

*Tài liệu hướng dẫn về Di Sản Thế Giới*

1



## **QUẢN LÝ DU LỊCH TẠI CÁC KHU DI SẢN THẾ GIỚI**

*Tài liệu hướng dẫn thực tiễn cho  
các nhà quản lý khu Di sản thế giới*

*Tác giả: Arthur Pedersen*



# **QUẢN LÝ DU LỊCH TẠI CÁC KHU DI SẢN THẾ GIỚI**

*Tài liệu hướng dẫn thực tiễn cho  
các nhà quản lý khu Di sản thế giới*

*Tác giả: Arthur Pedersen*

**Tác giả chịu trách nhiệm lựa chọn và trình bày các nội dung trong ấn phẩm này và những ý kiến trong này không nhất thiết là của Tổ chức UNESCO và cũng không thể hiện cam kết của tổ chức này.**

**Việc thiết kế và trình bày các tư liệu trong ấn phẩm này không có nghĩa là quan điểm của UNESCO về địa vị pháp lý của bất kỳ một nước, vùng lãnh thổ, thành phố hoặc khu vực nào hoặc thẩm quyền của nó hoặc việc phân định các đường ranh giới hoặc biên giới của nó.**

**Trung tâm Di sản Thế giới của UNESCO xuất bản năm 2002**

7, place de Fontenoy  
75352 Paris 07 SP (France)  
Tel: (33) 01 45 68 18 76  
Fax: (33) 01 45 68 55 70  
Email: [wh-info@unesco.org](mailto:wh-info@unesco.org)  
<http://whc.unesco.org>

## Lời tựa

Số phận thật đã an bài: những lý do đích thực tại sao một khu vực được chọn đưa vào danh sách *Di Sản Thế giới* lại cũng chính là lý do tại sao lại có hàng triệu du khách năm này qua năm khác đua nhau tới thăm những khu vực này. Trên thực tế, niềm tin các khu Di sản thế giới thuộc sở hữu của mọi người và cần được bảo tồn cho các thế hệ tương lai chính là nguyên tắc đích thực của Công ước Di sản thế giới. Vậy làm thế nào để chúng ta kết hợp được niềm tin và quan tâm của chúng ta về tác động của du lịch đối với các khu Di sản thế giới? Du lịch bền vững chính là câu trả lời. Hướng dẫn cho các chính phủ, các nhà quản lý khu di tích và du khách về những việc cần làm trong du lịch bền vững là cách duy nhất bảo đảm giữ gìn di sản văn hóa và thiên nhiên của thế giới.

Trong năm 2002, mối lưu tâm trọn vẹn của cộng đồng quốc tế đã tập trung vào du lịch và hậu quả của nó đối với di sản văn hóa và thiên nhiên. Bắt đầu bằng việc Liên hợp quốc tuyên bố 2002 là “*Năm Di sản Văn hóa*”. Sau đó vào tháng 5, Hội nghị thượng đỉnh thế giới về Du lịch sinh thái lần đầu tiên được tổ chức tại thành phố Quebec với tuyên bố về phát triển Du lịch sinh thái trong bối cảnh phát triển bền vững được đưa ra tại hội nghị thượng đỉnh Johannesburg tổ chức sau đó. Tới tháng 11, “*Di sản, Du lịch và Phát triển*” là một trong những chủ đề chính của Hội nghị Quốc tế ở Venice vào dịp kỷ niệm 30 năm *Công ước Di sản thế giới*. Với việc phát hành tài liệu hướng dẫn này, chúng tôi nhằm khai thác xu hướng đó bằng cách biến tất cả các ý kiến, luận thuyết và kế hoạch phát triển du lịch bền vững thành hành động.

Bằng cách học “*đi đứng nhẹ nhàng*” trên trái đất, chúng ta không chỉ bảo đảm tương lai của các khu Di sản thế giới, mà còn bảo đảm cả tương lai của du lịch. Đây là “*tình huống lưỡng lợi*” cho tất cả những ai liên quan: khu di sản sẽ được bảo vệ và duy trì tốt hơn, du khách sẽ có những chuyến viếng thăm dễ chịu hơn, và kết quả là kinh tế địa phương cũng khởi sắc.

Du lịch là một lối thoát về quản lý quan trọng ở các khu Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới. Nó là ngành công nghiệp với những chi phí mà ai cũng biết, nhưng cũng đầy tiềm năng hỗ trợ cho những nỗ lực bảo vệ di sản. Chúng tôi công nhận tiềm năng này và tin rằng bằng cách dấn thân vào và có những hành động thích hợp ở nhiều cấp độ khác nhau của quá trình du lịch bền vững, du lịch sẽ có thể được quản lý sao để đưa lại được nhiều lợi ích thực cho khu di sản. Tài liệu hướng dẫn này đưa ra một quá trình nhằm giúp các nhà quản lý khu di sản hành động theo hướng đó.

Đây là tài liệu đầu trong một loạt tài liệu hướng dẫn “quản lý” Di sản thế giới dành cho những người đang hàng ngày mang hết tâm trí và sức lực bảo vệ kho báu vô giá của thế giới chúng ta.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn TEMA và UNEP đã hỗ trợ cho sáng kiến của Trung tâm để tạo dựng lên được một tài liệu hướng dẫn dễ vận dụng cho các nhà quản lý các khu Di sản thế giới.

**Francesco Bandarin**

*Giám đốc Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO,  
Paris, Pháp.*



## Lời tựa

Tôi lấy làm tự hào được giới thiệu tài liệu này, một đóng góp nữa có giá trị vào *Năm Du lịch sinh thái 2002*. Du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới mà chỉ riêng trong năm 2002 đã có tới 700 triệu du khách quốc tế tham gia; nó có thể trở thành một công cụ chủ yếu trong nỗ lực vượt qua những mất mát về đa dạng sinh học và xóa đói nghèo, đặc biệt ở những hệ sinh thái nhạy cảm và các khu vực được bảo vệ. Một môi trường tự nhiên và xã hội lành mạnh là tài sản đầu tiên và quan trọng bậc nhất đối với ngành công nghiệp tầm cỡ thế giới này, đó là một thực tế cơ bản. Nó tạo ra ý nghĩa nghiệp vụ cho các nhà làm công tác du lịch nhằm giúp họ trở thành những đồng minh tự nhiên của sự bền vững.

Các khu vực được bảo vệ, đặc biệt là các khu Di sản thế giới, là những nơi thu hút chính của du lịch và cũng là nơi ngày càng có nhiều du khách tới thăm. Các khu Di sản thế giới là những cảnh quan văn hóa và tự nhiên nổi tiếng trải rộng trên tất cả các hệ sinh thái đã được tuyển chọn cẩn thận qua một quá trình diễn ra từ khi có thỏa thuận đa phương của 175 nước vào năm 1972. Duy tu bảo dưỡng những khu vực này đòi hỏi phải có những việc làm thích hợp để bảo đảm quản lý tốt công viên về mặt môi trường, đồng thời bảo đảm lợi ích cho các cộng đồng địa phương từ sự sinh tồn của các công viên đó.

Những lợi ích kinh tế tiềm tàng mà du lịch có thể mang lại sẽ không trở thành hiện thực nếu không được hoạch định công phu. Thực vậy, phát triển du lịch không có kiểm soát có thể đưa tới những tác động tiêu cực rất lớn đối với những kho báu trong di sản của nhân loại. Các nhà quản lý khu Di sản thế giới thường không được chuẩn bị thoả đáng để đương đầu với những thách thức do du lịch mang lại và dễ thương thảo với ngành công nghiệp du lịch phức hợp. Họ thường được đào tạo chủ yếu trong các lĩnh vực lâm nghiệp, quản lý môi trường công cộng, và sinh học. Vì vậy, những khái niệm như quản lý kinh doanh, tiếp thị và xử lý rủi ro trong thương trường hãy còn tương đối mới đối với nhiều nhà quản lý khu di sản. Một phương pháp tiếp cận thực tế, cụ thể theo từng trường hợp được sử dụng trong tài liệu này sẽ lý giải những chủ đề đó và cả những chủ đề khác để các nhà quản lý công viên có thể hoạch định và phát triển các cuộc tham quan phù hợp với yêu cầu và giới hạn của kế hoạch tổng thể của khu di sản.

Năm 2002, UNEP, IUCN và Tổ chức Du lịch thế giới (WTO) đã phát hành cuốn sách mang tựa đề "*Du lịch bền vững trong những khu vực được bảo vệ*" của Tiến sỹ Paul Eagles thuộc Ủy ban Thế giới về Những khu vực được bảo vệ với sự đóng góp của nhiều chuyên gia quốc tế. Cuốn sách này nhằm bồi đắp hiểu biết tốt hơn về những vấn đề liên quan đến du lịch trong các khu vực được bảo vệ, và hướng dẫn giải quyết những vấn đề đó. Tài liệu mới này hỗ trợ một cách hữu hiệu cho cuốn sách nói trên: nó đề cập đến những yêu cầu cụ thể đối với các nhà quản lý khu Di sản thế giới và hướng dẫn họ trong quá trình hoạch định và quản lý khách tham quan. Đây là một mốc mới nữa trong sự hợp tác lâu dài giữa UNEP và UNESCO trong việc cải thiện các lợi ích đối với các khu vực được bảo vệ qua du lịch bền vững. Tôi tin rằng nó sẽ càng tăng cường quan hệ hợp tác và đối tác giữa các nhà quản lý Di sản thế giới, công nghiệp du lịch, cộng đồng địa phương, chính phủ và du khách.

**Jacqueline Aloisi LARDEREL**

*Trợ lý Giám đốc Điều hành*

*Vụ trưởng Vụ Công nghệ, Công nghiệp và Kinh tế*

**Chương trình Môi trường của LHQ (UNEP)**



## Lời nói đầu

Người ta rất dễ đặt câu hỏi tại sao tài liệu hướng dẫn du lịch đã có rất nhiều mà lại còn phải soạn thảo tài liệu này? Đó tất nhiên là câu hỏi chính đáng mà tác giả cần phải phúc đáp.

Câu trả lời hết sức đơn giản: tài liệu này được viết với mong muốn thấy được chính những việc đang diễn ra trong lĩnh vực này, cố gắng thấu hiểu mọi lẽ, so sánh với kinh nghiệm bản thân, và diễn đạt những gì đã học hỏi được bằng một văn phong mà tác giả hy vọng mọi người đều hiểu. Vốn từng nhiều năm làm công tác quản lý du khách và kế hoạch, tôi muốn biết chúng ta đã phát hiện ra được những gì trong việc dùng du lịch như một công cụ có lợi cho việc bảo tồn di sản.

Thực tế tài liệu này cũng chỉ là khởi đầu của một loạt tài liệu theo dự án hướng dẫn các nhà quản lý khu Di sản thế giới về các vấn đề du lịch. Tại sao lại tập trung vào các khu Di sản thế giới? Có lẽ cách giải thích tốt nhất là sử dụng chính câu hỏi của vị Trưởng ban Di sản thiên nhiên thuộc Trung tâm Di sản thế giới, ông Natarajan Ishwaran: “Nếu chúng ta không thể cứu được các khu Di sản thế giới thì chúng ta có thể cứu cái gì?”. Tôi luôn ghi nhớ điều này. Vì tiếp tục làm việc với các khu Di sản thế giới cho nên tôi đã dần nhận thức được vai trò quan trọng của Công ước Di sản thế giới.

Tài liệu này dùng làm gì, và lý do tại sao nó lại khác các tài liệu khác là vì nó tổng hợp quá trình tổng thể hợp lô gích của việc quản lý du lịch và du khách đã được phản ánh trong các tài liệu về công tác quản lý. Tôi nghiệm ra rằng nếu hiểu được quá trình hình thành vấn đề và có tầm nhìn toàn cầu về cách thức sự việc gắn kết với nhau, thì sẽ dễ cho ta lướt qua các chi tiết kỹ thuật đang là những yếu tố chủ yếu của rất nhiều lĩnh vực hiện đại nhất. Nếu không có kiến thức ấy, những người không thuộc tầm cỡ chuyên gia có thể sẽ bị lạc lối trong một ma trận vô cùng phức tạp.

