

- **BÀI 9. THỰC HÀNH TỐT DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM**



Những nội dung chính

Mục tiêu

Kết thúc bài học này, học viên có thể:

- Hiểu được các tác động tích cực và tiêu cực của du lịch đối với di sản văn hóa và những lợi ích của du lịch có trách nhiệm 1. 2.
- Giải thích được tầm quan trọng của quy hoạch và quy định di sản văn hóa 3.
- Giải thích được làm thế nào để thu hút sự tham gia của các bên liên quan vào quá trình quy hoạch và quản lý di sản 4.
- Xác định được những cách thức thuyết minh và tuyên truyền có trách nhiệm các di sản văn hóa 5. 6.
- Giải thích được những điển hình tốt trong triển khai các chiến lược giảm thiểu tác động của du lịch đối với các điểm di sản văn hóa
- Giải thích được các nguyên tắc chính trong phát triển các sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm
- Xác định được những điển hình tốt trong quản lý tài chính các điểm di sản văn hóa



BÀI 9. THỰC HÀNH TỐT DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI
CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM

CHỦ ĐỀ 1. TỔNG QUAN VỀ DI SẢN VĂN HÓA VÀ DU LỊCH Ở VIỆT NAM

Định nghĩa di sản văn hóa

Di sản - là một sự vật được kế thừa từ quá khứ và truyền lại cho các thế hệ tương lai

Di sản văn hóa - thường ám chỉ các kiệt tác có giá trị nghệ thuật và lịch sử được truyền lại qua thời gian



UNESCO phân loại di sản văn hóa như thế nào

Nguồn ảnh:

http://en.wikipedia.org/wiki/File:%C4%90%E1%BB%93ng_K%E1%BB%B5_06.jpg
[http://en.wikipedia.org/wiki/File:National_Museum_Vietnamese_History_47_\(cropped\).jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:National_Museum_Vietnamese_History_47_(cropped).jpg)

Tầm quan trọng của di sản văn hóa

3% HỖN HỢP →



981 DI SẢN VĂN HÓA TRÊN THẾ GIỚI



Câu đố nhanh: Việt Nam có 7 di sản được UNESCO công nhận là Di sản Thế giới, trong đó có 2 di sản tự nhiên và 5 di sản văn hóa. Bạn có thể nêu tên các di sản đó không?

Các di sản thế giới của Việt Nam



Quần thể di tích cố đô Huế



Thành nhà Hồ



Thánh địa Mỹ Sơn



Vịnh Hạ Long



Phố cổ Hội An



Trung tâm Cảnh quan Văn hóa Nhà Hồ



Phong Nha Kẻ Bàng
KHOANG TỰ NHIÊN

Nguồn ảnh:

http://en.wikipedia.org/wiki/H%E1%BB%99i_An

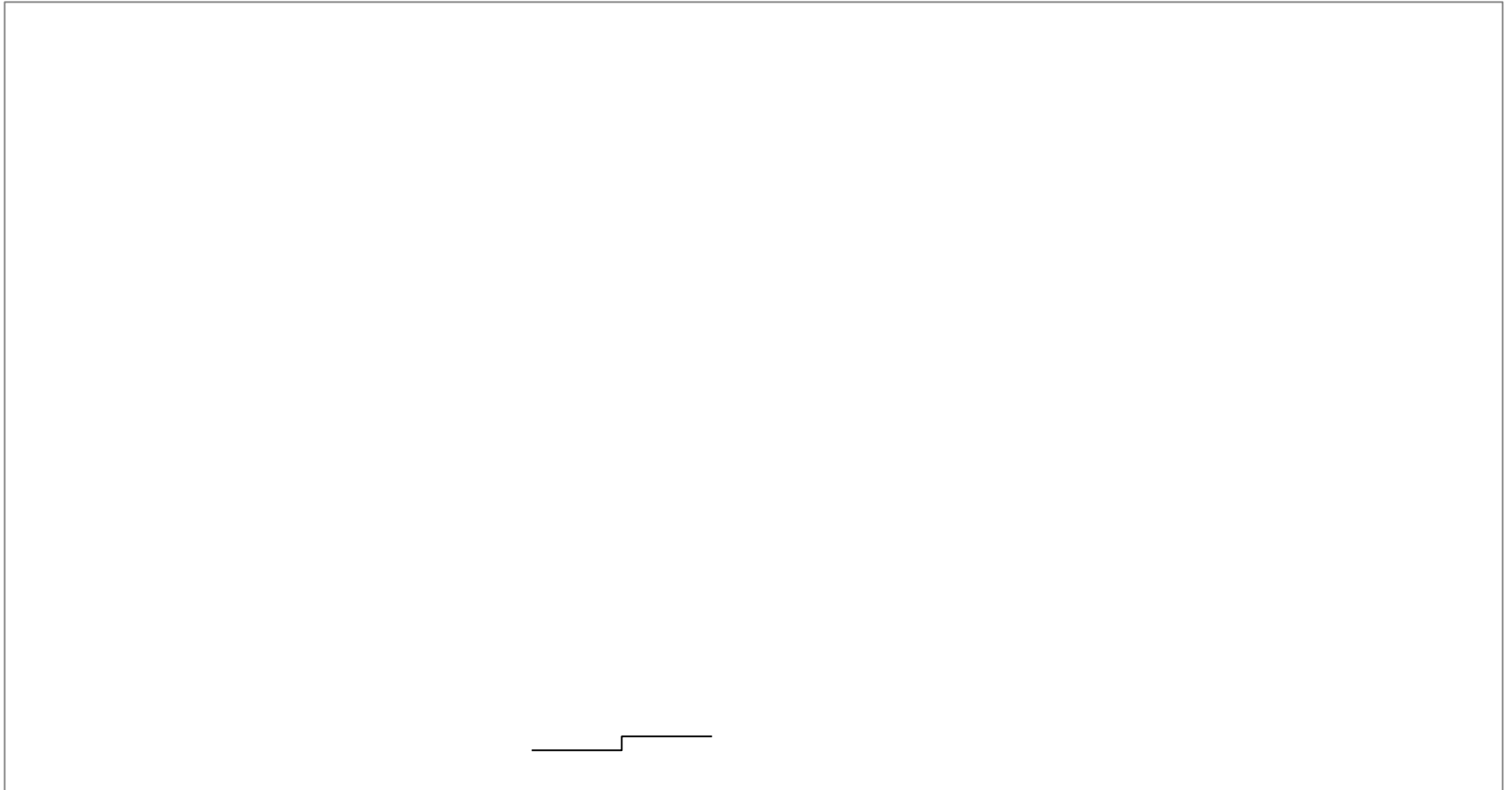
http://en.wikipedia.org/wiki/M%E1%BB%B9_S%C6%A1n

http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Featured_picture_candidates/A_Busy_Ha_Long_Bay

<http://en.wikipedia.org/wiki/File:Phongnha17.jpg>

http://en.wikipedia.org/wiki/File:Grave_khai_dinh.jpg

Số lượng các di sản văn hóa ở Việt Nam dựa theo loại hình



Các di sản của Việt Nam theo mức độ bảo vệ



Mối liên quan giữa di sản văn hóa và du lịch

UNWTO:

37%

du lịch toàn cầu có động
cơ về văn hóa

ỦY BAN DU
LỊCH CHÂU ÂU:

*“... Có tăng
trưởng đáng kể
ở một mức độ
sâu hơn về mối
quan hệ với văn
hóa địa phương
trong suốt thập
kỷ qua...”*

Niềm tin quốc gia về bảo vệ di sản

57%

Lịch sử và văn hóa ảnh
hưởng mạnh du khách khi
lựa chọn điểm đến du lịch
(và chỉ 15% là không)

Du lịch văn hóa là gì?



Một hình thức du lịch
kết nối với sự di
chuyển của con
người nhằm thỏa
mãn các động cơ về
văn hóa



Du lịch văn hóa chỉ là một trong rất nhiều hình thức du lịch

Các lợi ích của du lịch di sản văn hóa

Mang lại những **trải nghiệm về văn hóa** và cho phép trao đổi văn hóa

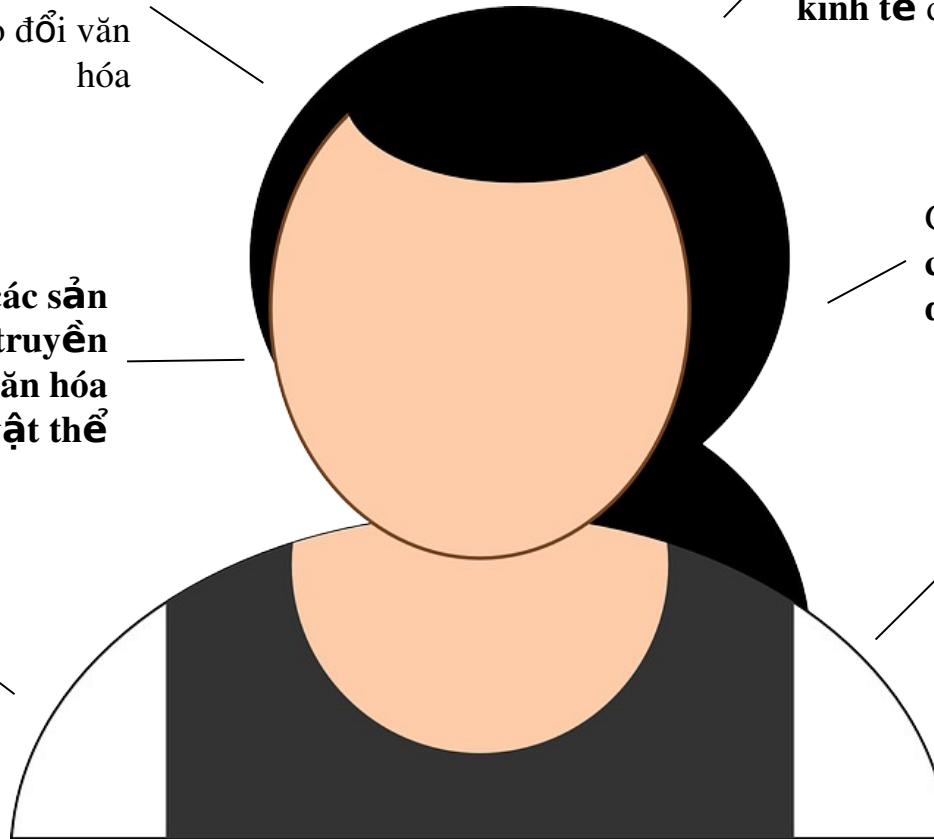
Tạo ra các cơ hội **việc làm mới** và đóng góp cho sự **phát triển kinh tế** địa phương

Góp phần **phục hồi các sản phẩm thủ công truyền thống** và các **di sản văn hóa phi vật thể**

Góp phần **bảo vệ các di sản** đã xây dựng

Nâng cao **mức sống** của khu vực

Xây dựng **niềm tự hào** của cộng đồng



Ngành du lịch ở Việt Nam đang phát triển nhanh – các nhà quản lý di sản văn hóa có theo kịp hay không?

SAU NÀY?

- Khách du lịch trong nước
- Khách du lịch quốc tế

HIỆN TẠI

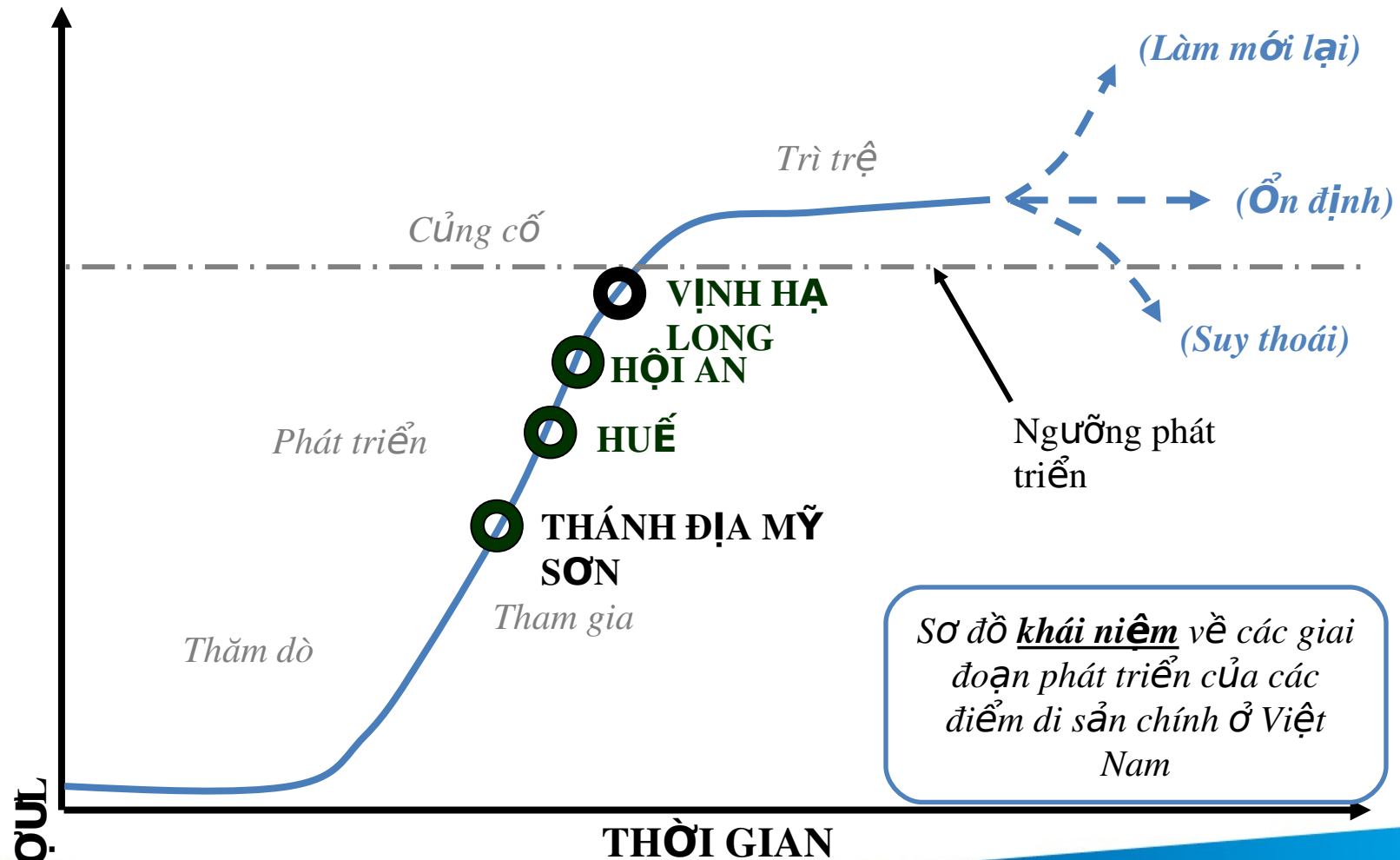
TRƯỚC
ĐÂY

N2000

N2013

N2020

Liệu các điểm đến di sản của Việt Nam đang đi đến tới hạn của sự phát triển?



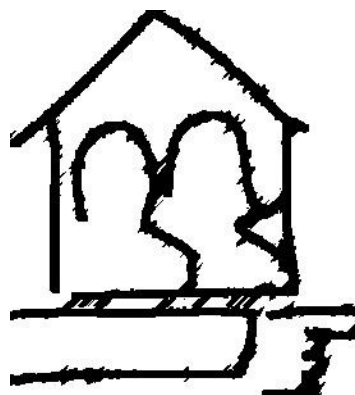
Những thách thức đối với du lịch di sản văn hóa 1/2



*Phân chia
kinh tế - xã hội
dựa vào văn hóa*



*Thương mại hóa
văn hóa*



*Thay thế
cư dân địa
phương*



*Mất bản sắc
văn hóa*



*Xói mòn
các truyền*

Các thách thức đối với du lịch di sản văn hóa 2/2



XUNG ĐỘT
về quyền sử
dụng đất

Thiệt hại
đến các điểm du
lịch và cơ sở vật
chất



Phát triển
*Có lựa
chọn*



Mất đi
tính chân thực

Nguồn ảnh:

<http://www.flickr.com/photos/archer10/4331192254/>

www.pixabay.com

http://www.clipartheaven.com/show/clipartinternational/people_-_cartoons/asian_farmer-gif.html

Thảo luận: Chúng ta muốn đi tới đâu?

