

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

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



esrt thông tin ^{Tờ số 1}

Giới thiệu về Du lịch có trách nhiệm





Du lịch ngày nay

Thị trường quốc tế

Du lịch là một trong những ngành kinh tế có sức tăng trưởng nhanh và mạnh nhất trên thế giới. Theo tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên hợp quốc (UNWTO), dù đôi khi có những biến cố bất lợi, lượng khách du lịch quốc tế trên toàn cầu vẫn không ngừng tăng trưởng: từ 25 triệu khách năm 1950 lên 277 triệu khách năm 1980, 435 triệu khách năm 1990, 675 triệu khách năm 2000 và hiện nay là 940 triệu khách.⁽¹⁾

Về mặt kinh tế, thu nhập xuất khẩu từ du lịch quốc tế đón khách lên tới 3 tỷ đô-la Mỹ mỗi ngày và ngành công nghiệp này chiếm gần 1/3 tỷ lệ xuất khẩu dịch vụ thương mại trên toàn cầu. Trên phạm vi thế giới, xét dưới góc độ ngành hàng xuất khẩu, ngành du lịch xếp thứ 4 sau ngành dầu khí, hóa chất và các sản phẩm máy móc tự động.⁽²⁾

Thực trạng ở Việt Nam

Theo Tổng cục Thống kê, lượng khách du lịch quốc tế tới Việt Nam tăng gấp hơn 2 lần trong 12 năm qua, từ 2,1 triệu lượt khách năm 2000 lên 6,8 triệu lượt năm 2012. Trong khi đó, du lịch nội địa cũng cho thấy mức tăng trưởng tương tự, từ 11,7 triệu lượt khách năm 2000 lên 23 triệu lượt năm 2009. Thực tế, tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên hợp quốc nêu rõ là mức tăng trưởng 8,9% của lượng khách du lịch quốc tế tới Việt Nam trong thập kỷ qua đã vượt xa mức tăng trưởng 3,4% mà ngành du lịch thế giới nói chung đang trải nghiệm.

Tới năm 2015, du lịch và lữ hành được kỳ vọng trở thành ngành tuyển dụng nhân lực lớn nhất Việt Nam, sẽ đóng góp khoảng 15% lực lượng lao động quốc gia, 1,4 triệu công việc trực tiếp và một khối lượng đáng kể công việc gián tiếp.⁽³⁾

Theo công bố của Tổng cục Thống kê, năm 2012, 10 thị trường nguồn hàng đầu gửi khách du lịch quốc tế tới Việt Nam, chủ yếu là thuộc khu vực Bắc Á, chiếm 72% tổng lượng khách quốc tế tới Việt Nam.

10 THỊ TRƯỜNG NGUỒN HÀNG ĐẦU CỦA VIỆT NAM NĂM 2012

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
8	Úc	289,844
9	Thái Lan	225,866
10	Pháp	219,721

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2013

Tương lai của ngành du lịch Việt Nam cũng tỏ ra sáng lạn. Tới năm 2020, ngành du lịch kỳ vọng đón khoảng 10-10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế (mức tăng trưởng hàng năm đạt 7,6%) và 48 triệu lượt khách nội địa (mức tăng trưởng hàng năm đạt 5,3%), tăng tổng thu của ngành du lịch lên 18-19 tỷ đô-la Mỹ (mức tăng trưởng đạt 13,8% tới năm 2015 và sau đó duy trì mức tăng trưởng định kỳ hàng năm là 12%). Đồng thời, đóng góp của ngành du lịch vào GDP sẽ tăng từ 6,5-7% và ngành du lịch được kỳ vọng sẽ thu hút khoảng 42,5 tỷ đô-la Mỹ vốn đầu tư.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ Tổ chức UNWTO 2011, *Điểm sáng du lịch: ấn bản 2011*, UNWTO, Madrid, Tây Ban Nha.

⁽²⁾ Như trên

⁽³⁾ Hội đồng Lữ hành và Du lịch Thế giới 2012, *Tác động kinh tế của Lữ hành và Du lịch 2013: Việt Nam*, HĐLHDLTG, Anh.