Du lịch bền vững thành công đòi hỏi một quá trình can dự chặt chẽ. Nó bao gồm những ý tưởng rõ ràng về mục đích và mục tiêu, biết nơi khách cần tới, sắp đặt những mục đích và mục tiêu ấy trong khuôn khổ những quy định pháp lý và xã hội, và sau đó thương thảo với các nhóm lợi ích liên quan nhằm dung hòa các nhu cầu với nhau. Nó cũng có nghĩa là tiếp tục theo dõi xem đã đạt được những mục tiêu xác định chưa, và nếu chưa thì quyết định phải làm gì để điều chỉnh chương trình cho đúng hướng. Toàn bộ quá trình này về lý thuyết có vẻ đơn giản, nhưng thực ra lại rất khó duy trì và thực hiện trong thực tế.

Một lần có người nói với tôi, “Ý tưởng phải là sự đồng cảm chứ không phải áp đặt”. Vì lẽ đó, với sự hỗ trợ của Gina Dogget, một biên tập viên cừ khôi, tôi cố gắng lái nội dung tài liệu này theo hướng đó.

**Arthur Pedersen**  
**Tác giả**

---





# Mục lục

Lời giới thiệu	Trang 11
Công ước Di sản thế giới (1)	Trang 13
Ngành công nghiệp Du lịch: những gợi ý đối với các nhà quản lý (2)	Trang 23
Du lịch: Tác động và các vấn đề đặt ra (3)	Trang 33
Thu hút những người có lợi ích: Lợi ích và Thách thức từ sự tham gia của công chúng (4)	Trang 45
Xác định Mục đích Chính sách và Mục tiêu quản lý (5)	Trang 57
Năng lực thực hiện và các vấn đề hoạch định kế hoạch liên quan (6)	Trang 73
Chiến lược và Giải pháp đối với các vấn đề Quản lý Du lịch (7)	Trang 85
Quảng bá Khu Di sản (8)	Trang 105
<i>Phụ lục 1: Khảo sát Du khách: Kỹ thuật và Mẫu Phiếu</i>	Trang 119
<i>Phụ lục 2: Hiến chương Quốc tế về Du lịch Văn hóa</i>	Trang 127
<i>Phụ lục 3: Các NXB sách hướng dẫn, Tạp chí và Báo chí</i>	Trang 133
Lời cảm ơn	Trang 139



## Lời giới thiệu

Du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới. Hội đồng Lữ hành và Du lịch thế giới (WITC) ước tính du lịch mang lại khoảng 12% GNP toàn thế giới. Theo nhiều nghiên cứu dự đoán sự tiếp tục tăng trưởng thì du lịch đang là một nhân tố ngày càng quan trọng trong việc hoạch định và quản lý các khu Di sản thế giới của UNESCO.

Mặc dù chưa có những số liệu chính thức, song việc đưa một khu vực vào danh sách Di sản thế giới thường trùng hợp với tỷ lệ tăng nhanh về số lượng du khách. Ngay cả với tốc độ hiện nay, du lịch đang là một vấn đề quan trọng ở các khu Di sản thế giới. Một nghiên cứu vào năm 1993 của UNESCO và Chương trình Môi trường của Liên Hiệp Quốc (UNEP) cho thấy phần lớn các nhà quản lý khu di sản thiên nhiên coi du lịch là một vấn đề then chốt. Các cuộc phỏng vấn, khảo sát do Ủy ban Di sản thế giới tiến hành cũng đã phát lộ ra những mối quan tâm tương tự.

Du lịch có những lợi thế mà ai cũng thấy: lệ phí du khách vào thăm, tiền miễn giảm thuế và các khoản đóng góp cung cấp ngân quỹ cho các nỗ lực trùng tu và bảo vệ di sản. Du khách có thể trở thành những người bạn của khu di sản và có thể góp phần kêu gọi trợ giúp quốc tế. Các hãng tổ chức tour du lịch và hệ thống khách sạn có thể có vai trò trong việc quản lý di sản bằng các đóng góp tài chính, trợ giúp những nỗ lực theo dõi hoặc hướng dẫn du khách của họ có trách nhiệm khi viếng thăm. Du lịch cũng có thể thúc đẩy các giá trị văn hóa bằng cách hỗ trợ các ngành nghề thủ công địa phương, hoặc tạo ra những hoạt động kinh tế có chọn lọc.

Thế nhưng du lịch cũng đưa lại nhiều vấn đề mà ai cũng biết. Quản lý tốc độ tăng trưởng nhanh của ngành du lịch là một quá trình tốn kém thời gian, đòi hỏi phải có chính sách rõ ràng, đối thoại liên tục với bên liên quan và thường xuyên giám sát. Các hoạt động du lịch đòi hỏi phải có đánh giá về tác động của nó đối với môi trường (EIAs) cùng những thủ tục giảm thiểu những tác động đó. Ở những khu di sản với nguồn ngân sách và số nhân viên hạn hẹp, du lịch ngày càng tăng có thể làm căng thẳng nguồn lực hạn hẹp và làm các nhà quản lý xao nhãng nỗ lực bảo vệ.

Trong khi du lịch có thể đóng góp vào các nỗ lực bảo vệ và trùng tu di sản, thì sự cân bằng đúng mức giữa lợi ích kinh tế và những tác động ngoài ý muốn lại khó xác định. Các nhà quản lý biết rằng muốn thu hút du khách thì cần thường xuyên đổi mới để cạnh tranh. Trong trường hợp các khu Di sản thế giới, họ cũng biết mình phải tuân thủ quy tắc quốc tế trong việc duy trì hoặc phục hồi giá trị gốc của khu di sản. Trách nhiệm này đặt ra nhiều vấn đề khó như được phép thay đổi đến mức độ nào để có thể đáp ứng được sức tăng trưởng của ngành du lịch. Một vấn đề khác là cần bảo đảm một phần thu nhập từ du lịch được dành cho cộng đồng để có thể hỗ trợ những nỗ lực bảo vệ, bảo tồn và tôn tạo ở địa phương.

Để đáp ứng những thách thức này và những thách thức khác, các nhà quản lý đã yêu cầu được huấn luyện và có những thông tin về Di sản thế giới cũng như những ví dụ cụ thể về thủ tục xử lý các vấn đề hoạch định du lịch. Trung tâm Di sản thế giới đã đáp ứng bằng cách tăng cường hỗ trợ cho việc huấn luyện các kỹ năng quản lý du lịch, kể cả việc phát hành tài liệu này.

Tài liệu này đề ra cách giải quyết những yêu cầu mà các nhà quản lý và các trung tâm đào tạo đã nêu ra. Nó cung cấp một hệ phương pháp luận nhằm giúp các nhà quản lý giải quyết những vấn đề liên quan đến du lịch. Nó cũng lập định một hệ thuật ngữ chung nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi thông tin và liên lạc giữa các nhà quản lý. Các chủ đề được đề cập bao gồm UNESCO, Công ước Di sản thế giới và Trung tâm Di sản thế giới, ngành công nghiệp du lịch, huy động tham gia của công chúng, nâng cao năng lực, tác động của du lịch, chiến lược quản lý du khách, giới thiệu và quảng bá, trong đó nhiều chủ đề được minh họa bằng những nghiên cứu điển hình ngắn gọn.

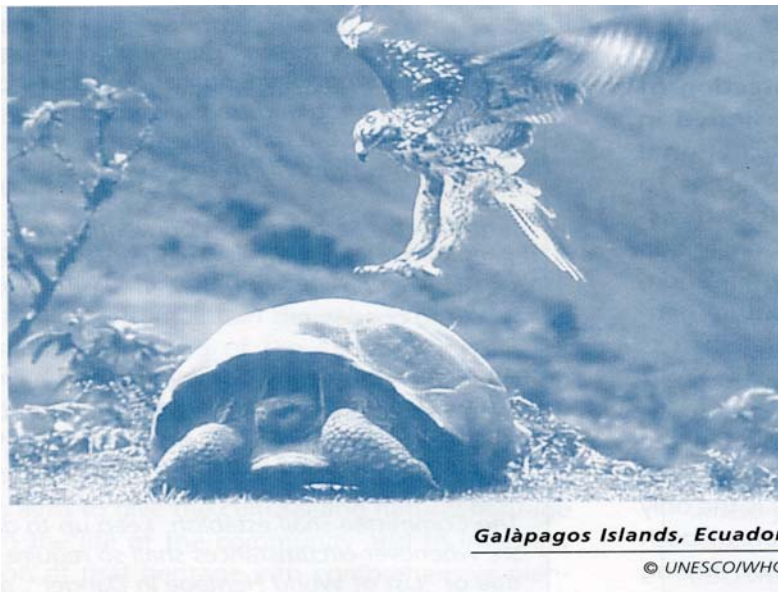
Tài liệu cũng đưa ra một loạt biện pháp khả dĩ áp dụng cho các cuộc thăm dò khảo sát, theo dõi chính sách, thực hiện quản lý, quảng bá khu di sản và liên hệ với những người có lợi ích. Các nhà quản lý có thể lựa chọn những biện pháp thích hợp với các di tích khác nhau và có thể tùy cơ ứng dụng.

Người đọc sẽ thấy tài liệu này đề cập đến vấn đề du lịch ở các khu di sản văn hóa cũng như thiên nhiên. Trong khi việc quản lý du khách đặt ra nhiều vấn đề khác nhau tùy thuộc vào khu vực đó là di sản văn hóa hay thiên nhiên thì cả hai loại di sản đều có những quan tâm giống nhau, như xác định mục đích và mục tiêu, làm việc với những người có lợi ích, xử lý vấn đề nâng cao năng lực cùng các hoạt động giới thiệu và quảng bá. Hơn nữa, nhiều khu Di sản thế giới tuy được liệt hoặc vào danh sách di sản văn hóa hoặc thiên nhiên, nhưng đều phải bảo vệ cả hai loại nguồn lực.

Kinh nghiệm cho thấy quản lý du khách là hoạt động cân bằng trong đó đòi hỏi phải có chính sách du lịch dựa trên mục tiêu bảo toàn và bảo tồn và những chính sách này sẽ được những người có lợi ích ủng hộ, đồng thời tôn trọng các quy định luật pháp, khuyến khích các cuộc tranh luận và theo dõi các hoạt động du lịch. Tài liệu này cố gắng kết hợp nhiều yếu tố nhằm cung cấp cho các nhà quản lý một khung thực tế làm cơ sở cho những nỗ lực của họ.

---

## Công ước Di sản Thế giới



Hiểu rõ những trách nhiệm ghi trong Công ước Di sản thế giới là điều chủ yếu trong quá trình hoạch định chính sách và ra quyết định. Hướng dẫn Đường lối Thao tác đi kèm Công ước có một ý nghĩa rộng lớn đối với việc quản lý du lịch, với những hướng dẫn hữu ích về việc thực hiện trách nhiệm, như việc phải có báo cáo thường kỳ. Hệ thống Di sản thế giới cũng tạo ra những cơ hội độc đáo, và Trung tâm Di sản thế giới cũng đưa ra một loạt các phương sách dành cho các nhà quản lý du lịch, kể cả các tài liệu cho ngành thông tin đại chúng.

### 1.1. Công ước Di sản thế giới

**1.1.1 Công ước Bảo vệ Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới, ký tại Paris ngày 16 tháng 11 năm 1972, là một thỏa ước quốc tế trong đó các quốc gia cùng bảo vệ các di sản trường tồn của thế giới.** Mỗi quốc gia, hoặc “Quốc gia thành viên” tham gia Công ước công nhận trách nhiệm chính của mình nhằm đảm bảo việc xác định, bảo vệ, bảo tồn và chuyển giao các di sản văn hóa và thiên nhiên của đất nước cho các thế hệ tương lai.

Cho đến nay, đã có trên 170 quốc gia ký kết Công ước, vì vậy Công ước này trở thành một trong những công cụ bảo vệ có uy lực nhất trên thế giới. Đây là văn bản pháp lý quốc tế duy nhất để bảo vệ di sản văn hóa và thiên nhiên trong đó khuyến khích sự hợp tác giữa các quốc gia nhằm bảo vệ di sản của họ.