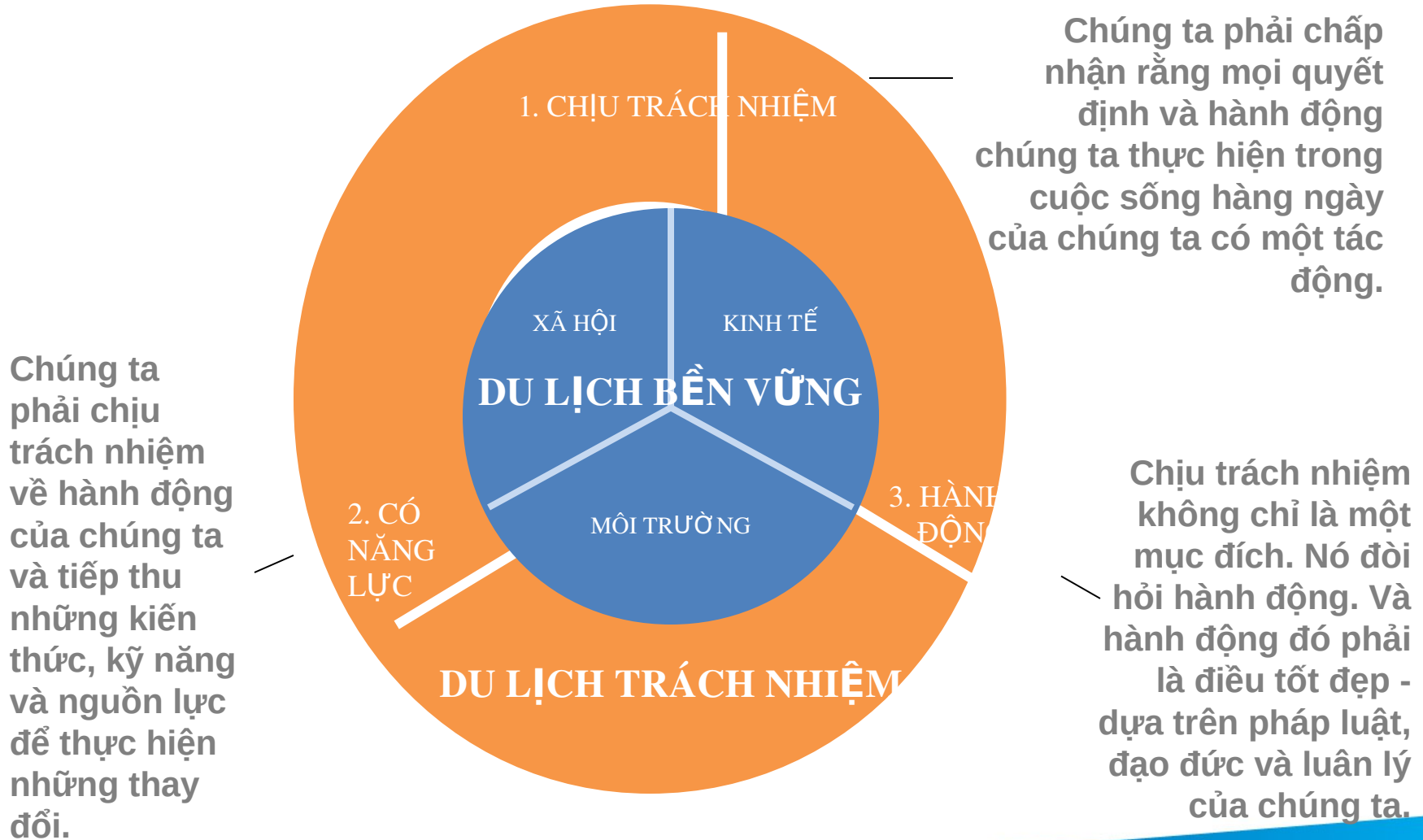


**DU LỊCH
ĐẠI CHÚNG**

**DU LỊCH
TÁC ĐỘNG
THẤP**

Du lịch có trách nhiệm: Xây dựng tương lai bền vững cho các khu di sản văn hóa

Cách tiếp cận của du lịch có trách nhiệm



Các lợi ích của du lịch có trách nhiệm trong quản lý điểm di sản văn hóa



Nhiều trải nghiệm thú vị hơn cho khách du lịch



Góp phần bảo tồn di sản văn hóa (và tự nhiên)



Kinh tế và việc làm cho cộng đồng



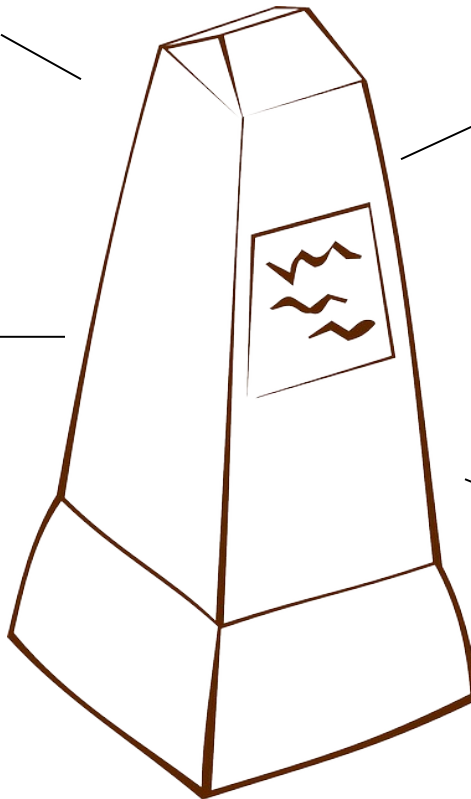
Trao quyền cho cộng đồng địa phương trong quá trình phát triển

Những nội dung chính áp dụng du lịch có trách nhiệm trong quản lý điểm di sản văn hóa

Quy hoạch điểm di sản văn hóa theo hướng bền vững **CHỦ ĐỀ 2**

Thuyết minh và truyền thông có trách nhiệm các giá trị di sản văn hóa **CHỦ ĐỀ 3**

Bảo tồn di sản văn hóa và quản lý tác động của du lịch **CHỦ ĐỀ 4**



Phát triển các sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm **CHỦ ĐỀ 5**

Tài chính bền vững cho quản lý di sản văn hóa **CHỦ ĐỀ 6**



- **BAI 7. MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ CỦA DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM**

CHỦ ĐỀ 2. QUY HOẠCH ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA THEO HƯỚNG BỀN VỮNG



Thảo luận: Vai trò và tầm quan trọng của các kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa là gì? Những kế hoạch liên quan thế nào tới phát triển bền vững? Chuyện gì sẽ xảy ra nếu một điểm di sản văn hóa không có hoặc thực hiện không hiệu quả kế hoạch quản lý?

Vấn đề là gì?

- Các kế hoạch bảo tồn di sản văn hóa thường không được xây dựng hoặc không rõ ràng
- Các quy hoạch di sản văn hóa thường không có sự phối hợp và không lồng ghép với các lĩnh vực khác
- Các kế hoạch tăng trưởng kinh tế thường được ưu tiên hơn là các kế hoạch bảo tồn di sản



Vai trò và tầm quan trọng của các kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa

- Hướng dẫn hoạt động hàng ngày và công tác thuyết minh một cách liên tục
- Cân bằng việc duy trì/ nâng cao tính thống nhất của di sản qua việc mang đến lượng du khách đủ để đáp ứng các yêu cầu về lợi nhuận
- Mục tiêu:
 - Duy trì sự hài hòa và thống nhất của điểm di sản
 - Bảo tồn các giá trị văn hóa trọng điểm của điểm di sản
 - Xác định các vấn đề về quản lý
 - Thúc đẩy vai trò của các bên liên quan để xây dựng một chiến lược quản lý cho phép điểm di sản đáp ứng hiệu quả các loại thách thức khác nhau

Lợi ích của việc quy hoạch di sản văn hóa tuân theo các nguyên tắc du lịch có trách nhiệm

Các nguyên tắc thực hành tốt trong quy hoạch điểm di sản văn hóa có trách nhiệm

Nguyên tắc 1. Định hướng theo một kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa toàn diện

- Các điểm di sản văn hóa được quy hoạch tốt có thể thúc đẩy tăng trưởng
- Sự phát triển này sẽ không thể đạt được thông qua quy hoạch truyền thống và thiếu sự phối hợp
- Quy hoạch điểm di sản văn hóa có sự lồng ghép giúp quản lý các nhu cầu khác nhau bằng cách liên kết việc bảo tồn di sản văn hóa với phát triển môi trường và kinh tế xã hội



Thực hành tốt du lịch có trách nhiệm trong xây dựng quy hoạch điểm di sản văn hóa

Bền vững	Về văn hóa, xã hội, sinh thái và kinh tế
Toàn diện	Xác định tất cả các vấn đề liên quan đến quản lý và phát triển du lịch di sản văn hóa
Liên kết ngành	Lồng ghép du lịch với các lĩnh vực khác như cơ sở hạ tầng, giáo dục, lao động, và tài nguyên thiên nhiên
Có sự tham gia và có tính toàn bộ	Có sự tham gia của các bên liên quan và cần tính đến cộng đồng địa phương cũng như các hộ nghèo. Chia sẻ công bằng các lợi ích kinh tế.
Có quá trình	Liên tục, linh hoạt và có phản hồi định kỳ
Khả thi	Thực tế, khả thi về tài chính và có định hướng triển khai

Các bước chính trong áp dụng quản lý tích hợp để cải thiện liên tục

CẢI THIỆN LIÊN TỤC

- Chuẩn bị giám sát
- Xây dựng các chỉ số giám sát

- Phân tích tình huống
- Xây dựng các mục tiêu, nội dung và cấu trúc của bản kế hoạch
- Xác định kế hoạch làm việc

- Tầm nhìn và mục tiêu
- Các lĩnh vực hành động, mục tiêu, chiến lược, và các vấn đề

Các thành phần quan trọng của một kế hoạch quản lý tích hợp điểm di sản văn hóa

Giới thiệu	Mô tả các mục tiêu và mục đích của kế hoạch quản lý thống nhất điểm di sản văn hóa
Xác định các vấn đề	Mô tả hiện trạng của điểm di sản: tổng quan khu vực, phát biểu về tầm quan trọng và các giá trị đơn lẻ / tính chân thực / tính thống nhất, nguy cơ và mối đe dọa, các công cụ bảo vệ, các bên liên quan trong bảo tồn và phát triển, các quy trình thủ tục và cơ cấu tổ chức / hoạt động
Đánh giá	Mô tả tầm nhìn, các mục tiêu theo chủ đề, các cách tiếp cận, hành động, v.v. đối với điểm di sản: tầm nhìn tổng thể và các mục tiêu chung cho toàn vùng, lĩnh vực hành động, mục tiêu, chiến lược, các quy trình thủ tục, cơ cấu tổ chức và hoạt động
Thực hiện & giám sát	Đưa ra kế hoạch hành động / kế hoạch thực hiện, và các bước giám sát kiểm tra liên tục

Lồng ghép các yếu tố bền vững trong quy hoạch: Văn hóa xã hội 1/3

MỤC TIÊU

Bảo tồn và phát huy một cách chân thực các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của một địa phương với tất cả lợi ích của nó.

Lồng ghép các yếu tố bền vững trong quy hoạch: Môi trường 2/3

MỤC TIÊU

Khả năng thích ứng của các di sản văn hóa vật thể đối với các yêu cầu về môi trường và giảm thiểu các tác động tiêu cực.

Lồng ghép các yếu tố bền vững trong quy hoạch : Kinh tế 3/3

MỤC TIÊU

Thu hút và gìn giữ
tổng hòa các hình
thức hoạt động kinh
tế đáp ứng nhu cầu
của cộng đồng địa
phương và du
khách, tôn trọng
đặc tính của trung
tâm lịch sử.

Quy hoạch cơ sở trong thực tiễn hiệu quả: Hiến chương ICOMOS

1 Bảo tồn **trước hết** cần mang lại cho các thành viên cộng đồng và du khách những **trải nghiệm có trách nhiệm và sự hiểu biết về di sản cũng như nền văn hóa của cộng đồng đó.**

2 Mối quan hệ giữa các điểm di sản và du lịch mang tính động và có thể dẫn đến các xung đột giá trị. Điều này cần được **quản lý theo cách bền vững cho các thế hệ hiện tại và trong tương lai.**

3 Việc bảo tồn và quy hoạch du lịch cho các điểm di sản cần **đảm bảo rằng trải nghiệm của du khách là đáng giá, thỏa mãn và thú vị.**

4 **Cộng đồng và người dân địa phương cần tham gia vào quy hoạch bảo tồn và du lịch.**

5 Các hoạt động du lịch và bảo tồn cần **mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương.**

6 Các chương trình xúc tiến du lịch cần **bảo vệ và tăng cường các đặc tính riêng của di sản văn hóa và thiên nhiên.**

Sử dụng phương pháp PUP trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

- Quá trình tham vấn với sự tham gia tích cực của các bên liên quan
- Kiến thức rộng, chuyên môn vững, kỹ năng quản lý sự tham gia của các chuyên gia mang đến nhiều yếu tố thuận lợi

Giai đoạn 1. Chuẩn bị lập kế hoạch

Giai đoạn 2. Lập kế hoạch cho điểm di sản

Giai đoạn 3. Viết báo cáo kế hoạch quản lý di sản văn hóa

Nguyên tắc 2. Có sự tham gia và hợp tác trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

- Quy hoạch điểm di sản văn hóa thường liên quan đến các bên khác nhau từ cấp địa phương đến cấp quốc tế
- Tuy nhiên mỗi bên liên quan thường có mục tiêu khác nhau
- Sự tham gia công bằng và rộng rãi vào quy hoạch điểm di sản văn hóa đảm bảo đạt được tất cả các mục tiêu và ít thấy ảnh hưởng của các tác động tiêu cực

Lĩnh vực quan tâm của các bên liên quan trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

Xây dựng dựa trên điểm mạnh của các bên liên quan

Lợi ích của sự hợp tác và tham gia rộng rãi của các bên liên quan

Lời khuyên để có được sự tham gia của các bên liên quan trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

1

Lôi kéo các bên liên quan sớm tham gia vào quá trình (đặc biệt trong quá trình lập sơ đồ văn hóa và xác định các lựa chọn phát triển du lịch)

2

Khuyến khích hợp tác rộng rãi thông qua một ban chỉ đạo đa phương tham gia tích cực vào việc thiết lập các mục tiêu quy hoạch, mục tiêu, chiến lược và các hoạt động

3

Thúc đẩy sự đóng góp liên tục của các bên liên quan vào quy hoạch và phát triển thông qua các cuộc họp thường xuyên, công khai và qua các hội thảo, diễn đàn

Các lĩnh vực cụ thể cộng đồng có thể tham gia trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

-
-
-
-
-

Nguyên tắc 3. Áp dụng phương pháp tiếp cận vùng đa ngành trong quy hoạch điểm di sản văn hóa

- Kế hoạch này sẽ không bền vững nếu nó không phù hợp với quy hoạch và chính sách ở cấp cao hơn có liên quan
- Xem xét các thỏa thuận chính thức của pháp luật trong việc chỉ định khu vực và không định ý nghĩa

Kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa phù hợp tại đây



Áp dụng phương pháp tiếp cận vùng trong quy hoạch và quản lý điểm di sản văn hóa

- Các điểm di sản văn hóa bị ảnh hưởng bởi các quyết định, hoạt động và bên ngoài
- Kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa phải xem xét đến các tác động bên ngoài ranh giới của nó
- Đặc biệt quan trọng khi các chính quyền khác quản lý các khu vực bên ngoài
- Để thành công nói chung nên xem việc lập kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa là nhằm mục đích xây dựng mô hình phát triển bền vững



3 vấn đề trọng tâm trong phối hợp khu vực

1

Phối hợp hoặc liên kết kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa với quá trình phát triển của địa phương và các hoạt động của cơ quan, tổ chức khác trong khu vực.

2

Trong kế hoạch quản lý điểm di sản văn hóa phải xác định và giải quyết các nguyện vọng và nhu cầu của cộng đồng địa phương xung quanh các điểm di sản văn hóa (cũng như những người sống trong đó)

3

Kết hợp các bên liên quan trong quy hoạch điểm di sản văn hóa và sử dụng tương thích, trong các chương trình giáo dục, diễn giải và các chương trình có sự tham gia của cộng đồng



• **ỐT DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM**

CHỦ ĐỀ 3. THUYẾT MINH VÀ TRUYỀN THÔNG CÓ TRÁCH NHIỆM CÁC GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA

Vấn đề là gì?

