

Cơ quan Nhà nước hỗ trợ nhiều loại hình như các khoản tài trợ, hỗ trợ quảng bá, xây dựng cơ sở hạ tầng hay nhận được các phê duyệt qui hoạch và những hỗ trợ thuận lợi từ Nhà nước. Vì thế, tất cả các lĩnh vực nhận được hỗ trợ từ Nhà nước đều cần được điều tra ở cấp địa phương, huyện và tỉnh.

Một số hoạt động Nhà nước có thể tiến hành ở lĩnh vực du lịch và các lĩnh vực khác bao gồm:

- Khuyến khích du lịch phát triển đến các vùng miền thông qua việc đầu tư cơ sở hạ tầng và quảng bá
- Đảm bảo chính sách được tuân thủ khi thực thi
- Quảng bá trong các tài liệu về các doanh nghiệp du lịch địa phương và các sản phẩm

- Sửa đổi những quy định gây cản trở sự phát triển của doanh nghiệp nhỏ
- Đào tạo kĩ năng nghề trong du lịch

PHÁT TRIỂN NGUỒN LAO ĐỘNG DU LỊCH CÓ KĨ NĂNG TẠI ĐỊA PHƯƠNG

Du lịch là một ngành có tính cạnh tranh cao ở Việt Nam, việc phát triển và vận hành các doanh nghiệp du lịch cộng đồng bền vững phải dựa trên lực lượng lao động có tay nghề và có kiến thức. Do đó, điều quan trọng là các nhà quản lí và đội ngũ nhân viên cần nâng cao năng lực và trải qua đào tạo về các kĩ năng liên quan tới công việc của mình.

Phân tích khoảng trống kĩ năng

Tiến hành một đánh giá, phân tích khoảng trống kĩ năng sẽ giúp làm nổi bật được các lĩnh vực cần tập trung để phát triển năng lực. Phân tích này cũng sẽ giúp xác định được những kỹ năng và nhiệm vụ cần thiết để phát triển và vận hành hoạt động kinh doanh,

Có thể tìm thấy các nhà đào tạo năng lực ở cả trong và ngoài cộng đồng, thường bao gồm:

- **Nhân viên có tay nghề hiện có:** Sử dụng đội ngũ nhân viên hiện có hoặc những thành viên trong gia đình có tay nghề để đào tạo đội ngũ nhân viên khác
- **Các tổ chức phi chính phủ và các tổ chức tài trợ:** Các tổ chức phi chính phủ quốc tế và địa phương và các tổ chức tài trợ cho ngành du lịch, văn hóa, môi trường, phát triển cộng đồng có thể hỗ trợ việc đào tạo năng lực
- **Các tổ chức tình nguyện:** Trong một số trường hợp, các tổ chức tình nguyện nước ngoài có thể được tham gia để hỗ trợ đào tạo các kĩ năng để phát triển tổ chức
- **Các tổ chức du lịch:** Các hiệp hội và tổ chức du lịch (Nhà nước và tư nhân) là những nhà đào tạo năng lực tốt, đặc biệt là các lĩnh vực như quảng bá, xúc tiến và qui hoạch nhân lực
- **Các trường giáo dục và đào tạo chính thống và không chính thống:** Tham dự khóa đào tạo tại một trường đại học kĩ thuật hoặc tại một hiệp hội nào đó.

Các kĩ năng cần thiết cho doanh nghiệp du lịch cộng đồng được thể hiện ở trang sau.

CHỦ SỞ
HỮU / NHÀ
ĐIỀU HÀNH

- Kĩ năng phát triển sản phẩm
- Hiểu biết về những biến động du lịch
- Hiểu biết về các vấn đề pháp lý
- Kĩ năng tài chính kế toán
- Kĩ năng giám sát và phân tích
- Những chiến lược định giá và quảng bá
- Kĩ năng quảng bá và truyền thông

GIÁM SÁT

- Kĩ năng quản lí chung
- Hiểu biết về kĩ thuật (như chế biến món ăn, phục vụ nhà hàng, phục vụ buồng, xây dựng thực đơn, v.v...)
- Kĩ năng giám sát và phân tích
- Kĩ năng lãnh đạo và đào tạo
- Giải quyết xung đột và giao thoa văn hóa

NHÂN VIÊN

- Tay nghề tốt (như chế biến món ăn, phục vụ nhà hàng, phục vụ buồng, xây dựng thực đơn, v.v...)
- Kĩ năng hướng dẫn và giải thích
- Đạo đức làm việc tốt

Các kĩ năng giao thoa:

Kĩ năng quản lí môi trường và văn hóa, kĩ năng giao tiếp cơ bản, kĩ năng lãnh đạo

những kĩ năng hiện có và những kĩ năng cần phải đạt được thông qua đào tạo hoặc xây dựng năng lực.

Để tiến hành phân tích khoảng trống kỹ năng, có thể xây dựng một ma trận cơ bản nhằm chỉ ra các kỹ năng cần thiết cũng như các kỹ năng sẵn có trong cộng đồng. Mức độ kỹ năng thể hiện theo các cấp độ quản lí và vai trò, trách nhiệm bên trong doanh nghiệp.

GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ CÁC TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG

Đặc trưng mang lại sự thành công cho du lịch cộng đồng chính là việc xây dựng và thực hiện hệ thống giám sát và quản lí các tác động tiêu cực của du lịch để đảm bảo tối đa hóa các tác động tích cực và giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đối với môi trường và cộng đồng. Giống như các điểm đến, du lịch là một quá trình tiến hóa dần dần để đáp ứng các nhu cầu của thị trường cũng như của cộng đồng. Tuy nhiên, nếu cộng đồng nói chung và các doanh nghiệp du lịch nói riêng không phát triển các chỉ số, tiêu chuẩn và mục tiêu thì cộng đồng đó khó có thể biết rõ được mức độ cũng như lĩnh vực thành công, từ đó cần có sự hỗ trợ và củng cố thêm nữa, đồng thời, khó xác định được các lĩnh vực có khả năng đe dọa sự thành công của doanh nghiệp nói riêng và của điểm đến nói chung.

Việc giám sát, đánh giá định kì và sự thích nghi được cho là khâu quan trọng góp phần vào thành công của du lịch cộng đồng bởi vì việc này:

- Giúp duy trì tiêu chuẩn chất lượng
- Theo dõi những tác động tiêu cực của du lịch đối với cộng đồng địa phương
- Đảm bảo các sản phẩm phù hợp với thị trường

Triển khai chương trình giám sát cộng đồng

Thực hiện chương trình giám sát và đánh giá cộng đồng cần tuân thủ các bước sau:

Bước 1. Lập kế hoạch giám sát

Thảo luận và đưa ra ý tưởng giám sát cộng đồng; Lập mục tiêu; Thảo luận các vấn đề thiết thực như đối tượng, phạm vi nghiên cứu và thời gian giám sát.

Bước 2. Phạm vi các vấn đề quan trọng

Nghiên cứu những khó khăn các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng đang phải đối mặt; Tổ chức họp cộng đồng để xem xét và ưu tiên các vấn đề; Cử giám sát nhóm để hoàn thiện danh sách.

Bước 3. Lập các chỉ số

Lọc ra các chỉ số hiện có từ các nguồn thứ cấp và phù hợp với những khó khăn chính; Thảo luận theo nhóm để tìm ra những chỉ số mới phù hợp với những khó khăn; Lược bỏ các chỉ số không đủ tính thực tế để thực hiện hoặc không quá liên quan tới các vấn đề chính và điều chỉnh.

Bước 4. Thu thập dữ liệu

Chọn nguồn dữ liệu; Chọn phương pháp thu thập dữ liệu như khảo sát điều tra bằng câu hỏi; Chọn một cơ sở dữ liệu đơn giản để lưu kết quả.

Bước 5. Đánh giá kết quả

Lập tiêu chuẩn một năm; Xác định ngưỡng thích hợp để đáp ứng quản lý.

Bước 6. Thông báo kết quả

Chọn phương pháp truyền thông đến các nhóm đối tượng liên quan; Công bố kết quả và thường xuyên cập nhật.

Bước 7. Lên kế hoạch ứng phó

Xác định vùng có chỉ số thấp; Nghiên cứu nguyên nhân gây ra hiệu suất kém; Quyết định một giải pháp quản lý, Lập kế hoạch hành động.

Bước 8. Xem xét lại mục tiêu và những khó khăn

Xem xét lại mục tiêu du lịch cộng đồng và những khó khăn chính.

Xem xét các chỉ số và việc thu thập dữ liệu.

Bước 9. Triển khai các hoạt động

Triển khai các phương án quản lý theo như kế hoạch

Sự tham gia của cộng đồng trong việc giám sát và đánh giá ngành Du lịch

Những khó khăn và việc lựa chọn các chỉ số nên được áp dụng rộng rãi với cộng đồng và họ cần được tập huấn để tham gia vào quá trình thu thập dữ liệu. Lập một nhóm gồm nhiều bên liên quan theo dõi quá trình giám sát và phân tích kết quả để đảm bảo tính minh bạch và tránh những xung đột về chính trị khi công bố

kết quả. Các bên liên quan bao gồm các cán bộ địa phương, chuyên gia tư vấn phát triển và các nhà tài trợ sẽ theo dõi, việc giám sát sẽ đạt được thông tin phản hồi từ du khách, nhà điều hành tour và người dân địa phương.