⁽⁴⁾ Dự án EU, *Chiến lược Tiếp thị và Kế hoạch hành động cho ngành du lịch Việt Nam: 2013-2020* [Dự thảo đề xuất TCDL]

Cần có trách nhiệm lớn hơn

Rõ ràng ngành du lịch là một ngành có mức tăng trưởng mạnh mẽ, là một cỗ máy quan trọng thúc đẩy chi tiêu, đầu tư, tạo ra thu nhập ngoại tệ, việc làm và tăng cường bảo vệ các di sản thiên nhiên, văn hóa. Tuy nhiên, kéo theo đó là tương lai về du lịch đại trà⁽⁵⁾ (mass tourism) cũng mang tới hàng loạt nguy cơ và thách thức cho Việt Nam.

Các tác động tiêu cực tới xã hội và môi trường do sự yếu kém trong quy hoạch và quản lý du lịch có thể bao gồm:

- Phát triển quá mức hoặc không đồng đều – Công tác tổ chức và quản lý du lịch yếu kém có thể dẫn đến tình trạng phát triển quá mức hoặc không đồng đều. Ví dụ điển hình có thể thấy tại nhiều quốc gia trên thế giới đó là việc xây dựng nhiều tòa nhà cao tầng trị giá hàng triệu đô-la với mật độ dày đặc dọc theo các vùng bờ biển nổi tiếng nhưng bao quanh chúng lại là các khu dân cư vô cùng nghèo đói. Việc phát triển du lịch như vậy khiến cho điểm đến du lịch mất đi sự cuốn hút và tính hấp dẫn tự nhiên – lý do đầu tiên làm cho hầu hết khách du lịch đi đến địa điểm đó.
- Bất đồng về văn hóa – Sự thiếu thông tin, các ấn tượng sai lệch, thông tin không chính xác, giao tiếp kém và hiểu biết nghèo nàn có thể dẫn tới các tình huống xung đột và bất đồng về văn hóa, theo đó, nhiều khách du lịch cư xử và hành động giống như họ đang ở quê hương mình và không tuân thủ theo các quy tắc xã hội tại nơi họ đang đến thăm. Khách du lịch cũng có thể làm xáo trộn cuộc sống hàng ngày của người dân địa phương, khiến họ mất đi sự riêng tư và trong một số trường hợp gây ra cảm giác quá đông đúc, ngột ngạt. Tất cả những điều này đều tạo ra cảm giác khó chịu đối với khách du lịch và gây khó khăn cho việc phát triển du lịch.
- Cạnh tranh để giành các nguồn lực hạn chế – Một áp lực lớn hơn có thể đặt lên các nguồn lực tại địa phương, bao gồm năng lượng, thực phẩm, nước sinh hoạt... vốn những nguồn lực hiện tại đã vô cùng thiếu thốn và hạn chế. Hơn nữa, sự gia tăng xả rác và nước thải cũng có thể khiến tình trạng ô nhiễm không khí, tiếng ồn và nguồn nước ngày càng trở nên trầm trọng hơn.

- Phá hủy môi trường tự nhiên – Việc không quản lý, kiểm soát du lịch trong các khu bảo tồn cũng có thể gây tác động xấu đến hệ sinh thái tự nhiên, dẫn đến sự mất đi tính đa dạng sinh học, gây xói mòn và tạo ra các tác động xấu khác.

UNEP (Chương trình Môi trường của Liên hợp quốc) cũng đã xác định một số tác động tiêu cực về kinh tế do việc tổ chức và quản lý du lịch yếu kém gây ra như sau:

- Sự rò rỉ về thu nhập – Các khách sạn mà chủ nhân không phải là người dân địa phương, các hãng hàng không quốc tế, thực phẩm và đồ uống nhập khẩu dẫn đến sự rò rỉ thu nhập tiềm năng của địa phương sang các khu vực khác.
- Du lịch trọn gói (Enclave tourism) – Cơ hội cho các doanh nghiệp địa phương kiếm thu nhập từ khách du lịch có thể bị sụt giảm nghiêm trọng khi khách du lịch chọn các tour “du lịch trọn gói”, theo đó chỗ ở, các bữa ăn, và phương tiện đi lại thường do một nhà điều hành chính cung cấp (ví dụ các khu nghỉ dưỡng, hoặc các tàu du lịch lớn).
- Lạm phát – Sự gia tăng nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ từ khách du lịch có thể dẫn tới tình trạng tăng giá hàng hóa, dịch vụ. Các điểm đến du lịch đang bùng nổ cũng có thể dẫn tới sự gia tăng nhu cầu về bất động sản từ các chủ đầu tư, theo đó dẫn tới sự tăng giá đất và khiến người dân địa phương phải di dời vì không còn khả năng sinh sống ở đó nữa.
- Sự phụ thuộc về kinh tế – Tại nhiều điểm đến du lịch, du lịch có thể trở thành một ngành công nghiệp chính tác động xấu đến sự đa dạng hóa, khiến nền kinh tế địa phương trở nên dễ bị tổn thương khi có sự thay đổi về nhu cầu do các cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các thảm họa tự nhiên, hoặc các thời điểm bất ổn chính trị hoặc xã hội gây nên.
- Sự thay đổi về nhu cầu – Du lịch thường có tính chất theo mùa, dẫn tới tình trạng bất ổn về điều kiện làm việc của lực lượng lao động trong ngành du lịch, ví dụ như sự bấp bênh về thu nhập và việc làm, sự khó khăn trong công tác đào tạo và các quyền lợi về y tế cũng như các điều kiện làm việc và sinh hoạt không đạt yêu cầu.