- Các điểm di sản văn hóa thường kém coi trọng việc thuyết minh và truyền thông đầy đủ về các giá trị di sản văn hóa, điều này có thể dẫn đến:
 - Giảm nhận thức về tầm quan trọng và ý nghĩa của di sản văn hóa, hạn chế các cơ hội tăng cường hiểu biết giao thoa văn hóa
 - Giảm hỗ trợ cho hoạt động bảo tồn di sản văn hóa
 - Làm tăng tính thương mại hóa và cụ thể hóa nền văn hóa
- Kết quả cuối cùng là giảm sự hài lòng của du khách, thông tin truyền miệng tiêu cực, và giảm lượng khách quay trở lại tham quan.



Mục tiêu của truyền thông và diễn giải tại các điểm di sản văn hóa



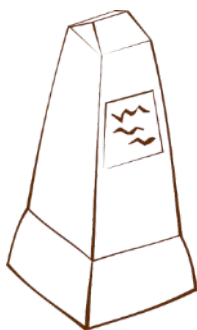
Lợi ích của truyền thông và thuyết minh có trách nhiệm các giá trị di sản văn hóa



Tạo ra nhiều trải nghiệm tích cực hơn cho du khách



Tăng cường học hỏi



Tạo điều kiện tăng hiểu biết và đánh giá cao về các điểm di sản



Tăng sự tôn trọng và hỗ trợ của du khách đối với dân địa phương



Thể hiện tốt hơn các giá trị của cộng đồng địa phương

Các nguyên tắc thực hành tốt trong truyền thông và thuyết minh có trách nhiệm

Nguyên tắc 1. Thông tin và giáo dục cho du khách về tầm quan trọng của di sản văn

- Cung cấp thông tin đơn giản **hóa**

về các giá trị và tầm quan trọng của di sản văn hóa giúp thúc đẩy sự hiểu biết và tôn trọng giao thoa văn hóa

- Truyền thông về ý nghĩa văn

hóa có thể được thực hiện

thông qua các biển báo, vật

trưng bày, tờ thông tin, và bản đồ

- Các trung tâm thông tin du khách/
các trung tâm thuyết minh cũng rất hữu dụng trong việc này



7 khuyến nghị của ICOMOS về thuyết minh di sản hiệu quả

1 TIẾP CẬN VÀ HIỂU BIẾT. Tạo cơ hội tiếp cận cho tất cả các bên.

2 NGUỒN THÔNG TIN. Đảm bảo thuyết minh dựa trên khoa học.

3 ĐIỀU KIỆN NGỮ CẢNH. Liên hệ thuyết minh tới các yếu tố ngữ cảnh rộng hơn.

4 TÍNH CHÂN THỰC. Tôn trọng các chức năng xã hội truyền thống.

5 TÍNH BỀN VỮNG. Thực hiện các chiến lược có hiệu quả về tính bền vững kinh tế, môi trường và xã hội.

6 TÍNH TỔNG THỂ. Có sự tham gia của tất cả các bên liên quan khi phát triển các chương trình thuyết minh.

7 NGHIÊN CỨU, ĐÀO TẠO VÀ ĐÁNH GIÁ. Thực hiện các tiêu chuẩn kỹ thuật và chuyên nghiệp trong thuyết minh.

Diễn giải thông qua những ký hiệu và vật trưng bày

- Các bảng diễn giả sử dụng các câu truyện và thông điệp để thông tin đến du khách về địa điểm, đối tượng và sự kiện
- Lập kế hoạch và thiết kế hợp lý các chương trình nghệ thuật trình diễn để truyền tải thông điệp tới du khách
- Chủ đề phổ biến bao gồm: các sự kiện lịch sử, truyền thống và hoạt động văn hóa, vai trò của nam giới và nữ giới, sinh kế, các sự kiện văn hóa, tín ngưỡng,...
- Diễn giải nên gồm 3 thành tố: giáo dục, cảm xúc và hành vi

Các lời khuyên thuyết minh có hiệu quả

Ví dụ về triển lãm có thuyết minh



3 lời khuyên để lập các bảng ký hiệu thuyết minh chi tiết hiệu quả

1

Đưa những thông tin bằng cách sử dụng các chủ đề mang tính mạnh mẽ và kích thích

2

Tạo ra các tiêu đề bắt mắt và hấp dẫn

3

Bố cục các vấn đề để xác định bằng các tiêu đề phụ.

Ví dụ về các dấu hiệu diễn giải chi tiết

Tiêu đề (chủ đề) bắt mắt

THE PARK'S PAST

Roman armies resting, Royalty chasing deer, labourers harvesting crops, and a family home – in the last 2000 years Cheshunt Park has played host



Refuelling the Romans

Ermine Street, was the Roman equivalent of our M1 motorway leading from Londinium (London) to Eboracum (York). When Charval & Co's Time Team visited Cheshunt Park in June 2001, they found a section of Ermine Street running through the park. Here was evidence of workshops and a brewery, suggesting the presence of a Roman version of a modern motorway service station. A small settlement developed to service the needs of the army, leading to the beginning of modern Cheshunt.

Ermine Street continued to be used as a main road after the Romans left. In fact, we still use parts of it today just as King Harold did in 1066, when he marched his troops along the road to victory over the Vikings near York, before returning south to be defeated by the Normans at the Battle of Hastings.

Royal Park

It is likely that Norman knights, with their passion for hunting deer, created Cheshunt Park in the hands of Royalty until the end of the Civil War in 1649, when following his victory Oliver Cromwell paid his army by demanding the Royal estates. Since then the park has dramatically reduced in size. Oliver Cromwell's great grandson, also called Oliver, took over the estate in 1706.

Paerau Valley Scroll Plain

The Upper Taieri scroll plain is recognized as an important geological, landscape and ecological feature. In the hour expanse of a meandering river in New Zealand.

A scroll plain is a broad plain with a strangely meandering river that rarely changes its course since flooding. During outflows and depression the high water for varying periods of time.

High river flows frequently exceed channel capacity resulting in flooding, especially between April and November.



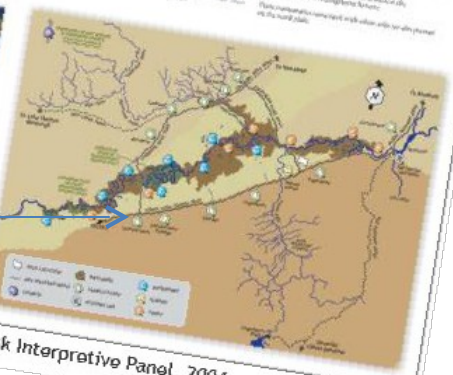
Vegetation

The vegetation of the scroll plain has been largely cleared for pasture. In the past, the vegetation was a mix of native and introduced species. The Taieri Valley is a mix of native and introduced species.

The vegetation of the scroll plain has been largely cleared for pasture. In the past, the vegetation was a mix of native and introduced species. The Taieri Valley is a mix of native and introduced species.

Fauna

The scroll plain has a rich fauna. It is home to many native and introduced species. The scroll plain has a rich fauna. It is home to many native and introduced species.



ORC Paerau Valley Kiosk Interpretive Panel, 2004

Sử dụng các tiêu đề phụ

Sử dụng hình ảnh minh họa tốt

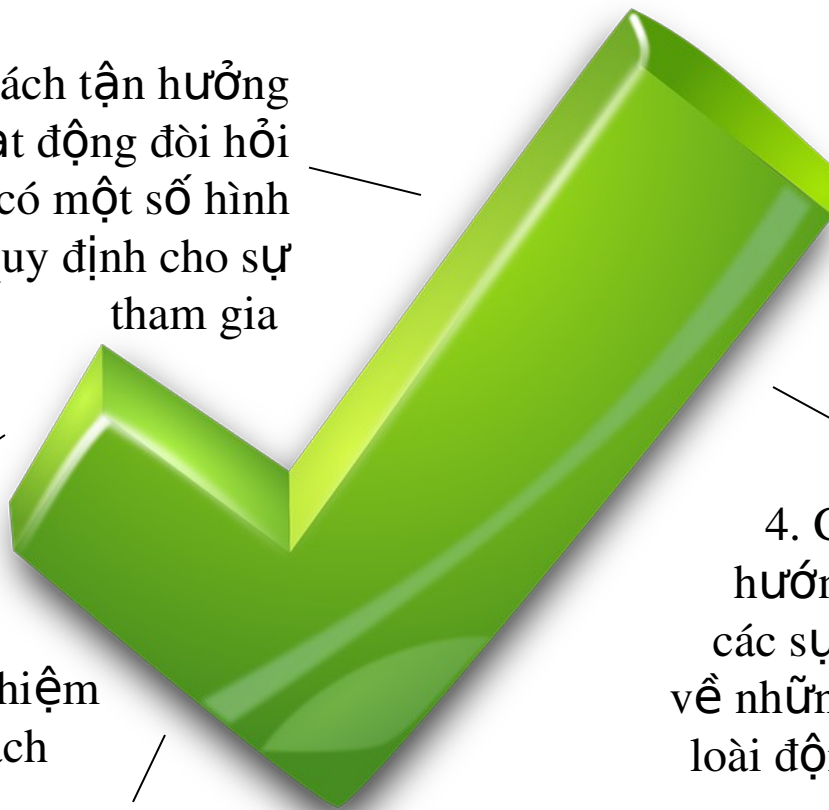
Lời khuyên tốt: Nên có sự tham gia của du khách vào các hoạt động diễn giải du lịch

1. Du khách tận hưởng các hoạt động đòi hỏi phải có một số hình thức quy định cho sự tham gia

2. Mọi người sẽ nhớ về các hoạt động với các thành phần tác động qua lại

3. Tạo ra những trải nghiệm có ý nghĩa hơn bằng cách khuyến khích du khách ngửi, nếm, cảm nhận, khám phá, nâng, đẩy...

4. Cung cấp các tài liệu hướng dẫn, tranh ảnh về các sự kiện ở địa phương, về những nhân vật hoặc các loài động thực vật đặc hữu



Ví dụ về sự tham gia trưng bày nghệ thuật trình diễn





Làm việc nhóm: Xác định một đề tài di sản văn hóa và xây dựng một biển báo thuyết minh kết hợp 3 nội dung của một thuyết minh hiệu quả.

Nguyên tắc 2: Thông điệp truyền thông phải chính xác, chân thực

- Hoạt động tiếp thị kém về các giá trị của điểm di sản văn hóa, có thể làm mất đi giá trị, ý nghĩa và làm giảm sự toàn vẹn của di sản văn hóa
- Các thông điệp truyền thông chính xác, đích thực giúp thúc đẩy hiểu biết và sự tôn trọng



Tính chân thực trong truyền tải các trải nghiệm du lịch

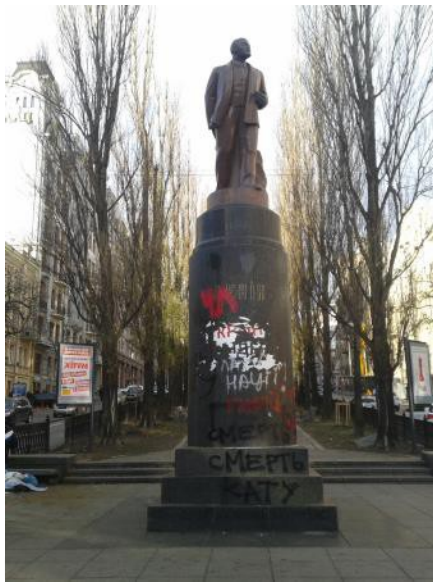
- Việc truyền tải các thông điệp trong tiếp thị điểm di sản văn hóa thường dựa vào việc bán lại “các trải nghiệm chân thực”
- Trong khi tính chân thực được cảm nhận, nó sẽ được hiển thị càng chính xác càng tốt để phản ánh thực tế
- Nếu các thông điệp bị phóng đại nhằm khiến cho chúng hấp dẫn hơn với người tiêu dùng, họ sẽ thất vọng khi những mong đợi của họ không được thỏa mãn



Tránh thương mại hóa văn hóa trong truyền thông

- Tuyên truyền về văn hóa của cộng đồng địa phương và các di sản văn hóa phải được tôn trọng và chính xác
- Việc thương mại hóa văn hóa địa phương nên được tránh không chỉ ở các sản phẩm bán ra mà còn ở ngôn ngữ sử dụng và các thông điệp tuyên truyền
- Thương mại hóa văn hóa có thể dẫn đến mất đi ý nghĩa ban đầu
- Sự tham gia và quyết tâm của địa phương về

4 ví dụ về văn hóa là hàng hóa trong du lịch



- B. THÀNH TỐT DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM

CHỦ ĐỀ 4. CÁCH TIẾP CẬN DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM TRONG QUẢN LÝ TÁC ĐỘNG CỦA DU KHÁCH

Vấn đề là gì?

- Tổn hại về vật chất / cấu trúc các tài sản di sản văn hóa
- Phá hủy hoặc gây xáo trộn môi trường tự nhiên
- Căng thẳng xã hội giữa du khách và dân địa phương
- Nguy cơ về an ninh và an toàn cho du khách
- Lập kế hoạch và thực thi yếu kém các luật lệ và quy định đối với hành vi ứng xử của du khách



Các nguyên tắc thực hành tốt trong quản lý tác động của du khách tại điểm di sản văn hóa

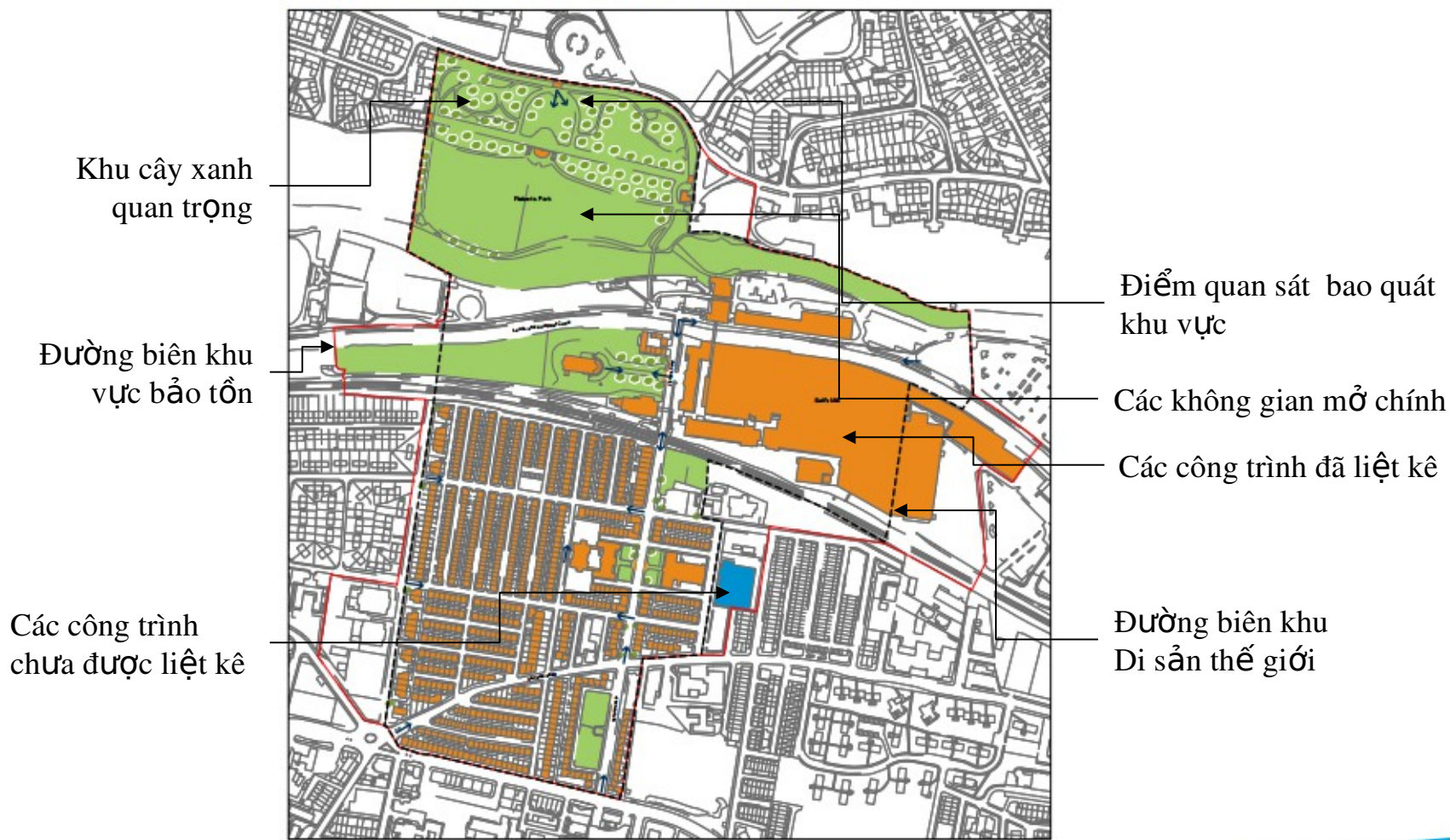
Nguyên tắc 1. Thiết lập và đưa vào hoạt động các phân khu tại các điểm di sản văn hóa có các bên sử dụng khác nhau

- Phân khu theo các khu vực địa lý theo cấp cụ thể và theo cường độ hoạt động và công tác bảo tồn
- Phân khu có thể được thực hiện tạm thời hoặc biểu thị các thuộc tính quan trọng khác
- Chính thức hóa các phân khu thông qua phát triển và thực hiện các chính sách trong đó có nêu chi tiết về:
 - Việc sử dụng các nguồn lực văn hóa
 - Tiếp cận
 - Cơ sở vật chất
 - Phát triển di sản văn hóa
 - Bảo trì và vận hành



Các thuộc tính quan trọng của điểm di sản văn hóa ảnh hưởng tới các kế hoạch phân khu

Ví dụ kế hoạch phân khu thị trấn lịch sử với các công trình xây dựng và điểm quan trọng



Nguyên tắc 2. Hiểu rõ sức chứa điểm di sản văn hóa và đưa ra giới hạn thay đổi ở mức có thể chấp nhận

- Sức chứa đánh giá mức độ có thể tiếp nhận du khách của điểm di sản văn hóa
- Xác định mức độ thay đổi và hạn định số lượng du khách



Thảo luận:

Quản lý tác động bằng việc xác định các giới hạn về sức chứa thường bị chỉ trích không phải là một công cụ quản lý du khách hiệu quả. Tại sao lại có những ý kiến này?