**1.1.2 Ủy ban Di sản Thế giới Liên Chính phủ gồm có 21 quốc gia thành viên được Đại hội đồng các quốc gia thành viên Công ước bầu chọn với nhiệm kỳ sáu năm.** Ủy ban chịu trách nhiệm thực hiện Công ước và quyết định di sản nào sẽ được đưa vào Danh sách Di sản Thế giới dựa trên các khuyến nghị của hai cơ quan tư vấn là Hội đồng Quốc tế về Di tích và Di chỉ (ICOMOS) - chịu trách nhiệm về di tích văn hóa, và Liên đoàn Bảo toàn Thiên nhiên Thế giới (IUCN)- chịu trách nhiệm về di tích thiên nhiên. Một cơ quan tư vấn thứ ba là Trung tâm Quốc tế Nghiên cứu Bảo tồn và Trùng tu Di sản Văn hóa (ICCROM). Trung tâm

này có trách nhiệm tư vấn về chuyên môn trong lĩnh vực trùng tu di tích và quản lý di sản văn hóa, cũng như việc tổ chức đào tạo chuyên gia.

Sáu thành viên của Văn phòng Ủy ban Di sản thế giới, với nhiệm vụ hỗ trợ Ủy ban trong việc diễn giải Công ước, sẽ họp một năm hai lần để đánh giá các yêu cầu đề cử vào danh sách Di sản thế giới và hỗ trợ tài chính. Ủy ban và Văn phòng xem xét các báo cáo về “tình hình bảo toàn di sản” đối với các di sản đã được đưa vào Danh sách Di sản Thế giới. Cả Ủy ban và Văn phòng đưa ra các khuyến nghị cho các quốc gia thành viên về bảo toàn và hỗ trợ kỹ thuật hoặc tài chính ở mức thích đáng và trong giới hạn ngân sách cho phép để đảm bảo việc bảo vệ tính toàn vẹn và chân thực của các di chỉ.

### **Công ước Bảo vệ Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới (trích)**

*...Trước tình trạng các di sản ngày càng bị đe dọa nghiêm trọng trên diện rộng, toàn thể cộng đồng quốc tế phải có phận sự tham gia vào việc bảo vệ các di sản văn hóa và thiên nhiên có giá trị toàn cầu nổi bật bằng cách hỗ trợ tập thể, và cho dù không làm thay công việc của quốc gia liên quan, nhưng việc này sẽ góp phần hỗ trợ có hiệu quả.*

*Mỗi quốc gia thành viên Công ước công nhận rằng trách nhiệm xác định, bảo vệ, bảo toàn, tôn tạo và chuyển giao cho thế hệ tương lai các di sản văn hóa và thiên nhiên... có trên lãnh thổ của mình là nhiệm vụ hàng đầu của quốc gia.*

*...Các quốc gia thành viên Công ước công nhận rằng đối với những di sản được ghi trong danh sách Di sản thế giới, toàn thể cộng đồng quốc tế có trách nhiệm hợp tác bảo vệ.*

*Một Ủy ban Liên chính phủ Bảo vệ Di sản Văn hóa và Thiên nhiên có giá trị toàn cầu nổi bật được gọi là “Ủy ban Di sản thế giới” sẽ được thành lập trong khuôn khổ của UNESCO.*

*Ủy ban này sẽ xây dựng, cập nhật và khi điều kiện đòi hỏi sẽ ban hành “Danh sách những Di sản thế giới đang bị đe dọa” là một danh mục các tài sản đã được nêu trong danh sách Di sản thế giới mà việc bảo toàn cần những hành động lớn và cần được hỗ trợ theo Công ước.*

*Bất cứ quốc gia thành viên nào của Công ước đều có thể yêu cầu quốc tế hỗ trợ đối với những tài sản là một phần của di sản văn hóa hay thiên nhiên có giá trị toàn cầu nổi bật tọa lạc trên lãnh thổ của mình.*

Công ước bảo vệ hàng trăm khu di chỉ “có giá trị toàn cầu nổi bật”, bao gồm các di chỉ văn hóa, thiên nhiên hoặc di chỉ văn hóa và thiên nhiên kết hợp. Để được đưa vào danh sách Di sản thế giới, một tài sản cần phải đáp ứng một hoặc nhiều tiêu chí văn hóa hay thiên nhiên cụ thể, và phải chứng minh được các giá trị nguyên vẹn và/hoặc nguyên bản của nó. Công ước quy định bốn tiêu chí cho các khu di chỉ thiên nhiên và sáu tiêu chuẩn cho các khu di chỉ văn hóa để quyết định xem với những giá trị ấy, các tài sản này có được đưa vào danh sách Di sản thế giới hay không.

**1.1.3. Việc xin đăng ký vào danh sách Di sản thế giới phải do quốc gia thành viên thực hiện.** Đơn xin bao gồm một kế hoạch chi tiết về quản lý và bảo vệ khu di chỉ, ghi rõ những giá trị Di sản thế giới của khu đó và chứng minh tại sao nó cần được đưa vào danh sách Di sản thế giới. Ủy ban Di sản thế giới sẽ quyết định ghi khu vực này vào danh sách sau khi xem xét những đánh giá của ICOMOS và/hoặc IUCN.

**1.1.4. Các khu Di sản thế giới được đưa vào danh sách “Di sản thế giới bị đe dọa” khi Ủy ban Di sản thế giới cho rằng khu vực đó đang đứng trước những nguy cơ hiện có hoặc tiềm ẩn, chẳng hạn như sự xuống cấp do quá trình đô thị hóa không được kiểm soát, hoặc khai thác không mang tính bền vững các tài nguyên thiên nhiên.** Ủy ban có thể được cảnh báo về những hiểm họa có thể có đối với khu Di sản thế giới và sau khi tham khảo quốc gia thành viên liên quan, sẽ quyết định xem có

nên đưa nó vào danh sách Di sản thế giới bị đe dọa hay không.

Danh sách Di sản thế giới bị đe dọa có thể đóng vai trò như một công cụ bảo toàn, cho phép các nước được tiếp cận sự hỗ trợ quốc tế. Nó cũng là cách huy động sự ủng hộ của chính giới và công chúng ở cấp quốc gia nhằm bảo toàn khu vực đang bị đe dọa.

## 1.2. Các trách nhiệm theo Công ước

**1.2.1. Trách nhiệm của quốc gia thành viên.** Khi một khu di chỉ đã được ghi vào danh sách Di sản thế giới, trách nhiệm hàng đầu của quốc gia thành viên là duy trì các giá trị mà di chỉ này đã được ghi nhận. Điều 5 của Công ước yêu cầu mỗi quốc gia thành viên phải bảo vệ, bảo toàn và giới thiệu di sản văn hóa và thiên nhiên có trên lãnh thổ của mình bằng những hành động pháp lý thích đáng. Công ước khuyến nghị các chính phủ “có chính sách chung nhằm tạo cho di sản văn hóa và thiên nhiên có chức năng trong đời sống của cộng đồng, và đưa việc bảo vệ di sản đó vào các chương trình hoạch định tổng thể”. Các khuyến nghị này bao gồm việc xem xét các kế hoạch cấp địa phương và quốc gia, dự báo tăng trưởng hay suy giảm dân số, các yếu tố kinh tế và hướng phát triển giao thông, cũng như có các biện pháp phòng ngừa thảm họa.

**1.2.2. Trách nhiệm của Trung tâm Di sản thế giới.** Trung tâm di sản Thế giới được thành lập năm 1992 chính là ban thư ký của các cơ quan điều hành thuộc Công ước. Nó giúp các quốc gia thành viên thực hiện Công ước, phát triển và tăng cường năng lực cấp địa phương và quốc gia nhằm bảo vệ và quản lý lâu dài các khu di chỉ. Trung tâm điều phối việc trao đổi kinh nghiệm chuyên môn và hỗ trợ quốc tế, thu thập và phổ biến thông tin về thực trạng của các khu Di sản thế giới và duy trì ngân hàng dữ liệu trong đó có hồ sơ đăng ký các khu Di sản thế giới. Trung tâm phối hợp chặt chẽ với các quốc gia thành viên, các cơ quan tư vấn và các ban ngành Văn hóa, Khoa học, Giáo dục, Khoa học Xã hội và Nhân văn và Thông tin liên lạc của



UNESCO. Ngoài ra, Trung tâm còn chuẩn bị các tài liệu thông tin cho các phương tiện truyền thông, các nhà hoạch định chính sách, chính quyền địa phương, khu vực tư nhân, các cộng đồng địa phương và những người quản lý các khu di chỉ. Những thông tin này được phát hành dưới dạng ấn phẩm hoặc phổ biến trên Internet.

### 1.3. Hướng dẫn của Trung tâm Di sản thế giới

**1.3.1. Các hoạt động liên quan đến du lịch do Trung tâm Di sản thế giới tiến hành.** Trung tâm Di sản thế giới tham gia vào một loạt các hoạt động liên quan đến du lịch như tiến hành các đợt nghiên cứu, xem xét các dự án phát triển du lịch ảnh hưởng thế nào tới giá trị của khu di chỉ đã được ghi nhận. Chẳng hạn, Trung tâm đã đánh giá tác động của các chuyến bay trực thăng ở khu Thác Iguacu của Brazil, tác động của du lịch đối với động thực vật hoang dã ở quần đảo Galapagos, của các dự án cáp treo ở Machu Picchu của Peru và ở Vườn quốc gia Morne Trois Piton của Dominica, sự giảm thiểu và quản lý các luồng du khách ở các khu di chỉ Alhambra, Generalife và Albayzín ở Granada của Tây Ban Nha.

#### Công ước Di sản thế giới và các thể chế liên quan

Theo Công ước, Ủy ban Di sản thế giới gồm 21 thành viên được Đại hội đồng các quốc gia thành viên bầu hai năm một lần với nhiệm kỳ 6 năm. Ủy ban sẽ được các ban tư vấn khác nhau tư vấn về kỹ thuật trong việc lựa chọn các khu để đưa vào danh sách Di sản thế giới và việc hoạch định các hoạt động của Ủy ban.

Đặc biệt, Công ước quy định rõ vai trò của ba cơ quan tư vấn hỗ trợ cho Ủy ban về các vấn đề kỹ thuật. Hội đồng Quốc tế về Các Di tích và Di chỉ (ICOMOS), một tổ chức phi chính phủ (NGO) thành lập năm 1965 có ban thư ký quốc tế đặt tại Pa-ri trợ giúp Ủy ban Di sản thế giới trong việc lựa chọn các khu di sản văn hóa để đưa vào danh sách Di sản thế giới. Trung tâm Quốc tế Nghiên cứu Bảo tồn và Trùng tu các Di sản Văn hóa (ICCROM), một cơ

quan liên chính phủ do UNESCO thành lập năm 1956 có trụ sở tại Roma tư vấn về kỹ thuật cho việc bảo toàn các tài sản văn hóa và các hoạt động đào tạo. Liên đoàn Thế giới về Bảo toàn Thiên nhiên (IUCN), một cơ quan liên chính phủ khác do UNESCO thành lập từ năm 1948 có trụ sở tại Gland, Thụy Sĩ tư vấn cho Ủy ban về việc lựa chọn và bảo toàn các khu Di sản thiên nhiên.

UNESCO đặc biệt được nói đến trong Công ước với vai trò là Ban thư ký của Ủy ban Di sản thế giới. Để điều phối các hoạt động liên quan đến Di sản thế giới, vốn từng được nhiều bộ phận khác nhau trong UNESCO đảm nhiệm từ khi hình thành Công ước, năm 1992, Tổng Giám Đốc UNESCO đã thành lập Trung tâm Di sản thế giới đóng vai trò đầu mối trong Tổ chức. Trung tâm quản lý Quỹ Di sản thế giới, theo dõi bổ sung danh sách và dữ liệu các khu Di sản thế giới và tổ chức các cuộc họp của các cơ quan điều hành của Công ước như Ủy ban Di sản thế giới. Nó cũng tổ chức trợ giúp kỹ thuật khi các nước thành viên yêu cầu, huy động hợp tác quốc tế, đặc biệt là trong các hoạt động khẩn cấp khi các khu Di sản thế giới bị đe dọa, và điều phối việc báo cáo về tình trạng của các khu di sản. Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO cũng đảm nhận trách nhiệm tổ chức các hội thảo, các lớp tập huấn kỹ thuật, xây dựng các tài liệu giảng dạy để nâng cao hiểu biết của công chúng về các khái niệm Di sản thế giới và thông báo cho các phương tiện thông tin đại chúng những vấn đề liên quan. Trung tâm phối hợp chặt chẽ với các thiết chế khác trong Tổ chức và các thể chế chuyên môn khác.