⁽⁵⁾ Trong phạm vi tài liệu này, “Du lịch đại trà” hàm ý các thực trạng trong đó một số lượng lớn du khách tạm thời tới một điểm du lịch và tiếp cận nhiều với các điều kiện của địa phương. Du lịch đại trà có nguy cơ gây ra các rủi ro cho khả năng chịu tải của điểm du lịch (giới hạn sử dụng các nguồn lực xã hội, sinh thái và kinh tế).

Khái niệm du lịch có trách nhiệm

Du lịch có trách nhiệm cung cấp một hướng đi cho tất cả các thành tố liên quan tới hoạt động du lịch nhằm giảm thiểu các tác động tiêu cực và tăng cường các tác động tích cực nó đem lại.

Cốt lõi của du lịch có trách nhiệm là các nguyên tắc du lịch bền vững theo đó Chương trình Môi trường và Tổ chức Du lịch Thế giới của Liên hợp quốc,⁽⁶⁾ hướng tới:

1. Sử dụng tối ưu các nguồn lực môi trường tạo nên thành tố chính cho phát triển du lịch, duy trì các tiến trình sinh thái thiết yếu và góp phần bảo tồn di sản tự nhiên và đa dạng sinh học.
2. Tôn trọng bản sắc văn hóa – xã hội của cộng đồng địa phương, bảo tồn các di sản sống/đã được xây dựng cũng như các giá trị truyền thống của họ và nâng cao hiểu biết cũng như chấp nhận về nền văn hóa mới.
3. Đảm bảo các lợi ích kinh tế khả thi, lâu dài được phân phối công bằng cho tất cả các đối tác, bao gồm tình trạng việc làm bền vững, cơ hội cải thiện thu nhập, các dịch vụ xã hội cho cộng đồng chủ nhà và góp phần giảm nghèo.

Tuy nhiên, du lịch có trách nhiệm không đơn thuần chỉ là đạt được sự bền vững. Nó đòi hỏi tất cả chúng ta, từ khách du lịch tới các nhà quản lý, nhân viên làm việc tại các nhà hàng, khách sạn, cơ quan quản lý du lịch tích cực tham gia vào quá trình tạo ra các thay đổi tích cực thông qua việc đưa ra các quyết định và hàng ngày thực hiện các hành động giúp tối đa hóa các lợi ích kinh tế, xã hội, môi trường và giảm thiểu các tác động tiêu cực.

“Du lịch có trách nhiệm gắn với việc giải quyết các vấn đề cụ thể nảy sinh tại các địa điểm cụ thể như là kết quả của du lịch”

Giáo sư Harold Goodwin, 2011

Du lịch có trách nhiệm là một cách thức nhằm quản lý và làm du lịch chứ không phải một điểm đến; kết quả là Du lịch có trách nhiệm tạo ra *những địa điểm tốt hơn cho người dân sinh sống ở đó và cho người tới thăm,⁽⁷⁾* và thước đo thành công là nguồn thu nhập cao hơn, các công việc thỏa đáng hơn và điều kiện văn hóa, xã hội, tự nhiên được cải thiện hơn.