Một số ví dụ tại sao sức chứa có thể không phải là giải pháp tốt nhất để quản lý các tác động

Một du khách tiêu cực có thể gây nên nhiều tổn hại hơn 50 khách du lịch tận tâm

Chỉ một số ít khách du lịch trong một cộng đồng có thể phải chịu trách nhiệm cho hầu hết lượng rác thải

Một số điểm di sản văn hóa có thể điều chỉnh để ít sử dụng hơn so với các khu vực có nhiều thuộc tính vật lý hay xã hội vững chắc hơn

Trong một số trường hợp, một du khách đơn lẻ tại một điểm di sản khảo cổ có thể được nhìn nhận là quá nhiều, trong khi đối với các điểm di sản khác, hàng trăm du khách cũng sẽ không làm giảm chất lượng của trải nghiệm

Một số cộng đồng có thể tiếp nhận những nhóm du khách lớn hơn trong khi các cộng đồng khác lại từ chối

Lượng du khách tới thăm một tàn tích có thể được hạn chế ở mức 100 người một lần, trong khi tại một khu vực bị cô lập, một vài du khách có thể lấy cắp các đồ lưu niệm vô giá

Sức chứa của một tour du lịch làng văn hóa có thể định mức ở 100 khách, nhưng điều đó sẽ không ngăn được một số du khách làm phiền người dân khi họ tiếp cận để chụp ảnh hoặc tạo ra tiếng ồn

Các cân nhắc khác mà sức chứa không tính đến một cách hiệu quả

- Ảnh hưởng đến tính thẩm mỹ, các hệ thống xã hội và khả năng hỗ trợ khai thác tích cực các điểm di sản
- Các mức độ tác động gia tăng hoặc khác nhau ở những phần khác nhau của một hệ thống điểm di sản văn hóa
- Quan điểm giá trị khác nhau của người sử dụng về tầm quan trọng của các hệ thống và điểm di sản văn hóa

Quản lý tác động thông qua việc giới hạn những thay đổi ở mức có thể chấp nhận

- Tập trung vào các nguồn tài nguyên cần bảo vệ mà không phải là những người đến tham quan
- Nhận ra sự cần thiết phải có một quyết định chủ quan cho một loạt những thay đổi
- Đặt ra các giới hạn có thể chấp nhận được về sự tương tác hoặc sử dụng nguồn tài nguyên mà khi gần đạt tới mức giới hạn này, cần thực hiện các can thiệp về mặt quản lý để ngăn chặn hoặc giảm thiểu thiệt hại

Các giới hạn cho những thay đổi có thể chấp nhận được đòi hỏi thiết lập các tiêu chuẩn

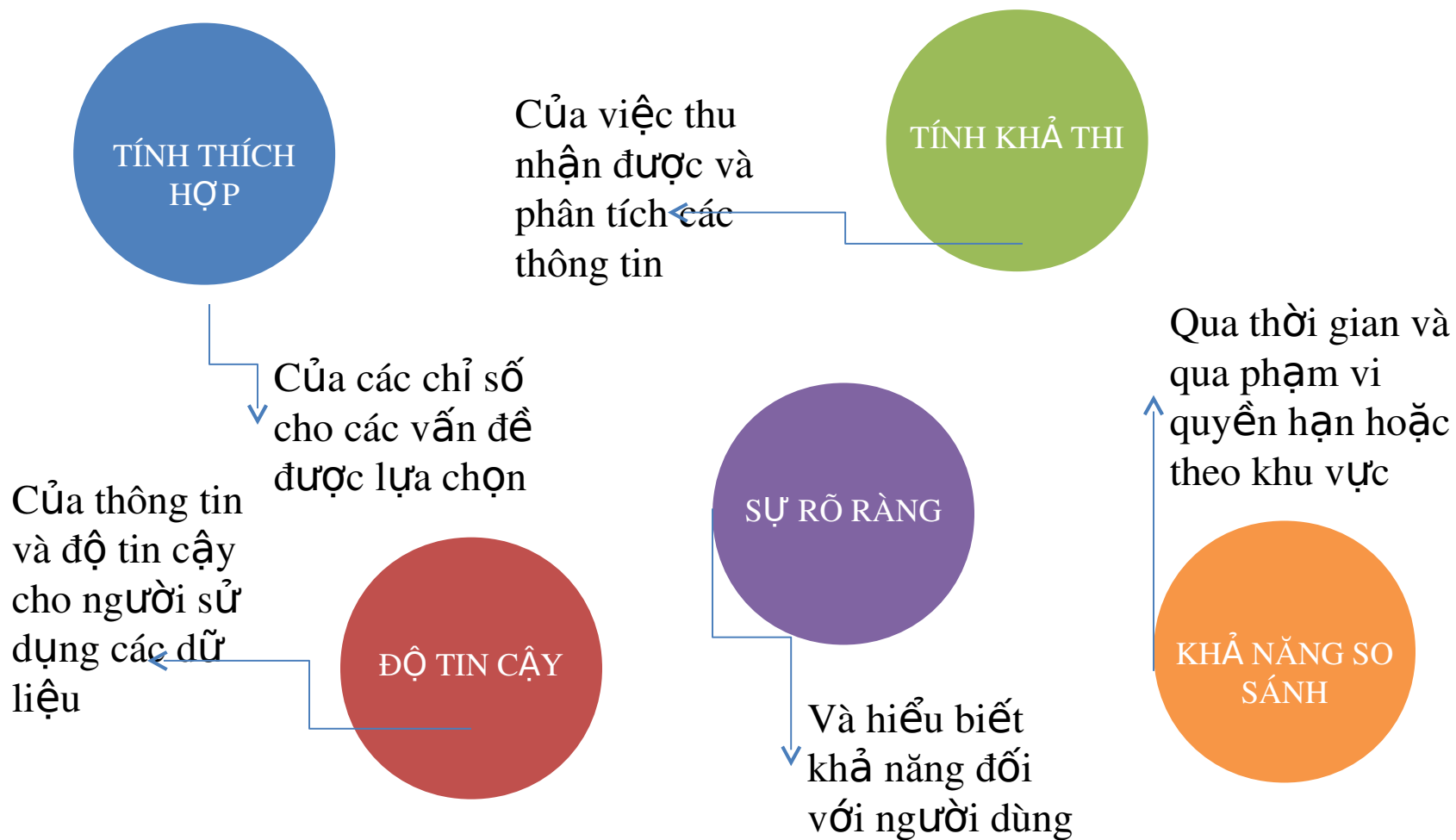
- Tiêu chuẩn của các giới hạn cho những thay đổi có thể chấp nhận được được thiết lập dựa trên cơ sở nhu cầu quản lý và của các bên liên quan, và tuân theo các hướng dẫn công ước và pháp lý
- Các mục tiêu quản lý cần dẫn tới các tiêu chuẩn đo lường tác động phản ánh được những điều kiện mong muốn
- Các chỉ số bền vững cần được lập ra bởi một Ủy ban đa phương và phản ánh các vấn đề về môi trường, xã hội hoặc kinh tế

Ví dụ các chỉ số bền vững về môi trường và kinh tế trong du lịch



Ví dụ các chỉ số bền vững về xã hội và quản lý trong ngành du lịch

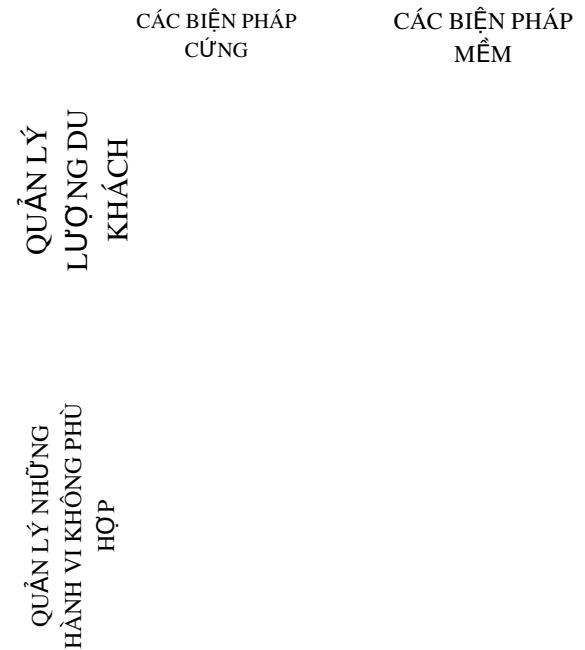
Lời khuyên cho việc sàng lọc các chỉ số quan trọng



Các bước quan trọng để xây dựng và thực hiện các giới hạn thay đổi có thể chấp nhận

Nguyên tắc 3. Gây ảnh hưởng tới hành vi của du khách

- Dựa trên thực hiện các quy định, các biện pháp khuyến khích, xử phạt, các hệ thống, và các thông tin để thay đổi hành vi của khách du lịch
- Các loại hình biện pháp có thể được phân loại theo tiêu chí liệu chúng có nhằm giảm lượng du khách hay giảm hành vi của du khách
- Những biện pháp này sau đó có thể được tiếp tục phân nhóm dựa vào việc chúng thuộc nhóm các “biện pháp “cứng” hay các “biện pháp “mềm”