Công ước Di sản thế giới có ảnh hưởng liên tục tới các chính sách về du lịch. Ở Quần đảo Galapagos, các chuyên gia với sự hỗ trợ của Quỹ Di sản thế giới đã đóng góp vào các chính sách nhằm huy động tới đa nguồn du khách, cùng các biện pháp giảm thiểu tác động đối với khu di sản. Ở những nơi khác, ví dụ khu Di sản thế giới El Vizcaino, du lịch bền vững đã được kiến nghị như một giải pháp thay thế cho

các hoạt động kinh tế đang đe dọa khu di chỉ này.

Nhân viên của Trung tâm Di sản thế giới còn hỗ trợ cho các lớp tập huấn về Di sản thế giới và việc quản lý các khu vực được bảo vệ. Du lịch là chủ đề được đề cập nhiều ở hầu hết các lớp tập huấn. Một số lớp tập huấn tập trung đặc biệt vào các lối thoát về du lịch như về Du lịch bền vững ở Huế, Việt Nam năm 1993, và Du lịch và Cộng đồng địa phương ở Bhaktapur, Nepal năm 2000. Năm 1993, Trung tâm cùng với UNEP tiến hành nghiên cứu “*Quản lý Du lịch ở các Khu Di sản thiên nhiên thế giới*”. Thông tin thu được từ nghiên cứu này cho thấy các nhà quản lý khu di chỉ coi du lịch là một vấn đề quản lý then chốt. Những phát hiện như vậy đã vạch hướng cho những nỗ lực được ghi trong Tài liệu này do UNEP và Hãng du lịch Thụy Điển TEMA phối hợp biên soạn.

**Tiêu chí để đưa Tài sản Văn hóa vào danh sách Di sản thế giới**

*Tiêu chí để đưa các Tài sản văn hóa vào danh sách Di sản thế giới được nêu rõ trong Điều 1 của Công ước mà chúng tôi ghi lại dưới đây.*

**Các di tích:** Các công trình kiến trúc, tác phẩm điêu khắc và hội họa hoành tráng, các yếu tố hay các cấu trúc có tính chất khảo cổ học, bi ký, hang cư trú và các đặc trưng kết hợp, có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, nghệ thuật và khoa học;

**Quần thể các công trình xây dựng:** Quần thể các công trình xây dựng tách biệt hay liên kết lại với nhau mà, do kiến trúc của chúng, do tính đồng nhất hoặc vị trí của chúng trong cảnh quan, có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, nghệ thuật và khoa học;

**Các di chỉ:** các công trình do con người tạo nên hoặc có sự kết hợp giữa thiên nhiên và nhân tạo, và các khu vực trong đó có các di chỉ khảo cổ có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, thẩm mỹ, dân tộc học hoặc nhân chủng học.

*Một di tích, một quần thể các công trình xây dựng hoặc một di chỉ được định nghĩa như trên nếu đề nghị được đưa vào danh sách Di sản thế giới sẽ được coi là có “giá trị toàn cầu nổi bật” phù hợp với mục tiêu của Công ước khi Ủy ban thấy rằng chúng đáp ứng một hoặc nhiều tiêu chí sau đây, và chúng minh được tính nguyên bản của chúng. Vì vậy, mỗi di sản đệ trình cần phải:*

- (i) là một kiệt tác cho thấy thiên tài sáng tạo của con người, hoặc
- (ii) biểu hiện sự giao lưu các giá trị của con người, trong một thời gian dài hoặc trong một khu vực văn hóa của thế giới, về những bước phát triển trong kiến trúc, nghệ thuật tượng đài hoặc quy hoạch thành phố và thiết kế cảnh quan; hoặc
- (iii) là minh chứng độc đáo hoặc chỉ ít cũng là hiếm có cho truyền thống văn hóa hoặc cho một nền văn minh còn đang tồn tại hoặc đã mất; hoặc
- (iv) là một mẫu hình nổi bật của một loại công trình xây dựng hoặc quần thể kiến trúc hay cảnh quan minh họa cho một (các) giai đoạn trong lịch sử loài người; hoặc
- (v) là một mẫu hình nổi bật về nơi sinh sống truyền thống hoặc sử dụng đất đai của con người đại diện cho một (hoặc nhiều) nền văn hóa, đặc biệt khi nó trở nên dễ bị tổn thương do tác động của những biến đổi không cưỡng lại được; hoặc
- (vi) liên quan trực tiếp hoặc đích thực tới các sự kiện hay truyền thống đang còn tồn tại, với những ý tưởng hoặc niềm tin, với các tác phẩm nghệ thuật hoặc văn học có ý nghĩa toàn cầu nổi bật (tiêu chuẩn này chỉ được xem xét trong những hoàn cảnh đặc biệt hoặc liên quan đến các tiêu chí văn hóa hoặc thiên nhiên khác khi Ủy ban xem xét có đưa vào danh sách Di sản thế giới hay không).

**Tiêu chí để đưa các tài sản thiên nhiên vào danh sách Di sản thế giới**

Theo Điều 2 của Công ước, những tài sản sau đây được coi là Di sản Thiên nhiên:

“Các đặc trưng tự nhiên bao gồm thành tạo hoặc các nhóm thành tạo vật lý hoặc sinh học có giá trị nổi bật toàn cầu xét

theo quan điểm thẩm mỹ hoặc khoa học; các thành tạo địa chất hoặc địa văn và các khu vực có ranh giới được xác định chính xác tạo thành một môi sinh của các loài động thực vật đang bị đe dọa có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm khoa học hoặc bảo toàn; các di chỉ tự nhiên hoặc các khu vực tự nhiên có ranh giới được xác định chính xác có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm khoa học, bảo toàn hoặc vẻ đẹp tự nhiên”

Một tài sản thiên nhiên - như đã định nghĩa trên - khi được đệ trình để đưa vào danh sách Di sản thế giới, sẽ được coi là “có giá trị toàn cầu nổi bật” theo mục tiêu của Công ước nếu Ủy ban thấy chúng đáp ứng một hay nhiều tiêu chí sau đây, và đáp ứng đầy đủ những điều kiện toàn vẹn dưới đây. Do đó, các khu được đệ trình cần phải:

(i) là những mẫu hình nổi bật tiêu biểu cho các giai đoạn lớn của lịch sử trái đất, bao gồm hồ sơ về sự sống, các tiến trình địa chất có ý nghĩa đang diễn ra trong sự phát triển của địa hình hoặc các đặc điểm địa mạo hay địa văn có ý nghĩa; hoặc

(ii) là những mẫu hình nổi bật tiêu biểu cho các quá trình sinh thái và sinh học đang diễn ra trong sự tiến hóa và phát triển của các hệ sinh thái đất, nước ngọt, vùng duyên hải ven biển và của các cộng đồng động thực vật; hoặc

(iii) chứa đựng những hiện tượng tự nhiên siêu phàm hoặc những khu vực có vẻ đẹp tự nhiên kiệt xuất có tầm quan trọng về thẩm mỹ, hoặc

(iv) chứa đựng những khu cư trú tự nhiên quan trọng và có ý nghĩa nhất đối với việc bảo toàn tại chỗ tính đa dạng sinh học, bao gồm cả các loài có giá trị toàn cầu nổi bật có nguy cơ tuyệt chủng theo quan điểm khoa học và bảo toàn.

Để tăng tính hiệu quả quản lý, Trung tâm đang thành lập trang thông tin trên mạng để cho các nhà quản lý có thể cùng tham gia vào các cuộc nghiên cứu điểm và chia sẻ những cách làm hay nhất, từ đó họ có thể áp dụng những cách tiếp cận nào thích hợp với khu vực mình phụ trách. Cùng với các ban ngành khác của UNESCO, Trung tâm đang hỗ trợ *Hiến chương Du lịch Văn hóa Bền vững* của ICOMOS. Những

hướng dẫn trong Hiến chương bao gồm một phác thảo đầy đủ các chính sách du lịch văn hóa có khả năng hỗ trợ phát triển chính sách trong nước và ở cấp độ khu di sản. Rất nhiều khuyến nghị có thể được áp dụng đối với các khu di sản thiên nhiên.

**1.3.2 Các hướng dẫn tác nghiệp.** Các hướng dẫn tác nghiệp cho việc thực hiện Công ước Di sản thế giới đề ra các bước mà quốc gia thành viên phải thực hiện để hoàn thành trách nhiệm bảo vệ di sản. Các hướng dẫn này bao gồm thông tin về việc theo dõi, sử dụng biểu trưng của Di sản thế giới và các cơ hội hỗ trợ khẩn cấp về kỹ thuật, công tác huấn luyện và chuẩn bị. Ở cấp độ khu di sản, *Hướng dẫn tác nghiệp* có thể cung cấp cho các nhà quản lý các thông tin về những hỗ trợ hiện có qua mạng lưới Di sản thế giới.

**1.3.3. Các tài liệu quảng bá và giáo dục sẵn có thông qua Trung tâm bao gồm một bộ 30 panô trung bày giải thích tiến trình Bảo vệ Di sản thế giới, từ việc xác định khu vực có tiềm năng đến việc đưa vào danh sách và quản lý Di sản thế giới.** Những tài liệu này có thể được miễn phí bản quyền nếu sử dụng vào các mục đích phi thương mại. Chúng có thể tải về dưới dạng PDF file trên internet, hoặc trực tiếp từ Trung tâm Di sản thế giới. Chủ đề và nội dung có trong danh sách được liệt kê dưới đây:

- **Du lịch và Quản lý khu di sản**
- **Du lịch bền vững: làm cách nào để giữ cân bằng giữa du lịch và quản lý di sản một cách hiệu quả nhất**

Các khu Di sản thế giới thu hút du khách, và du lịch là ngành công nghiệp phát triển nhanh nhất và lớn nhất thế giới. Cái giá phải trả cho sự bùng nổ du lịch đối với tính toàn vẹn của các khu di sản là gì?

- **Văn hóa/Thiên nhiên: mối quan hệ với bảo tồn**

Biểu trưng của Di sản thế giới cho thấy rõ sự phụ thuộc lẫn nhau giữa đa dạng văn hóa và đa dạng thiên nhiên của thế giới. Vào năm 1994, Ủy ban Di sản thế giới thông qua chiến lược toàn cầu nhằm xây dựng một Danh sách Di sản thế giới có tính đại diện hơn trong thế kỷ 21. Nó cung

cấp một khung khái niệm cũng như phương pháp tác nghiệp thực tế.

• **Cảnh quan văn hóa: tác động qua lại giữa con người và tự nhiên**

Là một phần trong nỗ lực xây dựng danh sách Di sản thế giới mang tính toàn cầu và có tính đại diện hơn, khái niệm cảnh quan văn hóa được đưa ra vào năm 1992 nhằm công nhận mối tương tác có ý nghĩa giữa con người và môi trường tự nhiên.

• **Dự án các thành phố: tầm nhìn thế kỷ 21**

Là trung tâm của phép lịch sự và phong cách tao nhã là nơi trao đổi và gặp gỡ, qua thử thách thời gian, các thành phố đã đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của các nền văn minh.

• **Di sản thế giới trong tay thế hệ trẻ**

Chỉ bằng cách gây dựng được ý thức trách nhiệm sâu sắc trong giới trẻ đối với Di sản thế giới, chúng ta mới có thể vững tin rằng sự đa dạng văn hóa và thiên nhiên của hành tinh này sẽ còn tồn tại cho đến mai sau.

Một điều cũng đáng quan tâm là bộ tài liệu giáo dục dành cho giáo viên nhan đề “*Di sản thế giới trong tay thế hệ trẻ*”. Bộ tài liệu này được phát hành bằng tiếng Ả rập, tiếng Trung Quốc, tiếng Anh, Pháp và Tây Ban Nha, với khoảng hơn 20 thứ tiếng khác đang trong quá trình chuẩn bị. Tài liệu này cũng được đăng trên mạng Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO hoặc có bán tại các hiệu sách của LHQ và UNESCO bằng tiếng Anh, Pháp và Tây Ban Nha.