Do đó, yếu tố then chốt quyết định sự thành công của du lịch có trách nhiệm là sự đón nhận trách nhiệm của tất cả các đối tác. Mỗi quyết định chúng ta đưa ra hàng ngày đều có thể tác động tới con người và môi trường xung quanh chúng ta. Thực hiện du lịch có trách nhiệm đòi hỏi chúng ta phải có định hướng bằng các nguyên tắc đạo đức và các bộ luật của xã hội. Khi đưa ra các quyết định, chúng ta cần đặt mình ở vị thế của cả nhà sản xuất và người tiêu dùng sản phẩm du lịch nhằm mang lại lợi ích tích cực nhất cho con người và môi trường xung quanh.

Tóm lại, du lịch có trách nhiệm đòi hỏi chúng ta phải có trách nhiệm với những hành động (và cả những điều bỏ sót) của chính mình, có khả năng, năng lực hành động nhất định và sau đó là phản ứng nhằm tạo ra sự khác biệt tích cực.

Yếu tố then chốt của du lịch có trách nhiệm

Yếu tố then chốt của du lịch có trách nhiệm là sự chấp nhận trách nhiệm của tất cả các đối tác. Mỗi quyết định chúng ta đưa ra đều có thể gây tác động tích cực hoặc tiêu cực. Để thực hiện du lịch có trách nhiệm chúng ta phải có định hướng bằng các nguyên tắc đạo đức và các bộ luật của xã hội nhằm đưa ra các quyết định mang lại lợi ích tích cực nhất cho con người và môi trường xung quanh chúng ta. Tóm lại, du lịch có trách nhiệm đòi hỏi chúng ta phải có trách nhiệm với hành động (và cả những điều bỏ sót) của chính mình, có khả năng, năng lực hành động nhất định và sau đó là phản ứng nhằm tạo ra sự khác biệt tích cực.

⁽⁶⁾ Chương trình Môi trường và Tổ chức Du lịch Thế giới của Liên hợp quốc 2005, *Để du lịch bền vững hơn: Chỉ dẫn cho các nhà hoạch định chính sách*, UNEP

⁽⁷⁾ Tuyên bố Cape Town 2002 về du lịch có trách nhiệm

Trách nhiệm của ai?

Du lịch có trách nhiệm có nghĩa là mọi người tham gia đều có trách nhiệm làm cho du lịch trở nên bền vững hơn. Điều này đòi hỏi cả người cung cấp và người tiêu dùng sản phẩm du lịch phải xác định các vấn đề liên quan tới bền vững họ có thể giải quyết, chịu trách nhiệm và sau đó là chứng minh các kết quả tích cực.

Giáo sư Harold Goodwin chỉ ra là “Du lịch có trách nhiệm không phải là một thị trường chuyên biệt (niche market) mà nó có ý nghĩa tạo ra các hình thức lối hành và du lịch có trách nhiệm hơn. Nó liên quan tới việc biến đổi bản chất của du lịch.”⁽⁸⁾



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

Ngoài những lợi ích của điểm đến du lịch bền vững hơn được khắc họa bởi môi trường trong sạch, lành mạnh hơn, nền văn hóa mạnh mẽ và sôi động với ít xung đột hơn và người dân nhận được các lợi ích kinh tế công bằng được phân bổ rộng rãi, còn có một loạt các lợi ích khác dành cho khu vực tư nhân khi thực hiện các nguyên tắc và thực hành du lịch có trách nhiệm:

Đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng

Bằng việc tuân thủ phương thức du lịch có trách nhiệm, bạn đang đáp ứng nhu cầu khách hàng, giúp cho công ty có các chính sách phù hợp luân thường đạo lý, trả lương thỏa đáng cho nhân viên, cung cấp điều kiện làm việc tốt, tôn trọng nền văn hóa và không gây tác động tiêu cực cho môi trường.

Nâng cao giá trị cho sản phẩm của bạn

Người tiêu dùng có cảm giác tích cực khi họ đang hỗ trợ một việc gì đó góp phần tích cực bảo vệ môi trường và hỗ trợ người dân địa phương về mặt kinh tế, xã hội. Tuân thủ các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm sẽ nâng cao uy tín và giúp bạn nổi bật trong

Có được hỗ trợ từ cộng đồng

Thông qua việc thực hiện các biện pháp thực hành bảo vệ môi trường và đem lại lợi ích tích cực cho người dân cũng như nền kinh tế địa phương, bạn sẽ nhận được sự đón tiếp nhiệt tình hơn từ các doanh nghiệp, cộng đồng và chính quyền địa phương, qua đó có thêm nhiều cơ hội kinh doanh.