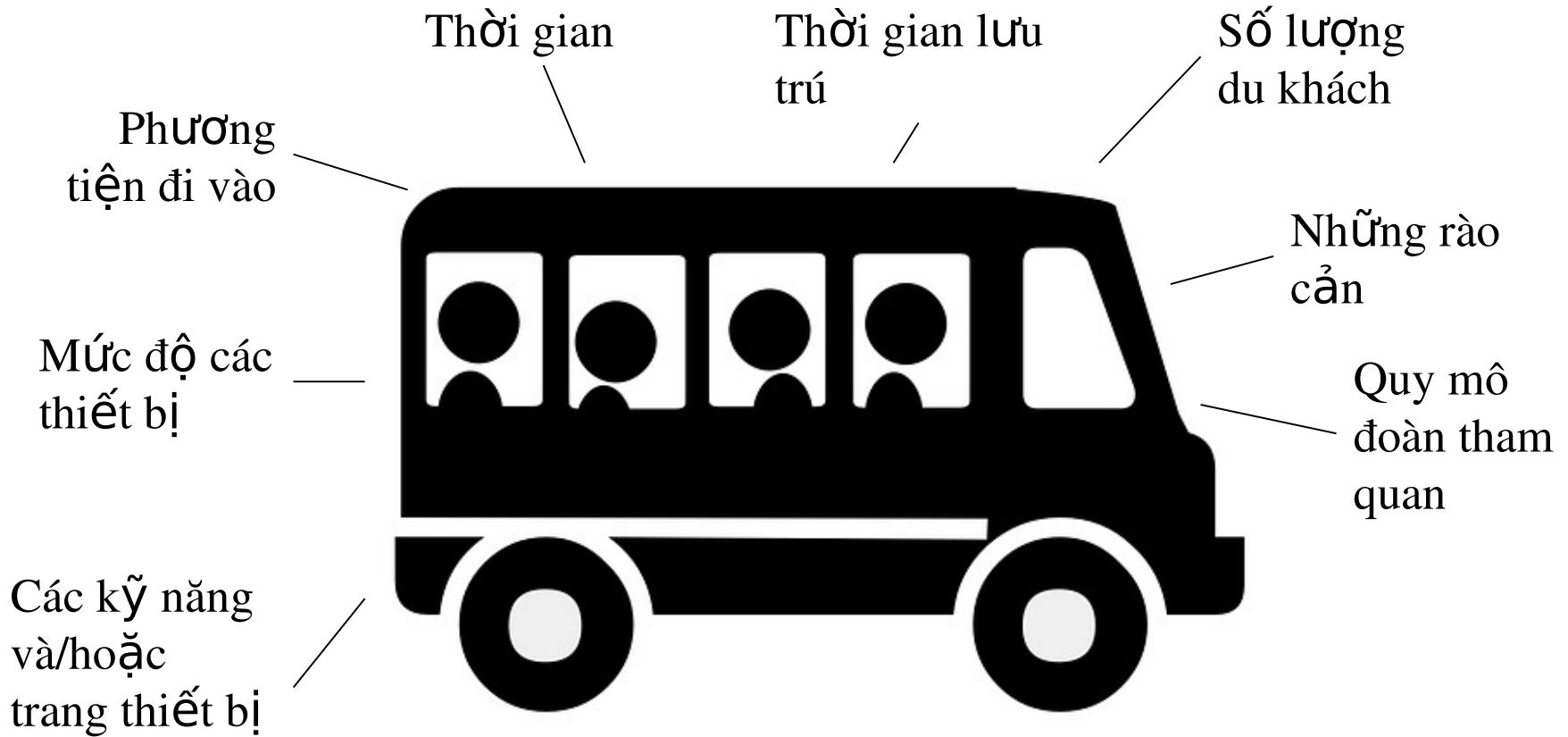


Nguồn: Ủy ban quốc tế về Tương đài kỉ niệm và điểm du lịch

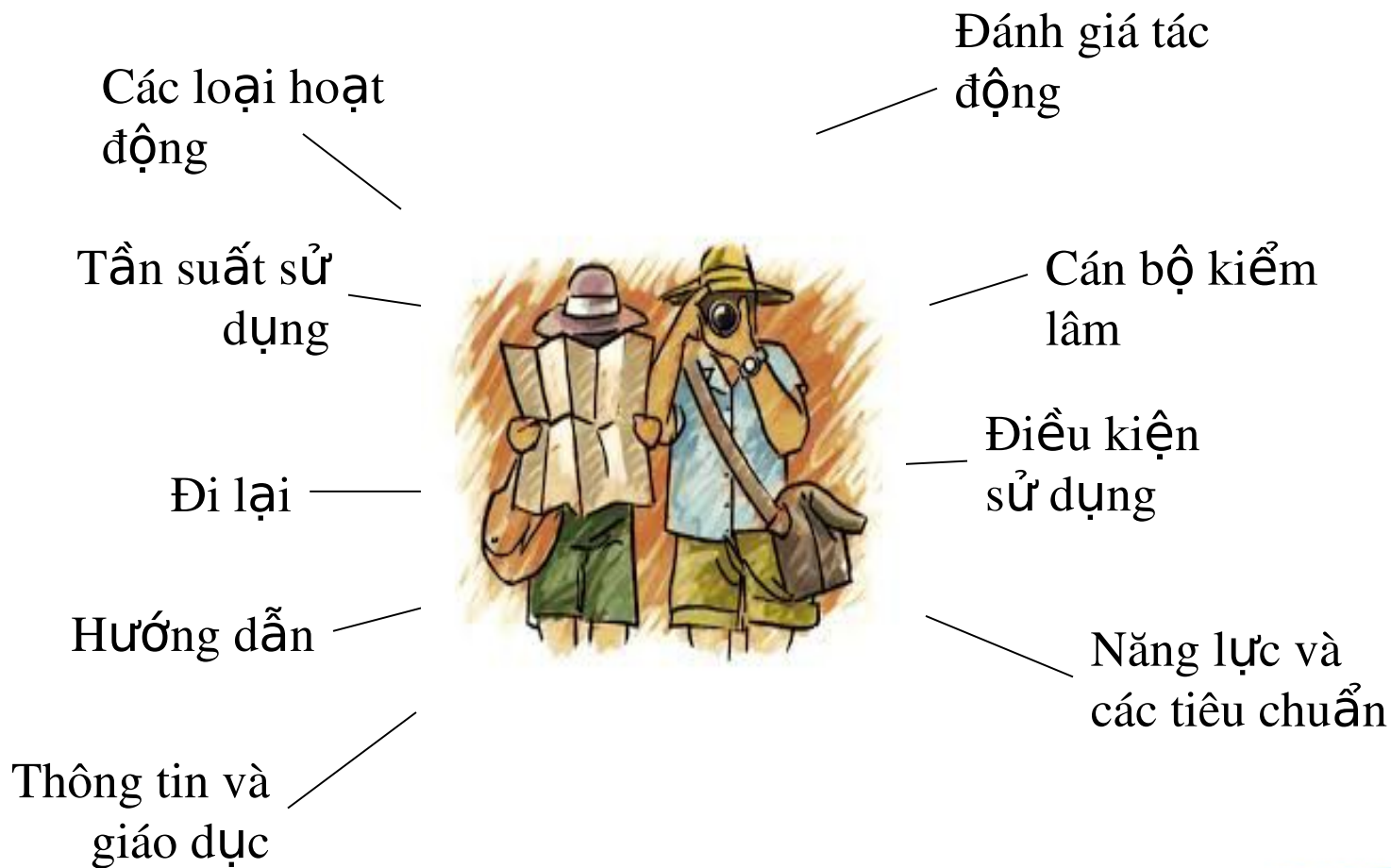


Làm việc nhóm: Xác định một điểm di sản văn hóa đang gặp phải những thách thức trong quản lý tác động của du khách. Xây dựng một loạt các biện pháp giảm tác động của du khách có thể (a) kiểm soát được lượng du khách tới điểm di sản / khu vực di sản, và (b) lan rộng ảnh hưởng của những hành vi đúng tại điểm di sản

Những qui định để hạn chế tác động bằng cách giảm khối lượng các hoạt động du lịch



Những quy định để hạn chế tác động bằng cách *thay đổi hành vi du lịch*

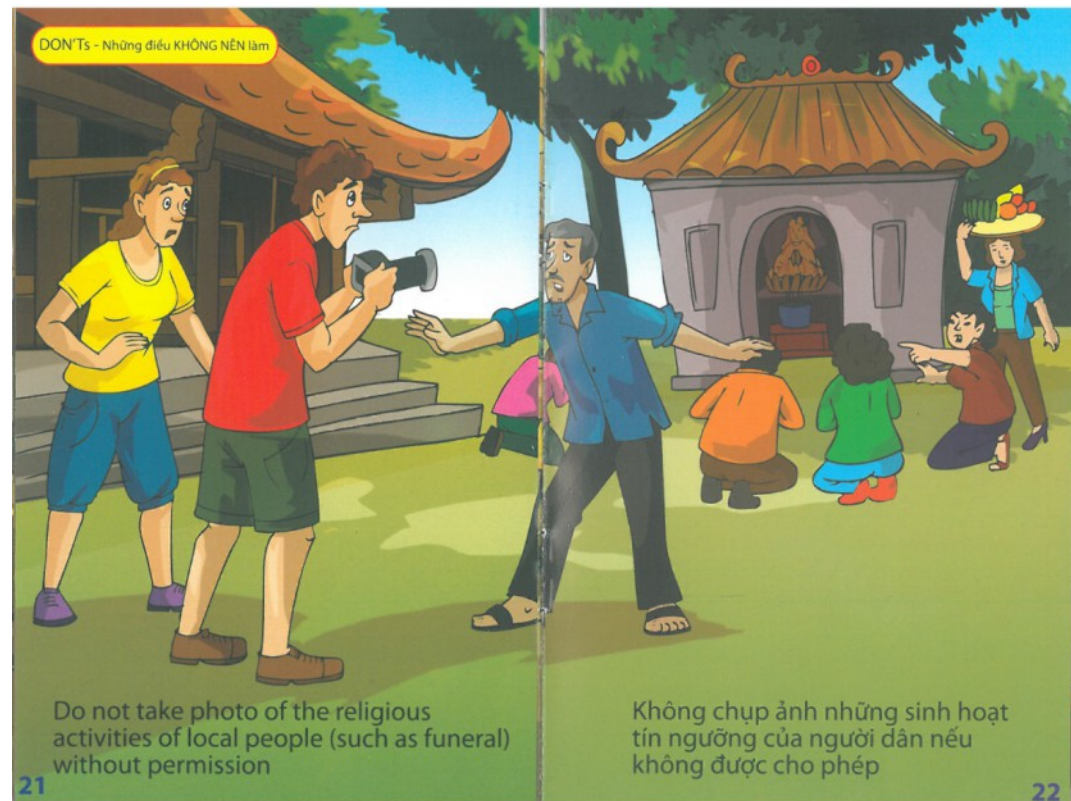
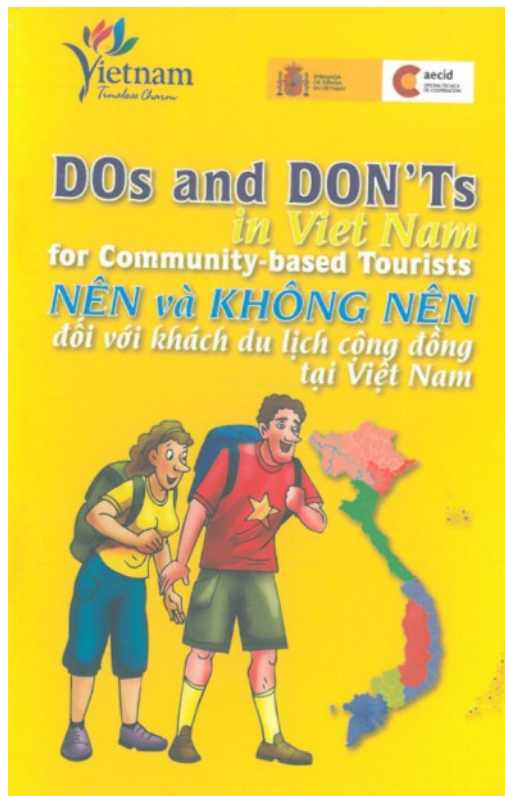


Tuyên truyền các quy tắc ứng xử trong hoạt động du lịch

- Các quy tắc và hành động mà du khách được yêu cầu phải tuân theo
- Các qui tắc ứng xử vừa có thể giúp hạn chế các tác động tiêu cực vừa có thể thúc đẩy các hoạt tác động tích cực của hoạt động du lịch
- Các qui tắc ứng xử phải được tuyên truyền tốt mới có thể đạt được hiệu quả



Ví dụ quy tắc ứng xử đối với khách du lịch 1/2



Ví dụ quy tắc ứng xử đối với khách du lịch 2/2



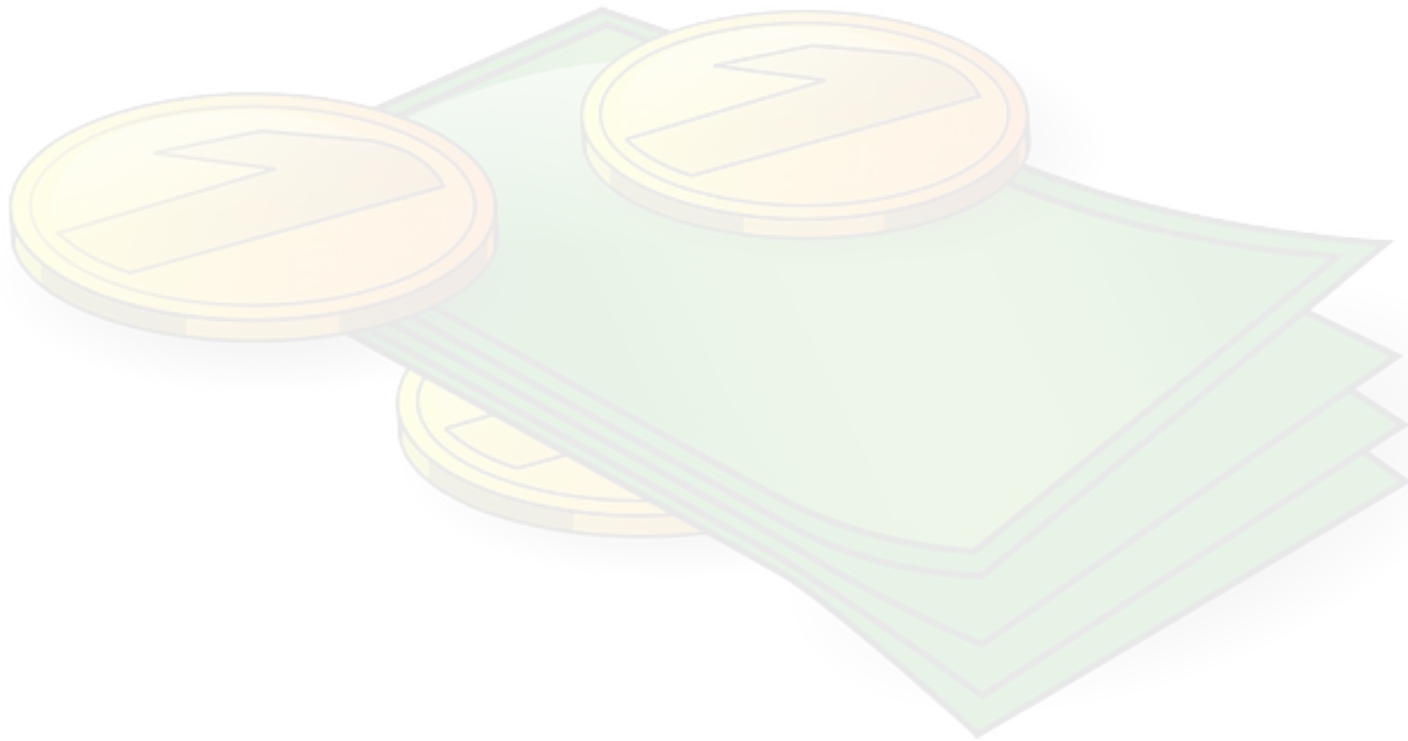
Điển hình tốt trong phát triển bộ nguyên tắc ứng xử du lịch hiệu quả





Bài tập nhóm: Dựa vào những vấn đề và hướng dẫn đã đưa ra trong các slide trình bày trước, hãy thử thiết kế 1 ví dụ về qui tắc ứng xử đối với du khách cho 1 điểm di sản văn hóa

Quản lý tác động của du khách cũng là quản lý sự an toàn của họ



Hướng dẫn qui trình quản lý rủi ro

1. XÁC ĐỊNH RỦI RO

Xác định tất cả các rủi ro liên quan với một khu vực hoặc hoạt động



2. ĐÁNH GIÁ CÁC RỦI RO

Đánh giá mức độ của mỗi rủi ro



3. QUẢN LÝ RỦI RO

Quyết định và sử dụng các biện pháp kiểm soát rủi ro một cách thích hợp



4. GIÁM SÁT & RÀ SOÁT

Giám sát và rà soát những rủi ro còn lại và

Quy trình xác định rủi ro có làm việc hiệu quả không? Lập danh sách các rủi ro có liên quan đến khu vực và các hoạt động, hoàn thiện danh sách bằng việc đi khảo sát địa bàn, nói chuyện với du khách và ghi lại tất cả các rủi ro đó

Các biện pháp kiểm soát có loại bỏ hoặc làm giảm các rủi ro về 1 mức chấp nhận được không? Liệu các biện pháp kiểm soát có đem đến những rủi ro mới không? Hãy suy nghĩ về khả năng một sự việc có thể xảy ra (ví dụ tần suất tiếp xúc với rủi ro và xác suất 1 tai nạn xảy ra...) Đánh giá hậu quả có thể xảy ra (số người có nguy cơ gặp rủi ro và có thể cả mức độ nghiêm trọng của chấn thương) Sử dụng các giả thiết, xác suất và hậu quả để tính toán mức độ rủi ro

Xác định các biện pháp kiểm soát : Loại bỏ rủi ro; chuyển rủi ro; Giảm xác suất rủi ro; Giảm tác động rủi ro; Chấp nhận rủi ro

Đánh giá hiệu quả của các biện pháp kiểm soát - Xem xét các biện pháp đề xuất, áp dụng biện pháp kiểm soát; Giám sát hiệu quả thông qua đánh giá thường xuyên



- **ĐẠI HỌC HUẾ ĐƯỢC LỊCH CỐ TRÁCH NHIỆM HIỆU QUẢ ĐỐI VỚI CÁC ĐIỂM DI SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM**
CHỦ ĐỀ 5. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DI SẢN VĂN HÓA CÓ TRÁCH NHIỆM

Vấn đề là gì?

- Các điểm du lịch di sản văn hóa thành công cần trực tiếp kết nối với các giá trị, nhu cầu và sở thích của thị trường

tiêu

- Sản phẩm di sản văn hóa cũng cần phải tạo lợi ích cho địa phương

quan

bảo sự hỗ trợ và tính bền vững

- Phát triển các sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm đảm bảo khai thác và sử dụng các nguồn lực sẵn có một cách bền vững, xác định những liên kết với các cơ hội thị trường khả thi, và đảm bảo sự hài lòng cũng như lợi ích cho cộng đồng địa phương



khác đē đām

Lợi ích của phát triển sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm

Định nghĩa các sản phẩm du lịch di sản văn hóa

UNEP định nghĩa về các sản phẩm du lịch như thế nào

Các đặc tính của sản phẩm du lịch - di sản văn hóa *có trách nhiệm*

- Các sản phẩm du lịch “di sản văn hóa có trách nhiệm” là các loại hàng hóa và dịch vụ tạo nên những trải nghiệm du lịch và được thiết kế đặc biệt :
 - Bền vững về môi trường, xã hội, văn hóa và kinh tế
 - Có tính giáo dục
 - Để thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng địa phương

Các nguyên tắc thực hành tốt trong phát triển sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm

Nguyên tắc 1: Đảm bảo các sản phẩm di sản văn hóa khả thi về thương mại và gắn với

- Phát triển một sản phẩm du lịch không có nghĩa là du khách sẽ tới.

- Việc theo sát quá trình phát triển một sản phẩm tốt giúp đảm bảo cho việc kinh doanh, sản phẩm hay dịch vụ đó có thể cạnh tranh một cách hiệu

Việc phát triển những sản phẩm mà trải nghiệm có liên quan tới du lịch đòi hỏi:

- Phải hiểu rõ về nguồn cung hiện có và nhu cầu tương lai của sản phẩm
- Nghiên cứu thị trường về nhu cầu và du khách, về những cơ hội và yếu kém trong việc phát triển sản phẩm
- Hiểu rõ về các loại hình trải nghiệm mà một thị trường du khách tìm kiếm
- Chắc chắn về giá trị và tính bền vững của các dự án du lịch

Đảm bảo những sản phẩm di sản văn hóa có trách nhiệm có thể đứng vững bằng cách đáp ứng nhu cầu thị trường

- Điều đáng chú ý nhất của điểm đến
- Kết nối với các mục tiêu phát triển

Tính bền
vững



Việc phân tích thị trường sẽ giúp hiểu rõ các đặc điểm của thị trường du lịch

Hình thức & phương tiện đi lại

Nguyên do của các lựa chọn du lịch

Mong đợi về trang thiết bị, dịch vụ, sự tiện nghi...