Một số phim về các khu Di sản thế giới đã được phát hành (có thể lấy thông tin qua Trung tâm Di sản thế giới).

**1.3.4. Sử dụng biểu tượng Di sản thế giới. Biểu tượng với khả năng gây quỹ có thể được sử dụng nhằm làm tăng giá trị thị trường của các sản phẩm liên quan.**

Biểu tượng tượng trưng cho Công ước, thể hiện sự gắn kết của các nước thành viên đối với Công ước và dùng để xác định các khu được ghi trong danh sách Di sản thế giới. Biểu tượng này phải được dùng để thúc đẩy các mục tiêu của Công ước và tăng cường hiểu biết về Công ước trên phạm vi

toàn cầu. Nó không nên được sử dụng cho các mục đích thương mại nếu không được phép. Hướng dẫn Tác nghiệp bao gồm các chỉ dẫn về việc các khu Di sản thế giới và các bên hợp đồng khác sử dụng biểu tượng, đặc biệt các bên hoạt động vì những mục đích chủ yếu là thương mại.

**1.4. Theo dõi hoạt động của các nhà quản lý**

**1.4.1. Theo dõi để xử lý. Có nhiều cách giúp các nhà quản lý khu Di sản thế giới theo dõi khu vực mình phụ trách.** Khi một khu di sản có nguy cơ bị đe dọa, Ủy ban Di sản thế giới hoặc quốc gia thành viên có thể yêu cầu theo dõi để xử lý. Trên cơ sở báo cáo kết quả theo dõi, Ủy ban Di sản thế giới sẽ có những khuyến nghị để xử lý vấn đề. Những khuyến nghị này được sử dụng ở nơi nào cần thiết nhằm kêu gọi trực tiếp sự trợ giúp quốc tế. Việc này có thể bao gồm hỗ trợ tài chính cho những nghiên cứu về các hoạt động kinh tế thay thế ít có tác động tiêu cực đến khu di sản, chẳng hạn như chương trình du lịch bền vững. Các đoàn theo dõi được Trung tâm Di sản thế giới tổ chức với sự tham gia của các chuyên gia quốc tế.

**Mục đích của việc báo cáo định kỳ**

*Để bảo đảm việc thực hiện có hiệu quả Công ước Di sản thế giới, điều chủ yếu là tất cả các đương sự liên quan đều phải nắm được những thông tin cập nhật về việc áp dụng Công ước và thực trạng bảo toàn các Di sản thế giới.*

*Để có được những thông tin này, tại phiên họp thứ 22 năm 1998, Ủy ban Di sản thế giới đã có một số quyết định về các báo cáo định kỳ. Phù hợp với điều 29 của Công ước Di sản thế giới, các quốc gia thành viên của Công ước sẽ đệ trình các báo cáo định kỳ cung cấp thông tin về “những quy định pháp lý và hành chính mà họ đã thông qua và bất cứ hành động nào mà họ đã tiến hành nhằm áp dụng Công ước này, cùng với những chi tiết về kinh nghiệm mà họ đã thu được trong lĩnh vực này”.*

*Báo cáo định kỳ nhằm:*

- đánh giá việc áp dụng Công ước Di sản thế giới của một quốc gia thành viên;
- đánh giá những giá trị Di sản thế giới của tài sản đã ghi trong danh sách Di sản thế giới có luôn được duy trì, bảo vệ hay không;
- cung cấp thông tin cập nhật về những tình huống biến đổi và thực trạng công tác bảo toàn tài sản;
- đề xuất một cơ chế hợp tác, trao đổi thông tin và kinh nghiệm khu vực giữa các quốc gia thành viên về việc thực hiện Công ước và bảo toàn Di sản thế giới.

**1.4.2. Báo cáo định kỳ. Các quốc gia thành viên đệ trình 6 năm một lần Báo cáo định kỳ về thực trạng bảo toàn các khu Di sản thế giới.** Trung tâm Di sản thế giới có thể hỗ trợ các quốc gia thành viên trong việc chuẩn bị báo cáo. Các quốc gia thành viên cũng được yêu cầu đệ trình báo cáo và các nghiên cứu tác động khi những công trình quy mô lớn được tiến hành tại khu di sản có thể ảnh hưởng tới thực trạng bảo toàn. Các chiến lược chủ động theo dõi các di sản đang được xây dựng cho mỗi khu vực.

Ủy ban Di sản thế giới đã chọn một cách tiếp cận mang tính khu vực cho các báo cáo định kỳ như một cách thúc đẩy hợp tác và chiến lược khu vực. Mỗi chiến lược khu vực phải đưa đến kết quả là Báo cáo về thực trạng Di sản thế giới tại khu vực.

Báo cáo định kỳ gồm hai phần. *Phần I* nói về việc áp dụng đầy đủ Công ước Di sản thế giới của quốc gia thành viên, bao gồm những nỗ lực nhằm xác định các tài sản có giá trị văn hóa và/hoặc thiên nhiên, công tác bảo vệ, bảo toàn và giới thiệu di sản văn hóa và thiên nhiên, hợp tác quốc tế và gây quỹ, giáo dục, thông tin, nâng cao hiểu biết của công chúng.

*Phần II* báo cáo về thực trạng bảo toàn các khu di sản. Mục đích chính là chứng minh những giá trị Di sản thế giới của một tài sản đã được đưa vào danh sách Di sản thế giới có luôn được duy trì hay không. Tất cả các quốc gia thành viên được yêu cầu cung cấp những thông tin mới nhất về việc quản lý khu di sản, những yếu tố ảnh hưởng tới tài sản và công tác theo dõi tình hình.

### 1.5. Các gợi ý và khuyến nghị

- Chiến lược du lịch phải tôn trọng những giá trị mà nhờ đó khu di sản đã được đưa vào danh sách Di sản thế giới. Các hồ sơ chuẩn bị đưa nó vào danh sách Di sản thế giới có thể chỉ hướng cho việc hoạch định chính sách. (Chủ đề này sẽ được bàn chi tiết trong Chương 4). Hồ sơ đề cử di sản vào danh sách Di sản thế giới có thể được cung cấp qua Trung tâm hoặc qua một quốc gia thành viên.
- Được xếp hạng Di sản thế giới sẽ giúp thu hút các tổ chức tài trợ. Các đề nghị xếp hạng di sản phải nói rõ những giá trị nguyên uỷ của khu di sản như là một điểm tham chiếu cần thiết.
- Hoạt động theo dõi khu Di sản thế giới cần có sự tham gia của các nhà quản lý khu di sản. Việc theo dõi mang tính định lượng là hết sức cần thiết. Các chính phủ cần biết lợi ích kinh tế mà du lịch có thể mang lại cũng như tiềm năng kinh tế của khu Di sản thế giới. Vì vậy, các số liệu cụ thể chứng minh lợi ích của du lịch do việc khu di sản được đưa vào Di sản thế giới có thể thúc đẩy hợp tác giữa Trung tâm, chính phủ và khu di sản trong các nỗ lực theo dõi này.

#### Gợi ý hoạt động

##### 1. Rà soát lại hồ sơ đăng ký của khu di sản để góp phần hoạch định chính sách tương lai và các mục tiêu quản lý

- nếu hồ sơ đăng ký không có trong danh mục tham khảo của thư viện, hãy đề nghị chính quyền hoặc Trung tâm Di sản thế giới cung cấp.
- phân tích thể nào để các tiêu chí đăng ký phải được phản ánh trong chính sách du lịch toàn diện và các mục tiêu quản lý.
- cùng các nhân viên khu di sản bàn bạc phát triển ý tưởng trên và đưa ra những nét khái quát có thể dùng để xây dựng chính sách trong tương lai.

##### 2. Liệt kê cách thức trong đó các giá trị của khu Di sản thế giới có thể được phản ánh và lồng ghép vào các chương trình thể hiện.

- xem lại các tiêu chí mà qua đó khu di sản được chọn đưa vào danh sách Di sản thế giới, cũng như chính sách đã có đối với khu di sản và các mục tiêu quản lý.
- chọn các loài động thực vật, các di tích, nghệ thuật, văn bản... gắn bó mật thiết với các giá trị Di sản thế giới của khu di sản.
- cùng các nhân viên khu di sản tìm ra cách miêu thuật tốt nhất các sức thu hút này vào các tài liệu quảng bá.

### ***3. Liệt kê cách thức theo dõi các địa điểm thu hút du lịch thể hiện các giá trị Di sản thế giới***

- xem lại mẫu đăng ký trong Công ước Di sản thế giới có tựa đề “khuôn khổ của Báo cáo định kỳ”.
- rà lại hồ sơ đăng ký ban đầu và liên hệ với các giới chức chính phủ phụ trách theo dõi định kỳ để tăng cường phối hợp.
- xác định những nhân tố nào của khu di sản có thể đại diện tiêu biểu nhất cho các giá trị của Di sản thế giới, thu hút được du khách và nói rõ những thay đổi có thể là thích đáng đối với yêu cầu về các dữ liệu báo cáo theo dõi định kỳ.

#### ***Sách cần tham khảo.***

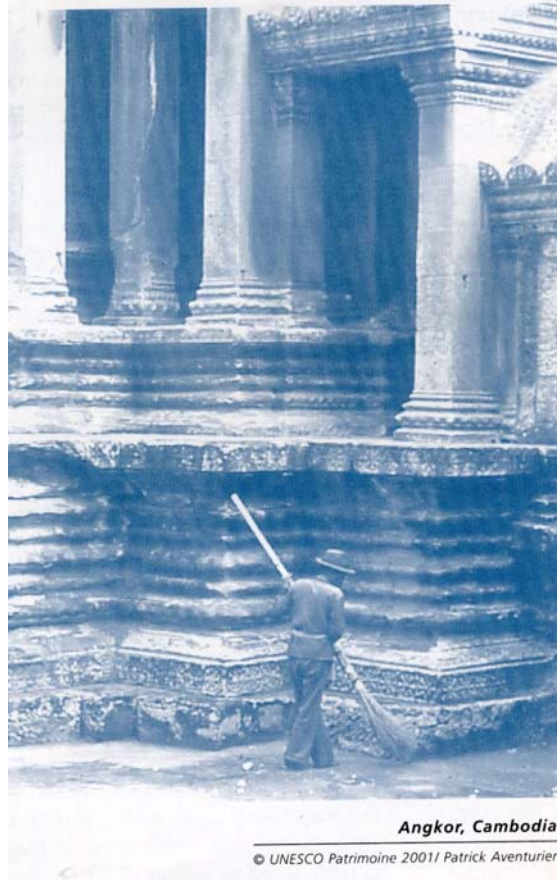
- *Công ước về Bảo vệ Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới*, Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO, Pari, Pháp, WHC-2001/WS/2.
- *Hướng dẫn hoạt động thực hiện Công ước Di sản thế giới*, Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO, Pari, Pháp, WHC-99/2 March 1999.
- *Khuôn khổ, bộ cục Báo cáo định kỳ về việc thực hiện Công ước Di sản thế giới*, Trung tâm DSTG của UNESCO, Pari, Pháp, WHC-99/WS/4
- Bernard M. Fielden và Jukka Jokilehto. *Hướng dẫn quản lý các khu di sản văn hóa thế giới*. ICCROM, Rome 1996.
- Herb Stovel. “Việc theo dõi ở các khu Di sản thế giới” trong Bản tin ICCROM Canada, tập 4, số 3, 1995, trang 15-20.
- Jeffrey, Sayer, Ishwaran, Natarajan, Thorsell, James và Tođ Sagaty. “Đa dạng sinh học rừng nhiệt đới và Công ước Di sản thế giới” trong Ambio, tập 29, số 6, 9/2000, <http://www.ambio.kva.se>.

Xem <http://whc.unesco.org>



# 2

## **Ngành công nghiệp du lịch: Những gợi ý đối với các Nhà quản lý**





Hiểu biết cơ bản về ngành công nghiệp du lịch, về các thị trường và xu hướng của nó rất bổ ích cho các nhà quản lý khu di sản theo nhiều cách khác nhau. Kiến thức về cơ cấu của ngành công nghiệp này sẽ giúp các nhà quản lý khu di sản xác định các cơ hội nhằm có được sự hỗ trợ cho những nỗ lực quản lý và bảo vệ thông qua du lịch. Kiến thức về các mảng và loại thị trường có thể có ích khi xây dựng các đề xuất và báo cáo dự án. Thông tin về các mảng thị trường cũng cung cấp đầu vào hữu ích trong việc phát triển các chương trình tuyên truyền quảng bá.