Tạo sự chú ý tích cực của giới truyền thông

Là một doanh nghiệp hoạt động có trách nhiệm có thể giúp gây sự chú ý tích cực của giới truyền thông và qua đó có thể giúp tăng doanh số bán hàng cũng như tạo thêm cơ hội kinh doanh.

Tiết kiệm tiền bạc

Sử dụng năng lượng hiệu quả hơn sẽ giúp cắt giảm chi phí trực tiếp. Áp dụng các điều kiện lao động tốt sẽ góp phần tạo ra một lực lượng lao động vui vẻ hơn và nâng cao năng suất lao động. Quan tâm tới các khía cạnh tự nhiên của các điểm đến du lịch sẽ giúp tăng lượng khách quay trở lại và bảo hộ các lĩnh vực kinh doanh có liên quan trong dài hạn.

Giữ chân nhân viên

Nội dung hoạt động có trách nhiệm sẽ tạo ra niềm tự hào về công việc kinh doanh và giúp thu hút, giữ chân nhân viên, qua đó giúp giảm thiểu lượng nhân viên phải thay thế và chi phí đào tạo kèm theo.

⁽⁸⁾ Goodwin H. 2011, *Trách nhiệm trong du lịch: Quản lý du lịch có trách nhiệm*, Nhà xuất bản Goodfellow, Oxford, Anh



Lợi ích của du lịch có trách nhiệm đối với người tiêu dùng

Ngoài các lợi ích nêu trên như làm giảm thiểu các tác động tiêu cực tới kinh tế, xã hội và môi trường, giúp tối đa hóa các lợi ích tích cực tương ứng, du lịch có trách nhiệm còn mang lại một số lợi ích đặc biệt đáp ứng các xu hướng phong cách mới nổi của khách du lịch ngày nay. Tài liệu Thị trường sản phẩm du lịch có trách nhiệm của tổ chức SNV⁽⁹⁾ chỉ ra các lợi ích sau:

- Du lịch có trách nhiệm đem tới những trải nghiệm du lịch năng động, đáp ứng mối quan tâm ngày càng lớn đối với môi trường và xã hội của các nhóm khách du lịch phương Tây như thế hệ công dân sinh ra trong thời kỳ hậu chiến thế giới thứ II (1961- 1981) và “thế hệ công dân X” sinh ra trong thời kỳ 1961- 1981, “thế hệ công dân Y” sinh ra trong thời kỳ 1980-2001).
- Du lịch có trách nhiệm mang tới cơ hội hòa mình vào thiên nhiên cho du khách từ các vùng miền ngày càng được đô thị hóa thông qua các hoạt động ngoài trời như đi bộ, cắm trại, thăm thú cuộc sống hoang dã, đạp xe, các hoạt động thể thao dưới nước cũng như cơ hội tiếp xúc với cộng đồng địa phương.
- Du lịch có trách nhiệm mang lại cho du khách các trải nghiệm “đích thực” hoặc “chân thực” về văn hóa và dựa trên nền tảng tự nhiên, đáp ứng nhu cầu tìm kiếm sự chân thực của du khách thay vì các trải nghiệm giả tạo, là kết quả của quá trình sản xuất, như các tiết mục trình diễn văn hóa nguyên bản thay vì các tiết mục được thương mại hóa hoặc là thăm quan cuộc sống hoang dã trong môi trường sống tự nhiên thay vì trong môi trường nuôi nhốt.
- Du lịch có trách nhiệm mang tới cho những người tiêu dùng tận tâm những trải nghiệm “xanh” có ít tác động tiêu cực hơn tới môi trường và cộng đồng địa phương, đồng thời cung cấp cơ hội việc làm và điều kiện làm việc tốt cho nhân viên tham gia quá trình cung cấp hàng hóa và dịch vụ được tiêu dùng trong suốt chuỗi trải nghiệm du lịch.
- Du lịch có trách nhiệm giúp người tiêu dùng muốn tìm kiếm cảm giác “tự hoàn thiện” bằng cách mang lại ý nghĩa sâu sắc hơn cho các trải nghiệm du lịch và cơ hội được cho/tặng lại thông qua việc tạo ra các cơ hội hỗ trợ tài chính cho cộng đồng địa phương hoặc các dự án môi trường hoặc cơ hội làm tình nguyện viên.