Bài tập nhóm: Hãy phân tích thị trường với các phân khúc chính ở Việt Nam, sử dụng bảng mẫu ở trang tiếp theo.



PHÂN KHÚC	LOẠI	ĐẶC TÍNH	ĐỘNG LỰC	KỶ VỌNG
Đi nghỉ dưỡng	Quốc tế			
Đến lần đầu	Quốc tế			
Đến lần thứ 2 + tránh xa đám đông	Quốc tế			
Đi nghỉ dưỡng	Nội địa			
Đi phượt	Nội địa			
Đi trong ngày	Nội địa			

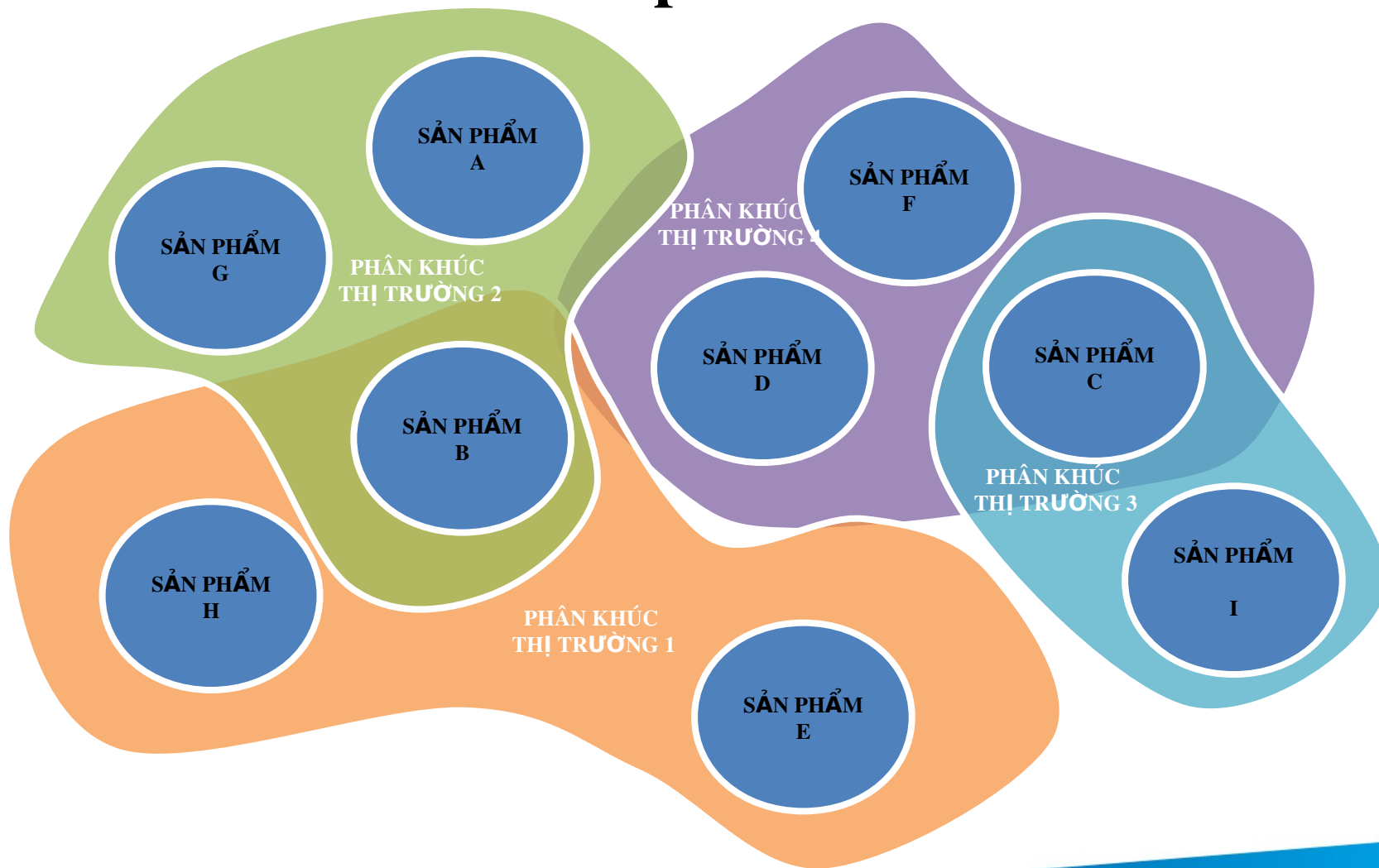
Ví dụ các phân khúc tiêu biểu và đặc tính của thị trường du lịch ở Việt Nam

PHÂN KHÚC	LOẠI HÌNH	ĐẶC TÍNH	ĐỘNG CƠ	MONG ĐỢI
Đi nghỉ dưỡng	Khách quốc tế Đi ngắn ngày	Đi du lịch theo các nhóm có tổ chức hoặc với gia đình và bạn bè. Chuyến đi ngắn, số lượng điểm đến ít.	Nghỉ ngơi, giải trí, thăm các điểm du lịch chính, đi mua sắm.	Ăn uống và lưu trú cao cấp
Kết hợp công tác và du lịch	Khách quốc tế Đi ngắn ngày	Là những khách đi công tác đơn lẻ và độc lập, tham gia vào một số hoạt động du lịch trong chuyến công tác	Giải trí, thăm các điểm thăm quan chính, nghỉ dưỡng	Các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng. Đi lại thuận tiện
Đến lần đầu	Khách quốc tế Đi dài ngày	Khách lẻ hoặc đi theo nhóm 1 tuần hoặc hơn, sử dụng các phương tiện giao thông khác nhau và qua nhiều điểm đến	Thăm các điểm du lịch chính, có yếu tố văn hóa và thiên nhiên.	Thức ăn ngon, cơ sở lưu trú phù hợp, giá cả tương đối, loại hình phong phú.
Đến lần 2 + tránh xa đám đông	Khách quốc tế Đi dài ngày	Khách lẻ hoặc đi theo nhóm nhỏ - thường là tự tổ chức, đi trong 1 tuần hoặc hơn, thường dành nhiều thời gian với số lượng điểm đến ít hơn	Những trải nghiệm nguyên bản và các hoạt động chuyên biệt (như đi bộ, khám phá hang động)	Cơ sở lưu trú phù hợp, đồ ăn và lưu trú tốt, trải nghiệm nguyên sơ và trải nghiệm cá nhân.
Đi nghỉ dưỡng	Khách nội địa	Đi theo gia đình, vào các ngày lễ theo quy định của nhà nước và kỳ nghỉ hàng năm	Nghỉ ngơi, giải trí, thăm các điểm du lịch chính.	Đồ ăn ngon, lưu trú hợp lý, cơ hội đi mua sắm, giá cả tương đối.
Đi phượt	Khách nội địa	Khách độc lập hoặc theo nhóm nhỏ, thường đi bằng xe máy.	Tìm kiếm các hoạt động khác nhau và tới những nơi không có du khách.	Ăn uống và lưu trú hợp lý, giá rẻ, trải nghiệm sự nguyên sơ.
Du lịch trong ngày	Khách nội địa	Tự lên kế hoạch cùng gia đình và bạn bè, sử dụng phương tiện giao thông cá nhân	Nghỉ ngơi, giải trí và thăm các điểm du lịch	Đồ ăn ngon, dịch vụ tốt và đi lại thuận tiện.

Sự kết nối giữa sản phẩm du lịch và thị trường là gì?

- Kết nối các đặc tính, động cơ và mong đợi của các phân khúc thị trường với những sản phẩm du lịch phù hợp.
- Để đảm bảo tính bền vững, các sản phẩm nên được kết nối với các cơ hội

Sơ đồ khái niệm kết nối thị trường – sản phẩm





Thảo luận: Trong trang tiếp theo, anh/chị hãy xác định xem thị trường du lịch nào nên được kết nối với sản phẩm nào và hãy giải thích lý do.

Sản phẩm nào phù hợp với thị trường nào ở Việt Nam?



PHƯỢT



CASINO



ẨM THỰC ĐỊA PHƯƠNG



NHÓM TOUR QUỐC TẾ



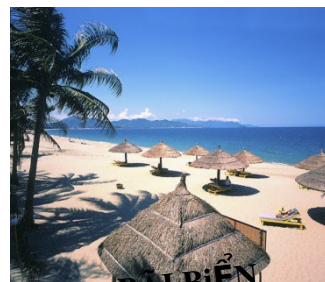
TUYẾN ĐI BỘ



CÁC SẢN PHẨM LÁ THUỐC



TÂY BA LÔ

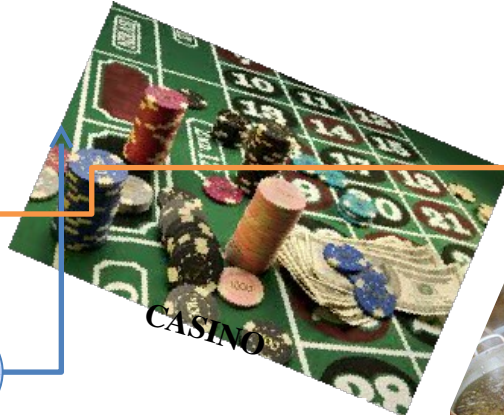


BÀI BIỂN

Kết nối thị trường và sản phẩm ở Việt Nam



Vì sao những thị trường này lại được kết nối với những sản phẩm này?



Các phân khúc thị trường của Việt Nam được kết nối với các loại hình sản phẩm

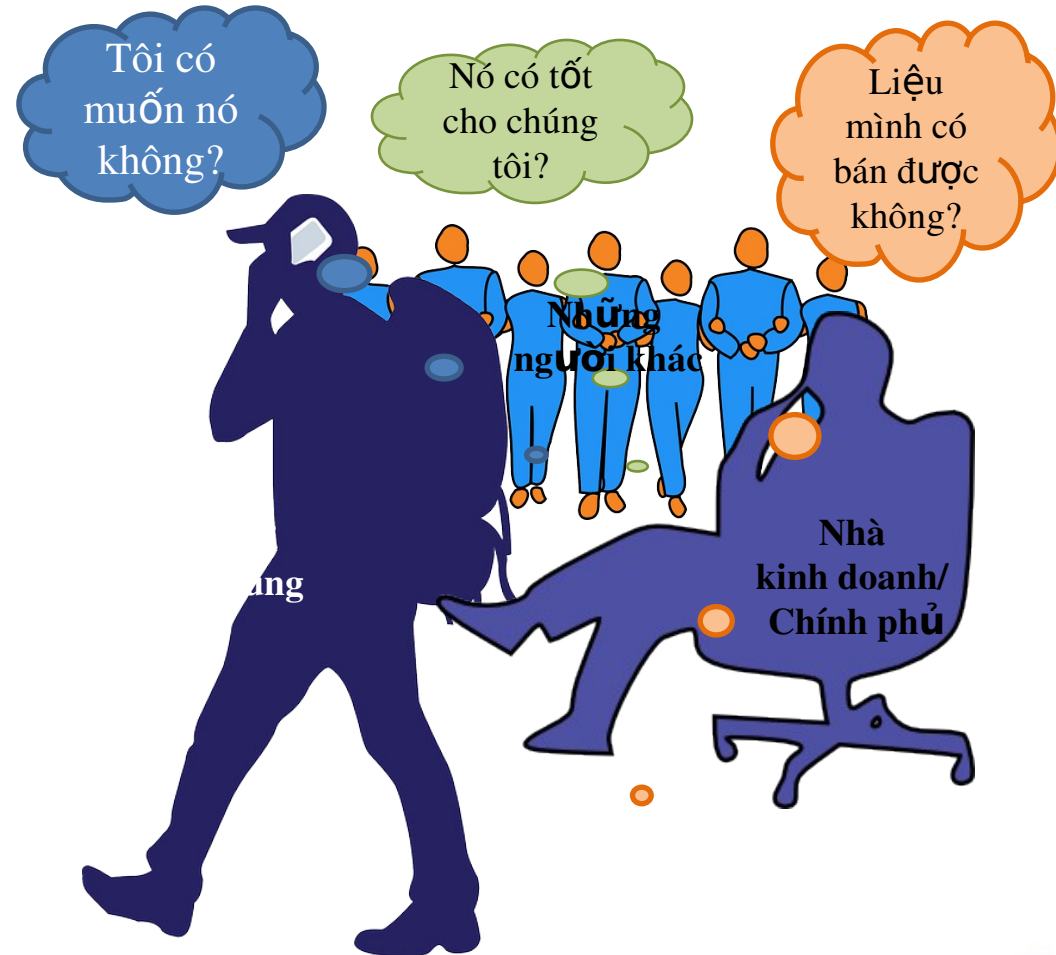
LOẠI HÌNH SẢN PHẨM

PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

	GIÁI TRÍ	NGHỈ DƯỠNG	VĂN HÓA	THIÊN NHIÊN	MẠO HIỂM	HỌC HỎI
NỘI ĐỊA						
Khách trong ngày đến từ Hà Nội	●	●				
Nghỉ dưỡng	●	●	●	●		
Đi phượt			●	●	●	
QUỐC TẾ						
Nghỉ dưỡng	●	●	●	●		●
Kết hợp du lịch với đi công tác	●	●	●			
Đến lần đầu	●		●	●		
Đến lần 2 + tránh đám đông			●	●	●	●

Những yêu cầu đối với sản phẩm du lịch bền vững

- Những sản phẩm du lịch bền vững phải đáp ứng được những nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng, doanh nghiệp và những bên liên quan khác
- Đồng thời cũng đòi hỏi phải có nguồn nhân lực sẵn sàng với nguồn cung đầy đủ



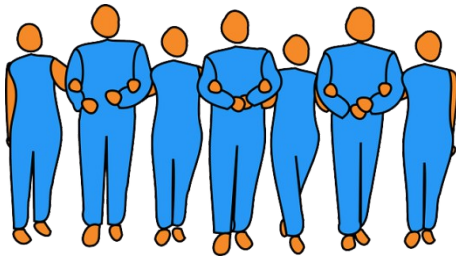
Các tiêu chí của các bên liên quan đối với sản phẩm du lịch di sản văn hóa

YÊU CẦU KHÁC

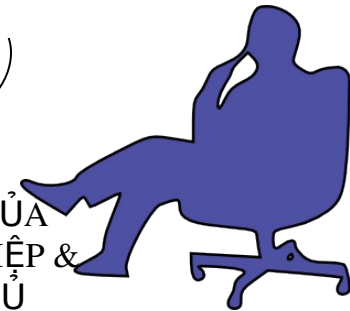
YÊU CẦU CỦA
NGƯỜI TIÊU DÙNG



YÊU CẦU CỦA CÁC
BÊN LIÊN QUAN KHÁC



YÊU CẦU CỦA
DOANH NGHIỆP &
CHÍNH PHỦ



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng những yêu cầu định hình

YÊU CẦU	CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Nguyên bản	Sản phẩm đại diện và tiêu biểu như thế nào cho địa phương
Khác biệt	Sản phẩm độc đáo và đặc biệt như thế nào
Đa dạng	Có sự phối hợp giữa các điểm thăm quan, các hoạt động và các dịch vụ không?
Các yếu tố mùa vụ	Thời tiết, quá đông vào mùa cao điểm ...
Chức năng sản phẩm	Sản phẩm tiêu biểu, trung tâm đầu mối, hoặc sản phẩm phụ trợ, phù hợp với cụm và tuyến sản phẩm của địa phương



tiêu dừ

Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng những yêu cầu về yếu tố cốt lõi

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Khả năng tiếp cận	Du khách có dễ dàng tiếp cận được điểm đến không
Các điểm thăm quan	Chất lượng của các điểm thăm quan xây dựng nên các tuyến
Các hoạt động	Còn hoạt động nào khác ở điểm đến mà du khách có thể tham gia
Các dịch vụ chính	Đã có những dịch vụ nào sẵn sàng cho việc phục vụ khách (ví dụ lưu trú, dịch vụ ăn uống)



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng những yêu cầu của thị trường