## 2.1. Cơ cấu của ngành công nghiệp du lịch

**2.1.1. Công nghiệp du lịch là ngành có nhiều tầng nấc, từ những đơn vị có trách nhiệm quảng bá cho tới những người trực tiếp phục vụ du khách.** Ngành công nghiệp này bao gồm các cơ cấu tổ chức sau đây:

Trách nhiệm chính đối với việc quảng bá những điểm hấp dẫn du khách ở một quốc gia thuộc về các tổ chức du lịch do nhà nước tài trợ như *Văn phòng Du lịch Quốc gia (NTO)*. *Văn phòng Du lịch Quốc gia* phối hợp với các khách sạn và hãng hàng không để tạo nguồn tài chính cho các chương trình quảng bá điểm đến của du lịch. Họ dành phần lớn những nỗ lực ở nước ngoài cho việc thiết lập quan hệ với các hãng tổ chức tour du lịch và văn phòng lữ hành. Các *Văn phòng Du lịch Quốc gia* hỗ trợ các bước phát triển hoặc các tour mới bằng cách giới thiệu và tác động vào các kế hoạch phát triển du lịch tới các điểm đến, cũng như bằng cách tác động tới các chính sách pháp luật và tài chính. Họ hỗ trợ các chuyến đi làm quen thực địa, tổ chức các chiến dịch quảng cáo và cung cấp dữ liệu nghiên cứu.

Các nhà tổ chức tour du lịch (ra nước ngoài), các đại lý bán tour và các tổ chức lữ hành đường bộ (du lịch nội địa) là những đối tượng luôn ở tuyến đầu của ngành công nghiệp du lịch. Các nhà tổ chức tour là các công ty bán tour cho khách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua

các đại lý. Các công ty này có quy mô khác nhau. Nhiều công ty nhỏ thường nắm các thị trường chuyên biệt như du lịch sinh thái và du lịch mạo hiểm. Họ giới thiệu thị trường cho các đại lý du lịch, chẳng hạn tổ chức các chuyến du lịch làm quen thực địa cho nhân viên các đại lý. Các công ty tổ chức tour thường đưa khách tới cùng một loại địa điểm, do đó các tài liệu quảng cáo thường là giống nhau. Họ cố gắng thay đổi điểm đến bằng việc phân chia về mức độ thách thức hoặc bằng giá cả, chẳng hạn như cũng loại điểm đến là các khu trượt tuyết, nhưng các điểm khác nhau có thể có mức độ sang trọng khác nhau hoặc mức độ phức tạp của địa hình trượt tuyết khác nhau. Mặc dù các tour chỉ chiếm khoảng 12% lượng du lịch toàn cầu, các công ty này có thể hỗ trợ du lịch ngoài mùa cao điểm qua việc cung cấp thị trường ổn định hơn, phát triển các điểm du lịch mới và có thể xác định nhu cầu dịch vụ và cơ sở hạ tầng ở cấp địa phương.

Trái lại, các đại lý du lịch đảm nhận các tour du lịch trọn gói từ các nhà tổ chức tour và các hãng hàng không. Ở châu Âu và Bắc Mỹ, tỷ lệ các tour được bán cho du khách qua các đại lý rất cao. Ở châu Âu, các đại lý cung cấp hầu hết các tour du lịch vào các kỳ nghỉ và cung cấp phần lớn các thông tin mà đa số du khách cần có để quyết định việc đi nghỉ của mình. Các nhà tổ chức tour lớn chọn đại lý du lịch để đại diện cho họ trên cơ sở hiệu quả. Các cá nhân ở địa phương, các nhóm liên kết quốc gia, các doanh nghiệp quốc tế hoặc bất cứ sự kết hợp nào của cả ba loại trên đều có thể sở hữu các đại lý du lịch. Mặc dù việc bán tour trên mạng cho du khách ngày càng tăng, nhưng nhìn chung các đại lý vẫn bán rất chạy qua việc phân phát tờ rơi quảng cáo và hệ thống đặt trước bằng máy tính cho các nhà tổ chức tour. Vì vậy, tờ rơi hết sức quan trọng đối với các đại lý. Nhưng vì có quá nhiều tờ rơi (ví dụ ở Anh, riêng năm 1993 đã có khoảng 4.000 loại tờ rơi quảng cáo du lịch), nên đơn giản là các đại lý không thể bao hết các tour. Những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của các đại lý du lịch là tiền hoa hồng do các hãng tổ chức tour chi trả, hiệu quả của hệ thống đặt chỗ và sức mạnh của mối quan hệ làm

ăn. Nói chung, các đại lý thường không được chuẩn bị đầy đủ để cung cấp thông tin ngoài các tour cơ bản mà họ đang rao bán.

Có quan hệ với các nhà tổ chức tour là các hãng bán tour đường bộ, hoặc các đại lý du lịch nội địa. Đây là những bộ phận phụ trách hậu cần và sắp xếp các hoạt động đường bộ. Họ chăm sóc du khách ngay từ lúc xuống sân bay hoặc bến tàu, cho tới khi du khách rời đi. Họ cũng có thể bán các tour du lịch ở nước mà họ đang hoạt động. Các hãng bán tour đường bộ đa phần có trụ sở tại thủ đô và nhân viên thường là những người có trình độ học vấn cao, thông thạo nhiều ngoại ngữ. Ở một số nước, yếu tố quan trọng để quảng bá cho một địa danh du lịch là có được những hãng bán tour đường bộ đáng tin cậy làm việc với các hãng tổ chức tour ở châu Âu và Bắc Mỹ. Việc thiếu các hãng tổ chức tour đường bộ tuy không ảnh hưởng nhiều đến lượng du khách đi du lịch độc lập nhưng có thể sẽ làm giảm số du khách theo tour vì họ phụ thuộc rất nhiều vào dịch vụ của các hãng này.

## 2.2. Thị trường du lịch quốc tế

Thị trường du lịch thường được phân thành ba loại:

- thị trường lữ hành độc lập;
- thị trường chuyên biệt;
- thị trường du lịch trọn gói.

**Du khách độc lập** không thuộc các nhóm du lịch có tổ chức, mà đi riêng hoặc theo từng nhóm nhỏ bạn bè. Họ đi du lịch vì những mối quan tâm thông thường, hoặc vì muốn hoạt động ở môi trường mới và khác biệt. Phần lớn du khách độc lập là lớp trẻ, ưa mạo hiểm, sẵn sàng lưu trú tại những cơ sở tồi tàn, dùng các món ăn truyền thống và đi lại bằng phương tiện giao thông công cộng. Du khách độc lập có được phần lớn thông tin qua bạn bè trước đó đã thăm nơi họ sắp đến, qua sách hướng dẫn du lịch, báo chí và các bài giới thiệu trên tạp chí, hoặc ngày càng nhiều trường hợp lấy thông tin trên Internet. Nhiều người trong ngành công nghiệp du

lịch coi thường loại du khách này vì họ có khuynh hướng đi du lịch theo kiểu ít tốn kém, thuộc loại “du lịch ba lô” tính toán chi li. Thực tế, du khách độc lập lại là những người “khám phá”, góp phần tuyên truyền cho nơi họ đã thăm. Số tiền họ chi tiêu nói chung đủ để các doanh nghiệp địa phương mở rộng và nâng cấp các cơ sở ăn ở cũ kỹ nhằm đáp ứng nhu cầu của những du khách có đòi hỏi cao hơn. Những du khách trẻ tuổi này sẵn sàng sử dụng hàng hóa/dịch vụ tại địa phương, và giao tiếp nhiều hơn với cộng đồng mà không có sự giám sát của các nhà tổ chức tour, đáng tiếc là việc này có thể gây ra những tác động xã hội tiêu cực.

Các **hãng Du lịch chuyên biệt** tổ chức những chuyến đi cho khách muốn tham gia vào một hoạt động đặc biệt như quan sát các loài chim, muông thú hoặc các tour chụp ảnh, xem các loài động thực vật hoang dã, khảo cổ, lịch sử và văn hóa. Các hãng lữ hành mạo hiểm cung cấp các hoạt động như du lịch đường bộ xuyên rừng, du lịch bằng mảng trên sông suối, thuyền kayak, bơi ca-nô, leo núi và câu cá cũng thuộc loại này. Các hãng lữ hành chuyên biệt khác lại tổ chức các chuyến đi nghiên cứu thực địa cho các nhà khoa học. Họ bỏ tiền thuê những người tình nguyện tham gia với tư cách giúp việc trên thực địa của các dự án như khai quật khảo cổ, và các chương trình theo dõi động thực vật hoang dã. Ngoài ra, thị trường này còn bao gồm các tổ chức và các trường đại học có quan tâm đến các chương trình du lịch. Ví dụ, *Quỹ Thiên nhiên toàn cầu (WFN)* và nhiều viện bảo tàng tổ chức các tour du lịch cho nhân viên của họ. Nói chung, những tour này nhằm gây quỹ cho một dự án hay một lý do đặc biệt nào đó. Những đơn vị này thường ký hợp đồng phụ với các nhà tổ chức tour khác để sắp xếp chương trình du lịch. Các nhà tổ chức tour chuyên biệt thường thuê các đại lý du lịch đường bộ tại nước sở tại cung cấp các dịch vụ hậu cần tại chỗ. Các hãng du lịch quốc gia có trụ sở ở nước sắp đến cung cấp toàn bộ dịch vụ (đi lại, ăn ở khách sạn, hướng dẫn tham quan, v.v.) từ khi đến cho tới lúc đi. Một số hãng du lịch chuyên biệt ở Bắc Mỹ và châu Âu tự lo liệu các hoạt động đường bộ

ở nước ngoài, nhưng đó là những ngoại lệ đối với quy luật trên. Các nhà quản lý cần biết là nhiều công ty du lịch chuyên ngành chỉ có quy mô nhỏ. Những công ty này xuất hiện và biến nhất đều nhanh.

**Thị trường du lịch trọn gói** thu hút những nhóm du khách muốn thăm một địa danh nào đó và nền văn hóa của nó, nhưng không chú tâm đến một hoạt động hoặc một chủ đề cụ thể nào. Những du khách này thường chủ yếu là tham quan giải trí và mua sắm, hoặc cũng có thể quan tâm đến các địa điểm văn hóa như viện bảo tàng, dấu tích thành quách cổ, các khu di tích lịch sử nổi tiếng hoặc đã được lưu danh. Loại du khách này thường có xu hướng muốn được hưởng những dịch vụ và tiện nghi tiêu chuẩn mà hầu hết các tour đều có. Họ có thể sẽ không hài lòng với dịch vụ của cộng đồng tại địa phương. Các nhóm du lịch theo tour quốc tế thường muốn tiện nghi đầy đủ, đi lại thuận lợi và chế độ ăn ở cao cấp.

### 2.3. Hiểu biết về thị trường du lịch chuyên biệt

**2.3.1. Trong khi phần lớn kinh doanh du lịch vẫn là các kỳ nghỉ trọn gói cho số đông thì du lịch chuyên biệt ngày càng phổ biến.** Hơn bao giờ hết, du lịch được chia thành các mảng thị trường đáp ứng các nhu cầu khác nhau. Du lịch chuyên biệt đáp ứng những mối quan tâm đặc biệt của khách như thuyền buồm, quan sát chim muông, chụp ảnh hay khảo cổ. Các thị trường hoặc các mảng thị trường phát triển với nhiều hình thức hoạt động khác nhau.

Du lịch chuyên biệt trở nên phổ biến tới mức làm xuất hiện một loạt loại hình du lịch mới, bao gồm du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch di sản và du lịch văn hóa. Một chuyến du lịch xuyên Himalaya lúc này có thể được coi là du lịch mạo hiểm, và một tuần lễ thăm các khu di sản văn hóa ở Ấn Độ được coi là du lịch văn hóa.