⁽⁹⁾ Tổ chức phát triển Hà Lan SNV 2009, *Thị trường sản phẩm du lịch có trách nhiệm*, SNV, The Hague, Hà Lan

Thực hiện du lịch có trách nhiệm: Tuyên bố Cape Town

Năm 2002, các đại diện ngành du lịch từ 20 quốc gia thuộc khu vực châu Phi, Nam và Bắc Mỹ, châu Âu, châu Á, tổ chức Du lịch Thế giới và Chương trình môi trường Liên hợp quốc đã tụ họp tại Cape Town, Nam Phi để tham gia hội nghị quốc tế đầu tiên về du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến. Các kết quả của hội nghị sau đó đã trở thành một số nguyên tắc sáng lập chủ đạo của du lịch có trách nhiệm. Các nguyên tắc hướng dẫn thực hiện du lịch có trách nhiệm tại các điểm đến trong phạm vi tuyên bố Cape Town được xác định có nội dung như sau:

Hoàn thành trách nhiệm với xã hội

1. Tích cực gắn kết cộng đồng địa phương vào quá trình lập kế hoạch và đưa ra quyết định cũng như nâng cao năng lực của họ để biến điều này thành hiện thực.
2. Đánh giá các tác động xã hội trong suốt quá trình vận hành nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực và tối đa hóa tác động tích cực
3. Nỗ lực biến du lịch thành trải nghiệm xã hội cho tất cả mọi đối tượng và đảm bảo mọi đối tượng, đặc biệt những cộng đồng/cá nhân dễ bị tổn thương và chịu thiệt thòi đều có khả năng tiếp cận du lịch.
4. Đấu tranh chống lại lạm dụng tình dục, đặc biệt hành vi khai thác tình dục đối tượng trẻ em.
5. Tôn trọng nền văn hóa bản địa, duy trì và khuyến khích tính đa dạng xã hội, văn hóa.
6. Nỗ lực đảm bảo du lịch góp phần cải thiện tình trạng giáo dục và sức khỏe.

Hoàn thành trách nhiệm với môi trường

1. Đánh giá tác động môi trường thông suốt quá trình vận hành của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch và đảm bảo giảm thiểu tác động tiêu cực đồng thời tối đa hóa tác động tích cực.

2. Sử dụng các nguồn lực theo phương thức bền vững, giảm rác thải và tiêu dùng quá mức.
3. Quản lý đa dạng tự nhiên theo phương thức bền vững và tái tạo (tại nơi phù hợp); cân nhắc khối lượng và loại hình du lịch môi trường có thể hỗ trợ và tôn trọng tính toàn vẹn của hệ sinh thái để bị tổn thương và các khu vực được bảo vệ.
4. Nâng cao giáo dục và nhận thức về phát triển bền vững cho tất cả các đối tác.
5. Nâng cao năng lực của các đối tác và đảm bảo phương thức thực hành tốt nhất được tuân thủ, xin tư vấn của các chuyên gia về môi trường và bảo tồn.

Hoàn thành trách nhiệm kinh tế

1. Đánh giá tác động kinh tế trước khi phát triển du lịch và ưu tiên phát triển mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương và giảm thiểu tác động tiêu cực tới sinh kế của người bản địa.
2. Tối đa hóa lợi ích kinh tế bằng cách tăng cường các mối liên kết và giảm thiểu tình trạng thất thoát bằng cách đảm bảo các cộng đồng được tham gia và hưởng lợi từ du lịch.
3. Phát triển sản phẩm chất lượng có vai trò phản ánh, bổ sung và củng cố điểm đến.
4. Tiếp thị du lịch theo phương thức phản ánh được sự nguyên vẹn của tự nhiên, văn hóa và xã hội tại điểm đến.
5. Áp dụng các thực hành kinh doanh hợp lý, trả và định giá hợp lý, xây dựng quan hệ hợp tác, cơ cấu và tuyển dụng nhân viên theo các tiêu chuẩn lao động quốc tế.
6. Hỗ trợ hợp lý, hiệu quả cho các doanh nghiệp quy mô nhỏ, vừa và cực nhỏ nhằm đảm bảo các doanh nghiệp liên quan tới hoạt động du lịch phát triển bền vững và thịnh vượng.



Văn phòng Ban Quản lý Dự án

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

Tel: (84 4) 3734 9357

Fax: (84 4) 3734 9359

E-mail: info@esrt.vn

Trang web: www.esrt.vn



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



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



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



Tải bản mềm (Anh - Việt) tại địa chỉ:
<http://factsheet1.esrt.vn>

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

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

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

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