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Những thị trường mục tiêu chính	Có thể dễ dàng xác định mục tiêu cho những thị trường chính
Độ lớn thị trường	Vừa đủ để tạo ra lợi ích và sinh ra lợi nhuận
Xu hướng và tầm ảnh hưởng của thị trường	Liệu các thị trường mục tiêu có xu hướng mở rộng hoặc ảnh hưởng tới thị trường khác không



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng những yêu cầu về tính thương mại khả thi

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Lập kế hoạch dựa vào thị trường	Các sản phẩm du lịch được xây dựng và quản lý có chiến lược dựa trên những thị trường và xu hướng cụ thể
Sự tham gia của khối tư nhân	Khối tư nhân được tham gia, bao gồm những doanh nghiệp địa phương kinh doanh lành mạnh
Bối cảnh pháp lý thuận lợi	Các quy định pháp lý tạo thuận lợi cho phát triển và hoạt động kinh doanh
Các nguồn hỗ trợ cần thiết	Nguồn nhân lực địa phương và cơ sở hạ tầng thiết yếu sẵn có



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng những yêu cầu về tính bền vững

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Về kinh tế	Nền kinh tế du lịch có thể mang lại cơ hội kiếm tiền hấp dẫn và công bằng
Về môi trường	Môi trường thiên nhiên được bảo vệ và cải thiện
Về văn hóa xã hội	Các phong tục tập quán và văn hóa địa phương được coi trọng và gìn giữ
Về thể chế	Sự hỗ trợ của các chính sách, kế hoạch và chương trình của chính phủ
Chức năng ngành	Các bên liên quan có thể vận hành theo đúng chức năng để đảm bảo hoạt động hiệu quả và liên tục



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng yêu cầu mang lại lợi ích cho địa phương

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Chia sẻ lợi nhuận một cách công bằng	Du lịch được xem như một lựa chọn hiệu quả và phù hợp trong nỗ lực cải thiện sinh kế của người dân địa phương
Sự tham gia và quyền sở hữu của địa phương	Cộng đồng dân cư địa phương có những cơ chế mở và hiệu quả trong quá trình tham gia vào lĩnh vực du lịch, bao gồm cả chức năng quản lý
Xóa đói giảm nghèo	Những nhóm khó khăn hơn (phụ nữ, người nghèo, tàn tật, thiểu số) sẽ được hưởng lợi ở mức độ nào



Ví dụ tiêu chí đánh giá sản phẩm đáp ứng yêu cầu về nguồn nhân lực

YÊU CẦU	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ
Khối nhà nước	Lãnh đạo và cán bộ công chức có trách nhiệm với hoạt động du lịch hoặc các ban ngành liên quan
Khối doanh nghiệp	Doanh nghiệp hoặc tham gia trực tiếp hoặc hỗ trợ hoạt động du lịch tại một địa phương
Cộng đồng địa phương	Những người sống tại các điểm du lịch trực tiếp được hưởng lợi từ hoạt động du lịch

Đánh giá những thành quả sản phẩm dựa trên các tiêu chí bền vững

Việc đánh giá kết quả của sản phẩm đạt được theo cấp độ, dựa trên những tiêu chí khác nhau có thể cho thấy mức độ bền vững và khả năng tồn tại của sản phẩm đó trên thị trường. Xem ví dụ dưới đây:

ĐIỂM	ĐỊNH NGHĨA	PHẢN HỒI
0 = Không áp dụng được	Sản phẩm không cần thiết hoặc không phù hợp với điểm đến	Không cần hành động gì
1 = Rất kém	Hoàn toàn không phù hợp và có thể dẫn tới những hệ quả không tốt	Tập trung toàn diện và chuyên sâu
2 = Kém	Không phù hợp. Cần phải có sự cải thiện để sản phẩm đạt hiệu quả hoặc có trách nhiệm	Tập trung hỗ trợ để cải thiện một số mặt. Nâng cấp và cải thiện các hoạt động hiện tại
3 = Tương đối	Vận hành đạt yêu cầu nhưng một số yếu tố chính vẫn có thể tốt hơn nữa	Tập trung hỗ trợ để cải thiện một số mặt. Nâng cấp và cải thiện các hoạt động hiện tại
4 = Tốt	Vận hành đạt yêu cầu song có thể thay đổi một số điểm nhỏ để đạt hiệu quả cao nhất	Nâng cấp một chút đối với một số khía cạnh đặc biệt nếu cần
5 = Rất tốt	Một ví dụ điển hình đạt hiệu quả cao, có tính sáng tạo và có thể làm gương điển hình	Giới thiệu và nhân rộng

Nghiên cứu dữ liệu và xác định những phản hồi phát triển tiềm năng

- Dựa trên các kết quả đánh giá về tính bền vững, những phản hồi phát triển sẽ trở nên rõ ràng hơn
- Những phản hồi phát triển có thể thay đổi tùy theo mục tiêu chiến lược
- Dưới đây là một vài ví dụ về phản hồi phát triển:



Thảo luận nhóm: Hãy lấy một sản phẩm du lịch di sản văn hóa hiện có của Việt Nam, áp dụng các tiêu chí đánh giá và hệ thống cho điểm trong các trang kế tiếp để đánh giá khả năng đáp ứng của sản phẩm đó đối với những yêu cầu của các bên liên quan chính, từ đó thấy được tính khả thi và tính bền vững của sản phẩm. Hãy đưa ra một số gợi ý để phát triển sản phẩm.



Phiếu cho điểm đánh giá sản phẩm

1/2

KHÓA CẠNH	NHẬN XÉT	CHẤM ĐIỂM
Khóa cạnh 1: Người tiêu dùng quan tâm (“Tôi có muốn sản phẩm này không?”)		
I. Các yếu tố cốt lõi		
1. Khả năng tiếp cận 2. Điểm thăm quan 3. Các hoạt động 4. Các dịch vụ chính 5. Các dịch vụ bổ sung	Điểm đến có dễ dàng tiếp cận đối với du khách không Chất lượng các điểm thăm quan chính tạo nên tuyến du lịch Có những hoạt động nào khác dành cho du khách Những loại dịch vụ nào phải luôn luôn sẵn sàng để phục vụ khách Có những dịch vụ bổ sung nào để tạo thuận lợi hơn cho du khách	
Nhận xét tóm tắt:		Tổng số:
II. Các yếu tố định hình: (Các đặc tính)		
1. Tính nguyên sơ 2. Khác biệt 3. Đa dạng 4. Các yếu tố mùa vụ 5. Chức năng sản phẩm	Sản phẩm đặc sắc và đặc trưng như thế nào đối với vùng này Sản phẩm độc đáo và đặc biệt như thế nào Sự kết hợp giữa các điểm thăm quan, dịch vụ và hoạt động có tốt không Thời tiết, khách quá đông vào mùa cao điểm... Sản phẩm tiêu biểu, trung tâm đầu mối, hoặc sản phẩm phụ trợ, phù hợp với cụm và tuyến sản phẩm của địa phương	
6. Giai đoạn của vòng đời	Điểm phát triển của sản phẩm (ví dụ: đang lên, đã định hình...)	
KHÓA CẠNH	NHẬN XÉT	CHẤM ĐIỂM
Khóa cạnh 2: Doanh nghiệp quan tâm (“Tôi có thể bán được sản phẩm này không?”)		
III. Quan tâm về thị trường:		
1. Thị trường mục tiêu chính 2. Độ lớn của thị trường 3. Xu hướng và tầm ảnh hưởng của thị trường	Có thể dễ dàng xác định mục tiêu cho những thị trường chính Vừa đủ để tạo ra lợi ích và sinh ra lợi nhuận Liệu các thị trường mục tiêu có xu hướng mở rộng hoặc ảnh hưởng tới thị trường khác không	
Nhận xét tóm tắt:		Tổng số
IV. Tính thương mại:		
1. Lập kế hoạch dựa vào thị trường 2. Sự tham gia của khối tư nhân 3. Bối cảnh pháp lý thuận lợi 4. Những nguồn lực hỗ trợ	Các sản phẩm du lịch được xây dựng và quản lý có chiến lược dựa trên những thị trường và xu hướng cụ thể Khối tư nhân được tham gia, bao gồm những doanh nghiệp địa phương kinh doanh lành mạnh Các quy định pháp lý tạo thuận lợi cho phát triển và hoạt động kinh doanh Nguồn nhân lực địa phương và cơ sở hạ tầng thiết yếu sẵn có	
Nhận xét tóm tắt:		Tổng số

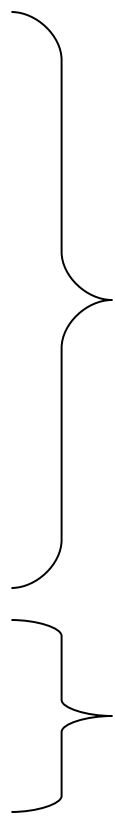
Phiếu cho điểm đánh giá sản phẩm

2/2



KHÓA CẠNH	NHẬN XÉT	CHẤM ĐIỂM
Khóa cạnh 3: Các bên liên quan quan tâm (“Liệu nó có tốt cho chúng tôi?”)		
V. Tính bền vững		
1. Về kinh tế	Nền kinh tế du lịch có thể mang lại cơ hội kiếm tiền hấp dẫn và công bằng	Tổng số
2. Về môi trường	Môi trường thiên nhiên được bảo vệ và cải thiện	
3. Về văn hóa xã hội	Các phong tục tập quán và văn hóa địa phương được coi trọng và gìn giữ	
4. Về thể chế	Sự hỗ trợ của các chính sách, kế hoạch và chương trình của chính phủ	
5. Chức năng ngành	Các bên liên quan có thể vận hành theo đúng chức năng để đảm bảo hoạt động hiệu quả và liên tục	
Nhận xét tóm tắt:		
VI. Lợi ích cho địa phương		
1. Sự chia sẻ lợi ích công bằng	Du lịch là một lựa chọn hiệu quả và phù hợp trong nỗ lực cải thiện sinh kế của người dân địa phương	Tổng số
2. Sự sở hữu/ tham gia của địa phương	Cộng đồng địa phương có cơ chế mở và hiệu quả trong việc tham gia vào lĩnh vực du lịch, bao gồm cả chức năng quản lý	
3. Xóa đói giảm nghèo	Những nhóm khó khăn hơn (phụ nữ, người nghèo, tàn tật, thiểu số) sẽ được hưởng lợi	
Nhận xét tóm tắt:		
KHÓA CẠNH		
NHẬN XÉT		
CHẤM ĐIỂM		
Khóa cạnh 4: Nguồn nhân lực: Sự sẵn có, khả năng đáp ứng và Nhu cầu		
VII. Xây dựng nguồn nhân lực: (Khả năng đáp ứng và nhu cầu hiện tại)		
1. Khối nhà nước	Lãnh đạo và cán bộ công chức có trách nhiệm với hoạt động du lịch hoặc các ban ngành liên quan	Tổng số
2. Khối doanh nghiệp	Doanh nghiệp hoặc tham gia trực tiếp hoặc hỗ trợ hoạt động du lịch tại một địa phương	
3. Cộng đồng địa phương	Những người sống tại các điểm du lịch trực tiếp được hưởng lợi từ hoạt động du lịch	
Nhận xét tóm tắt:		
TỔNG ĐIỂM:		
TỔNG		

Nguyên tắc 3. Đảm bảo các chiến lược và kế hoạch hành động phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa được hình thành



Các hoạt động chiến lược

Các hoạt động của Kế hoạch hành động

A. Xác định tầm nhìn, mục đích và mục tiêu phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm

- **Tầm nhìn:** Thể hiện mục tiêu tổng thể và mục đích của việc phát triển du lịch
- **Mục đích:** Một danh mục thống nhất những nguyện vọng rõ ràng và cụ thể cần đạt
- **Mục tiêu:** Những đích đến cụ thể mà khi đạt được thì mục đích cũng được thỏa mãn



Ví dụ về tầm nhìn, mục đích và mục tiêu

Tuyên ngôn về tầm nhìn:

- “Nhằm xây dựng những sản phẩm du lịch bền vững và có tính cạnh tranh góp phần nâng cao đời sống của địa phương”

Ví dụ về mục đích phát triển:

- Nhằm tăng lượng chi tiêu của khách du lịch tại điểm đến
- Nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và lợi nhuận của kinh doanh du lịch ở địa phương
- Nhằm thu hút thêm đầu tư vào du lịch
- Nhằm giảm đi những tác động của du lịch đến môi trường và nguồn lực của địa phương

Ví dụ về mục tiêu phát triển:

- Nhằm tăng thêm 15% việc làm toàn thời gian cho địa phương đến năm 2015
- Nhằm tăng lượng chi tiêu trung bình theo ngày của du khách tại địa phương thêm 5% đến năm 2020
- Nhằm tăng lượng khách trung bình hàng năm đến các làng văn hóa thêm 10% đến năm 2015

B. Xác định và dành ưu tiên cho các ý tưởng phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm

Mối quan tâm chính là mức độ tác động mà các ý tưởng can thiệp mang lại:

- 1. Các mục đích thương mại khả thi:**
Tính thực tiễn và tính thương mại khả thi trong phát triển các sản phẩm tiềm năng
- 2. Các mục đích mang tính bền vững:**
Sản phẩm có thể mang lại các lợi ích về kinh tế, văn hóa và môi trường cho địa phương ở mức độ nào
- 3. Các mục đích của ngành:**
Củng cố cơ sở hạ tầng & liên lạc; tăng cường hoạt động quảng bá đối với các thị trường mục tiêu; Cải thiện thông tin và chỉ dẫn cho du khách; Nâng cao tiêu chuẩn chất lượng ; Tăng cường an toàn và an ninh

Những mối quan tâm Ưu tiên: Các tác động phát triển mục tiêu

Những mối quan tâm ưu tiên: Tính thực tiễn

C. Thiết kế những hoạt động can thiệp trong phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm

- Bước đầu tiên phải xem lại các mục đích phát triển, các kết quả phân tích mối liên hệ giữa sản phẩm – thị trường và hoạt động đánh giá sản phẩm
- Các phương pháp có thể sử dụng khi thiết kế các hoạt động can thiệp bao gồm:

Sử dụng phương pháp tiếp cận thực tiễn

Cuối cùng, đảm bảo các hoạt động can thiệp được chọn có tính đến 2 câu hỏi dưới đây:

Các nguyên tắc chuẩn bị một chiến lược phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm

- Nhấn mạnh sự tham gia của các bên liên quan
- Dựa trên các nguyên tắc của du lịch bền vững:

D. Xây dựng kế hoạch hành động phát triển sản phẩm du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm

- Đặt ra một cách cụ thể những gì cần làm, khi nào, do ai và cần nguồn lực gì
- Có chức năng như một nguồn lực độc lập
- Những nguyên tắc chung:
 - Đảm bảo sự tham gia của các thành viên
 - Thời hạn hợp lý với điểm đến
 - Có hành động cụ thể với các bên liên quan chính

Các nguyên tắc chỉ dẫn nhằm đảm bảo nguồn lực để thực hiện kế hoạch hành động

- Sử dụng bản kế hoạch hành động của dự án như một công cụ
- Sử dụng ngân sách chung hoặc nguồn vốn riêng
- Dành thời gian huy động nguồn lực
- Xác định các cơ chế tiếp nhận vốn
- Linh hoạt trong hoạch định tài chính
- Luôn hướng tới tương lai

VND

Mẫu kế hoạch hành động

HOẠT ĐỘNG 1	KẾT QUẢ	THỜI GIAN	NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM	NGUỒN LỰC
Hoạt động nhỏ 1				
Hoạt động nhỏ 2				
Hoạt động nhỏ 3				
Hoạt động nhỏ 4				
HOẠT ĐỘNG 2	KẾT QUẢ	THỜI GIAN	NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM	NGUỒN LỰC
Hoạt động nhỏ 1				
Hoạt động nhỏ 2				
Hoạt động nhỏ 3				
HOẠT ĐỘNG 3	KẾT QUẢ	THỜI GIAN	NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM	NGUỒN LỰC
Hoạt động nhỏ 1				
Hoạt động nhỏ 2				
...				



Hoạt động nhóm: Hãy chọn một sản phẩm du lịch di sản văn hóa và lập một chiến lược và kế hoạch hành động để phát triển một sản phẩm du lịch có trách nhiệm cơ bản, trong đó bao gồm tầm nhìn, mục đích, mục tiêu, các hoạt động can thiệp tác động phát triển du lịch di sản văn hóa có trách nhiệm tiềm năng, và một bản kế hoạch hành động để thực hiện.