**2.3.2. Du lịch sinh thái là một trong những loại hình du lịch được nhắc đến nhiều nhất trong các loại hình du lịch "mới".** Hội Du lịch Sinh thái Quốc tế (IES) định nghĩa nó là “du lịch có trách nhiệm tới những vùng thiên nhiên bảo toàn môi trường và duy trì phúc lợi của dân địa phương”. Một số hoạt động được coi là du lịch sinh thái như quan sát chim muông và cá voi, giúp các nhà khoa học tiến hành nghiên cứu bảo toàn, bơi lặn ở khu vực các rặng san hô, xem các trò chơi và chụp ảnh thiên nhiên. Du lịch sinh thái gắn với hoặc trùng với du lịch di sản và du lịch văn hóa.

Các cuộc điều tra cho thấy khách du lịch sinh thái thường là những người trẻ tuổi, có học vấn cao, có nghề nghiệp chuyên môn và quản lý. Các chuyến du lịch sinh thái thường dài hơn, số lượng người mỗi chuyến ít hơn so với các tour du lịch theo nhóm. Các nhà nghiên cứu báo cáo rằng khách du lịch sinh thái thường sử dụng các khách sạn nhỏ, độc lập, trái với du khách theo tour thường ở trong hệ thống các khách sạn lớn. Đúng như người ta hình dung, khách du lịch sinh thái quan tâm nhiều hơn tới môi trường thiên nhiên, thích những nơi vắng vẻ cách xa đường xá và nhiều thách thức hơn.

Ở cấp độ khu di chỉ, yêu cầu của khách du lịch sinh thái và du lịch theo tour truyền thống có thể chồng chéo và khó phân biệt. Ví dụ, một số khách du lịch sinh thái có thể đòi được ăn nghỉ tại các phòng có tiện nghi, chứ không phải trong các khu lều trại. Những người tham gia trên chuyến du lịch quan sát chim muông ở Patagonia có thể được coi là khách du lịch sinh thái, nhưng lại có thể đòi hỏi những tiện nghi như những khách trên chuyến du lịch bằng tàu biển đất liền tới các đảo vùng Caribê. Thực tế, du lịch sinh thái chính là một loại hình du lịch thúc đẩy lối ứng xử mang tính bảo toàn và các chính sách kinh tế. Chẳng hạn, nó ưu tiên sử dụng các kỹ thuật quan sát động vật hoang dã ít tác động và thường hay sử dụng hướng dẫn viên du lịch người địa phương.

**2.3.3. Du lịch mạo hiểm bao gồm rất nhiều hoạt động ngoài trời.** Khách du lịch

mạo hiểm tham gia vào các hoạt động có nhiều thách thức về thể lực và nhiều khi nguy hiểm, hoặc được coi là nguy hiểm, chẳng hạn như các môn thể thao như đi bộ xuyên rừng, leo núi, chèo thuyền dọc sông suối và lặn có bình dưỡng khí. Du lịch mạo hiểm không nhất thiết đòi hỏi các hạ tầng và phương tiện cao cấp, nhưng nó đòi hỏi phải được tổ chức, hướng dẫn, phục vụ đi lại tốt và tiện nghi tối thiểu trên thực địa, cùng nơi ăn nghỉ đầy đủ tiện nghi vào cuối hành trình. Du lịch mạo hiểm là một lĩnh vực đang phát triển nhanh của thị trường du lịch chuyên biệt.

**2.3.4. Du lịch văn hóa thường được dùng để mô tả một số mảng nhất định của thị trường du lịch.** Nó có thể gắn với các chuyến tham quan thắng tích lịch sử, nghệ thuật và khoa học, hoặc di sản văn hóa. Tổ chức du lịch thế giới (WTO) có hai định nghĩa dành cho du lịch văn hóa. Hiểu *theo nghĩa hẹp*, du lịch văn hóa bao gồm “hoạt động của những người với động cơ chủ yếu là văn hóa như các tour nghiên cứu, nghệ thuật biểu diễn, các tour văn hóa, du lịch tới các lễ hội và các sự kiện văn hóa khác, thăm các di tích và di chỉ, du lịch nghiên cứu thiên nhiên, văn hóa hoặc nghệ thuật dân gian và hành hương”. *Theo nghĩa rộng hơn*, nó được định nghĩa là “toàn bộ những hoạt động của con người bởi vì chúng thỏa mãn nhu cầu cần sự đa dạng, có xu hướng nâng tầm văn hóa của cá nhân và làm đầy lên kiến thức, kinh nghiệm và dẫn đến những cuộc gặp gỡ mới”. Vì văn hóa mang tính chủ quan, nên những định nghĩa về du lịch văn hóa có xu hướng hoặc quá rộng, hoặc quá hẹp, làm hạn chế việc sử dụng những định nghĩa này trên thực tế.

**2.3.5. Du lịch di sản là loại hình rộng bao gồm cả du lịch sinh thái và du lịch văn hóa, trong đó chú trọng tới bảo toàn di sản thiên nhiên và văn hóa.** Nó là loại hình hoặc mảng thị trường bao gồm các chuyến tham quan các khu di tích lịch sử, viện bảo tàng, phòng trưng bày nghệ thuật, và khám phá các khu rừng và vườn quốc gia. Vì số lượng các hoạt động lớn, nên du lịch di sản rất khó xác định và đánh giá. Những năm gần đây, các nhà quy hoạch

thành phố quan tâm đến việc phục hồi đô thị đã dùng thuật ngữ này để mô tả nhiều chương trình du lịch, một chiến lược được giới kinh doanh và ngân hàng ủng hộ.

Nhiều thuật ngữ du lịch khác phản ánh thái độ ứng xử với môi trường và lợi ích của địa phương. Sự quan tâm tới việc bảo tồn môi trường thúc đẩy cái gọi là du lịch xanh, du lịch hỗ trợ bảo tồn, và du lịch hiểu biết hoặc thân thiện với môi trường. Nhìn chung, du lịch loại này chủ trương giảm thiểu tác động tới môi trường và nhấn mạnh mối quan tâm đến các vấn đề môi trường. Loại hình du lịch đô thị và thôn dã cũng đã ra đời. Tuy nhiên, vì ít quốc gia có sự phân biệt rõ ràng cho nên việc phân loại cũng gặp khó khăn.

## 2.4. Du lịch bền vững

**2.4.1. Khái niệm bền vững có trong tất cả các mảng thị trường và các định nghĩa về ngành du lịch “mới”.** Các định nghĩa đều nói đến việc giữ gìn các nguồn cho các thế hệ tương lai, sử dụng du lịch để góp phần bảo vệ môi trường, hạn chế các tác động kinh tế-xã hội tiêu cực và mang lại lợi ích kinh tế-xã hội cho dân địa phương. WTO định nghĩa du lịch bền vững là “phát triển du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách và các khu du lịch hiện nay đồng thời bảo vệ và tăng cường cơ hội cho tương lai. Kết quả mong đợi là các nguồn lực sẽ được quản lý để đáp ứng đầy đủ các nhu cầu về kinh tế, xã hội và thẩm mỹ trong khi duy trì tính toàn vẹn về văn hóa, các quy trình sinh thái quan trọng, đa dạng sinh học và các hệ thống có lợi cho cuộc sống”. Thuật ngữ “*du lịch bền vững*” thường được dùng trong các đề xuất dự án tìm kiếm hỗ trợ quốc tế.

Trên thực tế, các chương trình du lịch bền vững là cơ hội đồng thời đòi hỏi phải làm việc cật lực. Chúng đòi hỏi phải có mục đích và mục tiêu xác định rõ ràng, nêu bật những đặc điểm của bền vững trong bối cảnh địa phương, quá trình đáp ứng các yêu cầu của những người có lợi ích trong khuôn khổ những mục đích và mục tiêu đó, và sự giám sát thường xuyên. Cũng như với các dự án phát triển bền vững

khác, quá trình này đòi hỏi tốn nhiều công sức, thời gian và thường bao gồm nhiều nhóm lợi ích khác nhau, làm cho chương trình khó thiết kế, thực hiện và duy trì.

Các chương trình du lịch bền vững đề cao yêu cầu tập trung vào môi trường và xã hội, dẫn tới việc tiêu chuẩn hóa một số hoạt động liên quan đến môi trường cũng như những ý tưởng mới về việc ngành công nghiệp du lịch cần phải vận hành như thế nào. Các cuộc thảo luận đã xác định các mục tiêu chính sách, đưa ra những hướng dẫn cho các nhà làm kế hoạch và tạo đà cho việc tự điều tiết của ngành du lịch.

## 2.5. Các loại khách du lịch

**2.5.1. Nhằm tìm kiếm những định nghĩa có ích hơn trong thực tế, các nhà nghiên cứu đã tập trung vào thái độ ứng xử và sở thích của du khách.** Các định nghĩa và các mảng thị trường liên quan như du lịch mạo hiểm hoặc du lịch văn hóa có xu hướng phân loại du khách thành nhiều nhóm dựa trên các kiểu hoạt động khác nhau. Những định nghĩa và các hoạt động này thường hay chồng chéo, nên khó phân biệt giữa các loại du lịch ở cấp khu di sản. Chẳng hạn, du lịch sinh thái và du lịch di sản kết hợp nhiều mặt của cả văn hóa và thiên nhiên như trong hầu hết các tour du lịch chuyên biệt. Ví dụ, du lịch xuyên Himalaya được coi là hoạt động du lịch mạo hiểm, nhưng hầu hết những người tham gia cũng đồng thời tới thăm các khu di sản văn hóa Phật giáo hoặc Ấn Độ giáo. Những du khách quan sát chim muông cũng đi thăm các khu khảo cổ và thường tham gia vào các chuyến đi xuyên rừng. Định nghĩa về các thị trường quốc tế thường quá rộng nên không sử dụng trong quá trình ra quyết định ở tầm khu di sản.

Cách giải quyết hữu hiệu sự chồng chéo này để phục vụ mục đích nghiên cứu, hoạch định chính sách và quản lý di sản là phân loại du khách theo động cơ, lối ứng xử và những trải nghiệm mà họ mong đợi trong chuyến đi. Các nhà nghiên cứu đã liệt kê một số loại cung cách ứng xử và sở thích của du khách. Ví dụ, khách có thể được phân loại theo mức độ mạo hiểm

hoặc gian khổ của hoàn cảnh mà họ mong muốn hoặc chấp nhận, kể cả các phương tiện ăn ở mà họ chờ đợi. Vì vậy:

**Du khách nòng cốt** là những người tham gia các tour hoặc nhóm lữ hành cụ thể vì những mục đích giáo dục và/hoặc tham gia vào các dự án môi trường hoặc văn hóa, như theo dõi động vật hoang dã.

**Du khách nhiệt tâm** là những người muốn thăm các khu vực văn hóa hoặc khu vực được bảo vệ, và hiểu lịch sử tự nhiên và văn hóa của khu vực đó.

**Khách vắng lai** coi du lịch thiên nhiên và văn hóa là một phần tình cờ trong chuyến đi lớn hơn.

Một hệ thống khác cũng có ích cho việc phân loại sở thích; nó phân biệt giữa du lịch “*cảm giác mạnh*” và “*cảm giác nhẹ*”. Cách phân biệt này liên quan đến yếu tố khó khăn của địa hình, chủ yếu là mức độ thách thức và tiện nghi ăn ở. Các loại này gồm:

**Du lịch cảm giác mạnh** thường tới những nơi khó đến, với nhiều yếu tố nguy hiểm. Ví dụ, nó có thể đòi hỏi phải cuộc bộ hàng dặm đường tới vùng hẻo lánh, trèo những ngọn núi rất khó leo hoặc ngủ trong những lều lán thô sơ.

**Du lịch cảm giác nhẹ** có nghĩa là mức độ nguy hiểm thấp hơn và chỗ ăn ở cũng sang hơn. Ví dụ, du lịch cắm trại có thể bao gồm những điều kiện thách thức về thể lực, trong khi vẫn bảo đảm được những tiện nghi như ăn ngon và phương tiện đi lại thoải mái.

## 2.6. Các xu hướng du lịch

**2.6.1. Du khách ngày càng quan tâm hơn tới việc bảo vệ môi trường.** Họ ngày càng coi chất lượng môi trường cũng như chất lượng dịch vụ là những yếu tố lựa chọn điểm du lịch của mình. Ngày càng có nhiều du khách muốn thấy một tiêu chuẩn bảo toàn môi trường cao hơn cùng với dịch vụ đơn giản, hữu hiệu và dễ chịu. Ngày nay, nhiều du khách có khuynh hướng

thích những khu vực chưa bị xáo trộn và không đông người.