Trích dẫn dữ liệu

Việc thu thập thông tin và dữ liệu phục vụ cho quá trình giám sát và đánh giá có thể lấy từ nhiều nguồn khác nhau:

- **Hồ sơ kinh doanh:** Các dữ liệu cơ bản về tình hình kinh tế phải luôn sẵn có trong hồ sơ của công ty hoặc tổ chức quản lý cộng đồng. Các dữ liệu liên quan có thể là doanh số bán hàng, doanh thu, lỗ - lãi, năng suất, bảng thống kê ngưỡng khó khăn và các dữ liệu phúc lợi khác.
- **Hồ sơ tham quan:** Những thông tin về tỷ lệ khách hàng, thời gian thăm quan, tuổi, giới tính, quốc tịch cần được lưu lại như một điều kiện khi khách đến thăm quan.
- **Khảo sát du khách:** Có thể dao động từ sự hài lòng cho đến thông tin phản hồi của khách thông qua khảo sát định lượng và định tính. Những thông tin có giá trị bao gồm những thông tin về nhân khẩu học, ngày thăm, các hoạt động tham gia, thích và không thích (bao gồm cả khía cạnh xã hội và môi trường).
- **Thảo luận giữa các bên liên quan:** Thường xuyên tổ chức các hội thảo và cuộc họp giữa các bên liên quan thông qua việc giao lưu và tọa đàm với cộng đồng và các bên liên quan khác (như nhà điều hành tour, chính quyền địa phương) hoặc thông qua các cuộc điều tra và các cuộc họp giữa các bên liên quan. Thông tin sẽ bao gồm quan niệm của các bên liên quan về cộng đồng và các sản phẩm du lịch, và những tác động tích cực và tiêu cực đối với cộng đồng và môi trường xung quanh.
- **Quan sát và đánh giá vật chất:** Quan sát các hoạt động du lịch theo thời gian như hồ sơ các sự kiện, các khoản đầu tư và phát triển, hồ sơ ảnh là những thông tin rất hữu ích.

Xây dựng các chỉ số để đánh tính giá bền vững của du lịch cộng đồng

Xác định và lựa chọn các chỉ số tác động sẽ giúp cộng đồng biết được khi nào các giới hạn về thay đổi môi trường, xã hội và kinh tế bị báo động. Khả năng chịu đựng của môi trường và cộng đồng (ví như khả năng hấp thụ các tác động của du lịch) cần được dự báo trước, chỉ số tác động để đánh giá sự thay đổi cần được ghi rõ trong từng chặng đường hoạt động của dự án. Chỉ số này phải liên quan đến các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng, được định lượng cụ thể (xem bài 8) Các chỉ số tiêu biểu cho du lịch bền vững trong cộng đồng bao gồm:

Chỉ số tác động kinh tế

- Số lượng việc làm trực tiếp và gián tiếp trong ngành du lịch (loại việc làm, giới, v.v...)

- Tỷ lệ việc làm truyền thống của địa phương so với du lịch
- Thu nhập trực tiếp và gián tiếp từ du lịch cộng đồng
- Chi phí cho các dự án phát triển cộng đồng từ quỹ du lịch (bao gồm các loại dự án và người thụ hưởng)
- Số lượng và loại hình doanh nghiệp du lịch địa phương
- Doanh thu của doanh nghiệp du lịch, mức lỗ - lãi
- Công suất / tỷ lệ hoạt động của doanh nghiệp du lịch / (bao gồm cả theo mùa du lịch)

Chỉ số tác động xã hội

- Số lượng thành viên cộng đồng tham dự các khóa đào tạo liên quan đến du lịch (bao gồm loại, trình độ và thời gian của khóa học)
- Tỷ lệ nữ giới trong nguồn nhân lực du lịch địa phương (bao gồm thâm niên, tiền lương và lợi ích so với nam giới)
- Số lượng nữ doanh nhân trong ngành công nghiệp du lịch địa phương
- Số lượng và loại hình sự kiện văn hoá truyền thống được bảo trợ và những di sản văn hoá được bảo vệ hoặc nâng cấp
- Lượng phản hồi tích cực và tiêu cực từ các bên liên quan về các doanh nghiệp du lịch hay các điểm tham quan cộng đồng

Chỉ số tác động môi trường

- Số lượng và loại các dự án bảo vệ môi trường thực hiện do có các hoạt động du lịch
- Mức độ ô nhiễm trong cộng đồng và môi trường
- Mức độ phá hoại môi trường thiên nhiên địa phương do du khách và công ty lữ hành
- Số lượng thành viên cộng đồng tham dự các khóa đào tạo liên quan đến môi trường (bao gồm loại, trình độ và thời gian của khóa học)
- Mức độ sử dụng tài nguyên sẵn có (nước, đất, điện, v.v...)
- Mức độ quản lý và xử lý chất thải

Kiến nghị

Nếu các kết quả của việc giám sát được đánh giá và thực thi, chỉ cần theo dõi những tác động của du lịch đối với cộng đồng và những lợi ích du lịch mang lại tính bền vững trong cộng đồng sẽ làm nên sự thành công trong quá trình hoạt động và phát triển điểm tham quan du lịch và các sản phẩm du lịch. Do đó, các kết quả giám sát và đánh giá cần được coi như kim chỉ nam cho sự phát triển và thực hiện các chính sách, hành động ngắn hạn và dài hạn trong tương lai. Các tổ chức quản lý cộng đồng cũng cần đảm bảo kết quả giám sát và đánh giá sẽ được đưa vào các nghiên cứu, điều chỉnh chiến lược và kế hoạch hành động du lịch tới. Quá trình học tập ứng phó với sự thay đổi thông qua giám sát, thử nghiệm và học hỏi được coi là quản lý thích ứng và phải là một quá trình liên tục.