• DU LỊCH CÓ TRÁCH
NHIỆM HIỆU QUẢ CHO CÁC ĐIỂM DI
SẢN VĂN HÓA TẠI VIỆT NAM

**CHỦ ĐỀ 6. TÀI CHÍNH BỀN VỮNG
TRONG QUẢN LÝ DI SẢN VĂN HÓA**

Vấn đề là gì?

- Trên thế giới, việc đảm bảo tài chính đầy đủ cho các điểm di sản văn hóa vẫn còn là một nỗ lực cần thiết
- Ở Việt Nam, hầu hết các điểm di sản văn hóa đều nhận được một khoản ngân sách nhỏ từ Chính phủ
- Các hoạt động tăng doanh thu bổ sung để hỗ trợ nguồn vốn Chính phủ cho các điểm di sản di sản văn hóa
- Hỗ trợ kinh tế địa phương và góp phần cải thiện kinh tế xã hội cho người dân địa phương

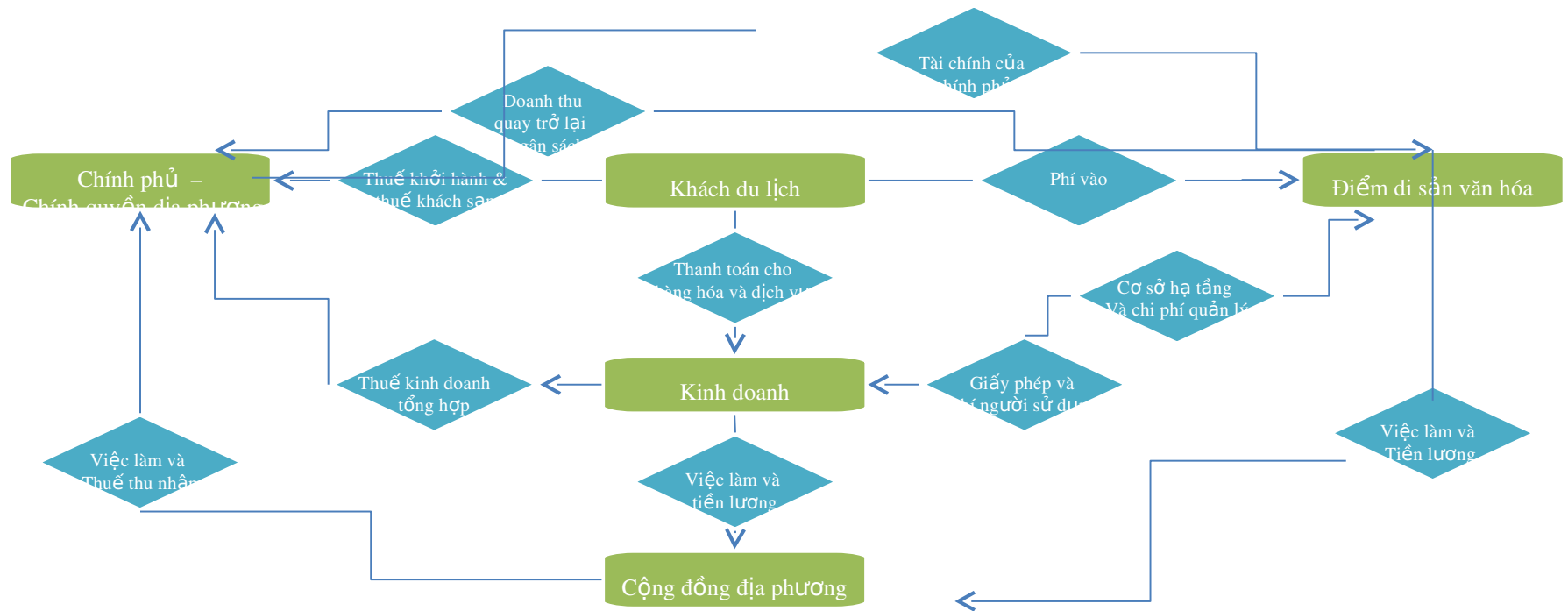


Vai trò và tầm quan trọng của tài chính bền vững trong quản lý di sản văn hóa

- Cho phép triển khai tốt hơn các hoạt động quản lý di sản văn hóa được ưu tiên và đạt được các mục tiêu di sản văn hóa
- Tăng tính Ổn định và sự tự tin về ngân sách
- Giảm căng thẳng tài chính của ngân sách tỉnh và nhà nước



Mô hình kinh tế điển hình của du lịch trong điểm di sản văn hóa



Những nguyên tắc thực tiễn tốt về tài chính có trách nhiệm của các điểm di sản văn hóa

Nguyên tắc 1: Xem xét cơ chế tài chính để xác định các cơ hội

- Cấu trúc, hệ thống tài chính tạo nguồn vốn, doanh thu hiện tại có thể chưa thực sự hiệu quả
- Phân tích hệ thống tài chính hiện tại đôi khi có thể phát hiện các cơ hội để cắt giảm chi phí và tăng doanh thu



4 yếu tố nên xem xét để tìm kiếm cơ hội tài chính

1

LẬP KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

Có thể nhất quán hoặc không nhất quán với khung thời gian lập kế hoạch của chính phủ. Nhưng đảm bảo sự cập nhật. Thông số kỹ thuật / phân bổ rõ các yêu cầu được tài trợ

3

BAN ĐIỀU HÀNH

Vai trò và trách nhiệm. Tự chủ về tài chính

2

DOANH THU PHÁT SINH

Rất nhiều loại phí được sử dụng, tài khoản cho lạm phát, chi phí hàng ngày, sự thay đổi về thu nhập, nhu cầu gia tăng. Xem xét các cơ hội từ các chi phí không cho du lịch

4

ĐẦU TƯ

Rất nhiều ưu đãi hiện tại. Xem xét các cơ hội để tạo mới hoặc nâng cao các ưu đãi hiện tại.

Nguyên tắc 2: Thực hiện các chiến lược sáng tạo để gây quỹ

- Giảm sự phụ thuộc vào nguồn tài trợ của chính phủ bằng cách tạo ra doanh thu từ các chiến lược huy động vốn bổ sung là một xu hướng đang gia tăng trên toàn thế giới
- Theo đuổi các chiến lược để đáp ứng hiệu quả mục tiêu của các bên liên quan khác nhau và tạo ra doanh thu tối đa
- Chiến lược có thể bao gồm vé vào cửa, phí sử dụng, nhượng hoặc cho thuê đất, thuế và các khoản đóng góp



CÔNG TY TNHH MTV DU LỊCH TRƯỜNG THỊNH
KHU DU LỊCH SINH THÁI ĐỘNG THIÊN ĐƯỜNG

GIÁ VÉ THAM QUAN KHU DU LỊCH SINH THÁI ĐỘNG THIÊN ĐƯỜNG

A. VÉ THAM QUAN:	
- Giá vé người lớn:	120.000vnd/vé
- Giá vé trẻ em:	
- Trên 1.3m:	120.000vnd/vé
- Từ 1.1m đến 1.3m:	60.000vnd/vé
- Dưới 1.1m:	Miễn phí
B. VÉ GIỮ XE:	
- Moto, xe máy:	5.000vnd/chiếc
- Ôtô dưới 16 chỗ:	15.000vnd/chiếc
- Ôtô trên 16 chỗ:	20.000vnd/chiếc
C. DỊCH VỤ XE ĐIỆN:	
- Xe điện 4 chỗ:	1 chiều: 60.000vnd 2 chiều: 100.000vnd
- Xe điện 6 chỗ:	1 chiều: 90.000vnd 2 chiều: 150.000vnd
- Xe điện 8 chỗ:	1 chiều: 120.000vnd 2 chiều: 200.000vnd
- Xe điện 14 chỗ:	1 chiều: 210.000vnd 2 chiều: 350.000vnd

* Lưu ý: - Vé đã kiểm soát không hoàn lại.
- Vé chỉ có giá trị tham quan trong ngày.

GIỜ MỞ CỬA: - Mùa hè: từ 6h30 đến 17h00
- Mùa đông: từ 7h30 đến 16h30

BAN QUẢN LÝ KHU DU LỊCH SINH THÁI ĐỘNG THIÊN ĐƯỜNG

Vé vào cửa

Là chi phí du khách phải trả khi đi vào điểm di sản văn hóa

NHỮNG ĐẶC ĐIỂM

- Là chi phí du khách phải trả khi đi vào điểm di sản văn hóa
- Hiệu quả nhất ở các điểm di sản văn hóa có đông khách tham quan và những nơi tìm thấy các sản phẩm văn hóa độc đáo được trưng bày
- Chủ yếu để trang trải vốn và chi phí hoạt động, phản ánh chất lượng hàng hóa và dịch vụ cung cấp cho du khách, nhu cầu của thị trường / sự sẵn sàng chi trả
- Du khách trả nhiều hơn nếu họ biết số tiền họ bỏ ra tăng thêm trải nghiệm hoặc để bảo tồn văn hóa
- Giá cả theo mùa vụ, tầng lớp, loại có thể tối đa hóa doanh thu

NHỮNG THÁCH THỨC

- Việc thu vé không hiệu quả dẫn đến thiệt hại về doanh thu tiền vé
- Nguồn nhân lực khan hiếm cho việc thu vé/ giảm các hoạt động bảo tồn
- Tham nhũng, hối lộ

Giấy phép, hợp đồng thuê

Hợp đồng giữa các điểm di sản văn hóa và các doanh nghiệp có hoạt động thương mại để đổi lấy một khoản phí

NHỮNG ĐẶC ĐIỂM

- Khu vực tư nhân quan trọng hơn do chính phủ tài trợ hạn chế
- Ví dụ: hướng dẫn du lịch, lưu trú, nhà hàng, vận chuyển
- Đòi hỏi phải kiểm soát tốt
- Lợi ích của điểm di sản văn hóa: các doanh nghiệp có đủ kiến thức, kinh nghiệm, thiết bị vv
- Lợi ích kinh doanh: tiếp cận với địa điểm hấp dẫn, cạnh tranh hạn chế

NHỮNG THÁCH THỨC

- Các doanh nghiệp không thành công = ít doanh thu
- Kinh doanh không tôn trọng các nghĩa vụ theo hợp đồng
- Kinh doanh không kiểm soát hành vi của khách
- Lợi nhuận do các doanh nghiệp = thu nhập bị mất bởi điểm di sản văn hóa

Hoạt động thương mại trực tiếp

Quyền hạn của cơ quan di sản văn hóa trong cung cấp hàng hóa và dịch vụ thương mại

CÁC ĐẶC ĐIỂM

- Có thể bao gồm các hoạt động tương tự như khối tư nhân
- Tăng doanh thu qua việc bán các hàng hóa và dịch vụ bổ sung như đồ lưu niệm, đồ ăn thức uống, và các tour bên trong khu di sản
- Có thể thuộc sở hữu của nhà nước hoặc là hợp tác công – tư / liên doanh
- Đảm bảo điểm di sản văn hóa thu được toàn bộ / phần lớn tiền
- Cần bao gồm lao động và hàng hóa / dịch vụ địa phương

THÁCH THỨC

- Nguồn nhân lực, kiến thức, kỹ năng, các nguồn lực tài chính
- Đảm bảo các doanh nghiệp không thuộc sở hữu của nhân viên trong khu di sản văn hóa - người sẽ nhận được tất cả lợi nhuận và không có lợi cho di sản văn hóa

Thuế

Các mức phí hàng hóa và dịch vụ nhằm tạo nguồn quỹ cho chính phủ và có thể được sử dụng để hỗ trợ quản lý di sản văn hóa

CÁC ĐẶC ĐIỂM

- Cho phép tạo ra nguồn quỹ cấp quốc gia và trên cơ sở dài hạn và để sử dụng nguồn quỹ phù hợp với nhu cầu
- Ví dụ: thuế địa phương đối với người sử dụng di sản văn hóa hoặc sử dụng thiết bị, phí giường nằm lưu trú
- Tiếp cận các hình thức giảm thuế cho các công trình / đóng góp bảo tồn khi có thể

THÁCH THỨC

- Không phổ biến đối với dân địa phương và du khách
- Đảm bảo tiền quay trở lại công tác bảo tồn
- Chi phí quản lý hệ thống
- Khó quản lý các khoản thuế “nhỏ” (cùng chịu quản lý như các khoản thuế lớn)

Các khoản đóng góp

Quà tặng là tiền, hiện vật hay dịch vụ, được cung cấp miễn phí để hỗ trợ các điểm di sản văn hóa

CÁC ĐẶC ĐIỂM

- Có thể sử dụng các quỹ tín thác để giữ và quản lý các khoản đóng góp
- Mang lại cơ hội đóng góp trực tiếp cho các dự án khôi phục bao gồm tiền mặt, quà tặng hiện vật, và sức lao động cho du khách
- Có thể khuyến khích các doanh nghiệp đóng góp một % nhỏ của doanh thu để hỗ trợ một dự án di sản văn hóa (ví dụ khôi phục tượng đài kỉ niệm, sưu tầm các mẫu vật triển lãm văn hóa)
- Có thể sử dụng các hòm quyên góp
- Huy động nguồn vốn thông qua các dự án hoặc sự kiện như là các lễ hội văn hóa

THÁCH THỨC

- Đòi hỏi phải truyền thông tốt cho du khách thông qua hướng dẫn viên và qua các tài liệu in ấn, ...
- Tính minh bạch và hiệu quả trong quản lý và sử dụng tiền

Nguyên tắc 3: Hỗ trợ kinh tế địa phương

- Du lịch trách nhiệm yêu cầu người dân địa phương phải được hưởng các lợi ích về kinh tế xã hội
- Nếu cộng đồng địa phương chỉ nhìn thấy những chi phí cho điểm di sản văn hóa mà không thấy lợi ích, họ sẽ không thích hỗ trợ quản lý điểm di sản văn hóa và hoạt động du lịch nữa



Thấu hiểu quan điểm của cộng đồng địa phương về hoạt động du lịch tại các điểm di sản văn hóa

- ✓ Tạo thu nhập
- ✓ Tạo việc làm
- ✓ Tạo cơ hội cho phát triển thương mại tại địa phương
- ✓ Hỗ trợ phát triển cộng đồng
- ✓ Bảo vệ văn hóa
- ✓ Tăng khả năng tiếp cận các dịch vụ tốt hơn



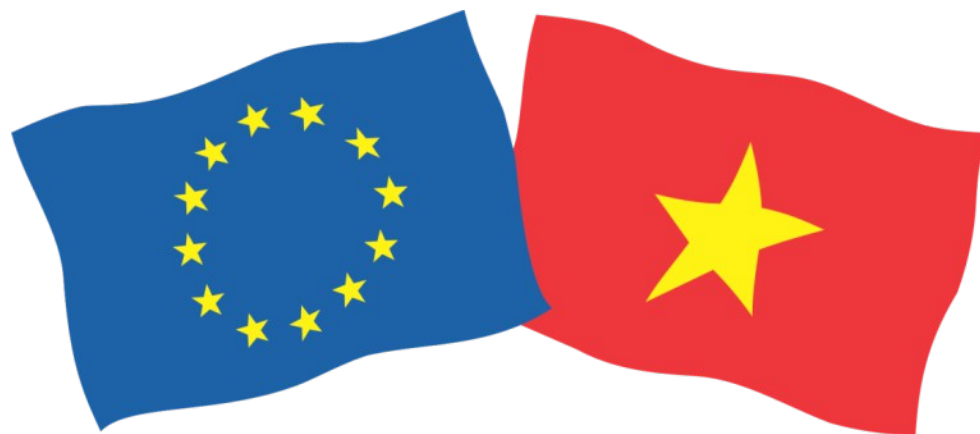
Góp phần xây dựng nền kinh tế địa phương vững mạnh hơn tại các điểm đến di sản văn hóa

Bài tập tình huống: Hệ thống bán vé ở Phố cổ Hội An



Phân tích tài liệu về hệ thống bán vé được sử dụng ở Hội An và thảo luận:

1. Đây là lợi ích cho du khách và các doanh nghiệp địa phương trong việc hỗ trợ hệ thống phí vào cửa này?
2. Các bất lợi tiềm ẩn của cơ chế thu phí thông qua việc bán cưỡng vé là gì?
3. Có thể làm được gì để giải quyết điểm yếu đó?



CHƯƠNG TRÌNH ESRT
ESRT PROGRAMME

Xin trân trọng cảm ơn!
Thank you!