Cũng có xu hướng là trước khi chọn điểm du lịch, nhiều du khách thông báo cho nhau về những vấn đề môi trường ở địa danh mà họ định đến. Họ muốn nơi đó phải sạch sẽ và có môi trường tốt. Du khách sẽ tránh những chỗ bị coi là thiếu những thứ trên. Những thông tin này ngày càng được phổ biến nhiều trên Internet.

Sự xuống cấp về môi trường có thể không những dẫn tới tỷ lệ du khách giảm, mà còn thay đổi các loại du khách tới địa danh đó. Có thể thấy dẫn chứng về sự thể này ở vùng Địa Trung Hải, nơi mà môi trường liên tục xuống cấp và các bãi biển nghỉ mát bị đô thị hóa.

**2.6.2. Quan tâm tới du lịch văn hóa có vẻ đang tăng, nhưng tỷ lệ tăng trưởng vẫn chưa rõ.** Cần phải có nhiều số liệu định lượng để xác định xu hướng này. Ví dụ, lượng khách tới các địa danh văn hóa ở Anh và Hà Lan trong 5 năm qua cho thấy du lịch văn hóa đã đuối kịp thị trường du lịch nói chung.

Vì thị trường du lịch văn hóa khó định lượng cho nên các chuyên gia gợi ý nên có nhiều nghiên cứu hơn để giúp xác định các nhóm du khách văn hóa theo nghĩa rộng dựa trên động cơ của họ. Định ra các loại hình như nghệ thuật, khảo cổ, học ngoại ngữ, vân vân... có thể là cách thực tế nhất để xem xét vấn đề này.

**2.6.3. Du khách ngày càng muốn những trải nghiệm “thực” với các nền văn hóa và lối sống khác.** Một nghiên cứu về du khách của thị trường du lịch đại chúng và du lịch sinh thái phát hiện cả hai loại du khách này đều cảm thấy kiến thức về mỹ thuật và thủ công mỹ nghệ dân gian, cũng như kiến thức về lịch sử nơi họ sắp đến là quan trọng.

**2.6.4. Du khách thường muốn có những kỳ nghỉ sôi động, mang tính giáo dục hơn.** Trong thị trường chuyên ngành đang xuất hiện xu hướng du lịch năng nổ hướng về môi trường, với những chương trình

lành mạnh và nhiều cơ hội để rèn luyện. Tuy du khách của thị trường du lịch đại chúng ít muốn những ngày nghỉ sôi động và mạo hiểm hơn, và cũng ít tập trung vào một loại hình hoạt động hơn, song các ngày nghỉ sôi động với cường độ thấp hơn cũng đang là xu hướng ngày càng tăng trong phân đoạn thị trường du lịch này.

**2.6.5. Các chuyến tham quan các khu vực được bảo vệ đang ngày càng tăng. Ở các nước phát triển, du khách có xu hướng đi theo nhóm nhỏ hơn với thời gian ngắn hơn.** Ví dụ, các chuyến thăm vườn quốc gia của Australia tăng đáng kể trong mười năm qua, nhưng thời lượng thăm thường ngắn hơn. Cả hai xu hướng đi theo nhóm nhỏ và ngắn ngày hơn đều tạo ra nhu cầu cần có không gian riêng rộng hơn và nhiều phương tiện hơn để thỏa mãn du khách, kèm thêm các dịch vụ phụ vào những thời điểm nào đó trong năm.

**2.6.6. Người ta mong đợi công nghiệp du lịch có trách nhiệm lớn hơn đối với phát triển bền vững.** Các nhà chuyên môn làm việc trong lĩnh vực bảo toàn bắt đầu yêu cầu ngành du lịch tham gia nhiều hơn vào các hoạt động quản lý di sản. Việc này thường bao gồm mức độ trách nhiệm tài chính để duy trì lâu dài nguồn lợi mà từ đó họ được hưởng. Hỗ trợ tài chính có thể bằng hình thức tài trợ trực tiếp hoặc tự nguyện cho các cơ quan quản lý hoặc các NGO. Việc tham gia cũng có thể có nghĩa là chấp nhận những việc làm hạn chế tác động tiêu cực của du lịch. Chẳng hạn, ở quần thể sinh thái san hô của Australia, các hãng lữ hành đang tự điều chỉnh mình và có trách nhiệm hơn, đặt ra quy tắc ứng xử và hướng dẫn các việc cần làm nhằm giảm thiểu tác động đến môi trường. Họ cũng tham gia vào việc theo dõi khu vực mà họ quản lý. Việc các hãng lữ hành bị cấm không được tự mình dịch chuyển các phương tiện và các hoạt động một khi mà khu di sản hiện tồn đã bị ảnh hưởng bởi sự xuống cấp môi trường thiên nhiên hoặc phi thiên nhiên đã làm cho việc đó có thêm sức mạnh.

## 2.7. Gợi ý và Khuyến nghị

- Định nghĩa về du lịch có thể vạch hướng cho các đường lối chính sách lớn trong sự phát triển các mục đích và mục tiêu đối với việc quản lý di sản. Ví dụ, định nghĩa của *Hội Du lịch Sinh thái Quốc tế* về du lịch sinh thái nêu rõ du lịch cần phải duy trì tính nguyên vẹn của hệ sinh thái và tạo ra các cơ hội kinh tế để việc bảo toàn có lợi cho dân chúng địa phương. Loại tuyên bố như vậy có thể đưa vào tuyên bố chính sách xác định loại hình du lịch mà một khu vực có thể quảng bá.

- Định nghĩa về du lịch như du lịch sinh thái vừa nêu có thể được sử dụng trong các báo cáo hoặc các đề nghị tìm kiếm tài trợ cho các dự án tương lai. Nó có thể tạo ra một hình ảnh tích cực và tăng tính hấp dẫn của các tài liệu. Các khái niệm và định nghĩa về phát triển toàn diện cần phải phù hợp với đối tượng mà đề nghị này được gửi đến. Ví dụ, thuật ngữ “du lịch sinh thái” có thể dùng thay cho du lịch nói chung khi thiết lập dự án trình các tổ chức bảo tồn thiên nhiên, là “du lịch văn hóa” khi trình các tổ chức liên quan tới trùng tu di tích, v.v. Rồi còn việc sử dụng định nghĩa thị trường trong các tài liệu quảng bá du lịch. Ví dụ, một tờ rơi có thể nói rõ du lịch sinh thái được khuyến khích ở một khu di sản thiên nhiên hoặc hỗn hợp nào đó.

- Các tài liệu quảng bá du lịch của các hãng tổ chức tour là bằng chứng về việc liệu các sản phẩm của họ có phù hợp với mục tiêu của khu di sản hay không. Các ấn phẩm của các hãng tổ chức tour cũng có thể giúp các nhà quản lý quyết định xem các hãng này có góp phần vào những nỗ lực bảo vệ ở địa phương hay không, chẳng hạn như chỉ dẫn du khách về những việc cần làm để giảm thiểu tác động. Các tài liệu quảng cáo cũng sẽ cho thấy các loại du khách mà hãng đang nhằm vào, loại trải nghiệm nào du khách coi trọng cùng những nhu cầu đặc biệt của họ. Ví dụ, một hãng tổ chức tour có thể chuyên về các tour du lịch dành cho những nhóm người nghiêm túc chỉ có một mục đích là quan sát chim muông, hoặc một nhóm khảo cổ không chuyên.

- Trong khi hiểu được các định nghĩa du lịch và thị trường du lịch chuyên biệt có thể giúp các nhà quản lý hoạch định đường hướng chính sách và biết rõ mối quan tâm của du khách, thì các phân đoạn thị trường này thường có xu hướng chồng chéo nhau. Vì mục đích quản lý cho nên cần phải phân loại và phân tích du khách theo sở thích và cách ứng xử của họ. Các loại hình “cảm giác mạnh” hoặc “nhẹ” nêu trên có thể giúp tạo ra bước khởi đầu hữu ích. Phân biệt các loại hình trong đó chú trọng tới nhu cầu và mong muốn của khách là điều quan trọng cho việc lên các kế hoạch quản lý và xác định các mục tiêu, kể cả phát triển hạ tầng.

- Kiến thức về các phân đoạn thị trường khác nhau cùng cách ứng xử và sở thích chung của khách có thể giúp các nhà quản lý quyết định phân đoạn thị trường nào cần thúc đẩy. Các loại du khách khác nhau tạo ra những cơ hội quản lý và những đòi hỏi khác nhau. Ví dụ, du khách tìm kiếm cảm giác mạnh thường dễ thỏa mãn với các dịch vụ tối thiểu hơn là những người tìm kiếm ấn tượng “nhẹ nhàng”. Các hãng tổ chức tour như những hãng làm việc với những người quan sát chim muông thông thạo, hoặc loại khách chỉ quan tâm tới khảo cổ chẳng hạn có thể có nhiều yêu cầu đặc biệt đối với thị trường du lịch. Các hãng tổ chức tour chuyên ngành có thể cần có những quy định chặt chẽ về lượng du khách và tiếng ồn để họ có thể thực thi các hoạt động của họ mà không bị các nhóm khác làm phiền. Do có sự khác biệt về sở thích của những người có xu hướng ưa thích thiên nhiên cho nên thị trường cần có nhiều loại hình ăn nghỉ khác nhau.

- Phân tích cơ cấu của công nghiệp du lịch bao quanh một khu di sản có thể tìm ra cơ hội lôi cuốn những người có lợi ích vào các hoạt động quản lý. Các quan chức NTO có thể tham gia vào các nỗ lực quảng bá trong tương lai. Các hãng tổ chức tour và chủ khách sạn có thể giúp theo dõi các hoạt động hoặc thiết lập quy tắc ứng xử và những việc làm giảm thiểu tác động. Họ cũng có thể có những đóng góp tài chính trực tiếp cho các dự án thực hiện ở khu di sản. Việc phỏng vấn các hãng tổ chức tour

và các giám đốc khách sạn có thể quyết định cơ chế quản lý và tài chính nào sẽ tạo thuận lợi cho việc họ đóng góp vào các nỗ lực bảo toàn và bảo vệ di sản.

- Một cách tiếp cận chủ động sẽ mang lại lợi ích nếu biết xem xét xu hướng thị trường. Việc du lịch quốc tế tiếp tục tăng trưởng đã được tiên liệu, đặc biệt là du lịch chuyên biệt. Mỗi quan tâm ngày càng tăng đối với các vấn đề môi trường và văn hóa-xã hội cho thấy sự tồn tại của một nguồn lực tiềm ẩn lớn hỗ trợ cho các khu di sản. Qua các biên diện (profiles) về kinh tế-xã hội có thể thấy ngày càng có nhiều du khách đủ khả năng đóng góp tài chính vào việc bảo vệ di sản. Kết quả là, nếu khu di sản được hoạch định và quản lý tốt, trong giới hạn xác định, thì lượng khách ngày càng tăng có thể đem lại những nguồn tài chính mới.

- Vì du khách ngày càng hiểu và quan tâm hơn tới bảo vệ môi trường thiên nhiên, lịch sử, văn hóa và xã hội, nên việc thông báo cho du khách và các hãng tổ chức tour bằng cách tuyên truyền về khu di sản và các hoạt động quảng bá, về những nỗ lực mà ban quản lý đang làm để duy trì khu di sản sẽ ngày càng trở nên quan trọng.

- Xu hướng đang tăng trong du lịch là muốn thăm những khu vực được bảo vệ. Các nhà quản lý ngày càng phải hiểu rõ về loại du khách này và các xu hướng cụ thể đối với mỗi khu di sản.

### Gợi ý hoạt động

#### 1. Phân tích cơ cấu du lịch của khu di sản:

- phỏng vấn các quan chức của Văn phòng Du lịch Quốc gia để có cái nhìn sâu sắc về cơ cấu du lịch của đất nước nói chung.
- phỏng vấn các thành viên của ngành công nghiệp du lịch ngay tại khu di sản, và nếu có thể được, ở những thành phố lớn để quyết định bằng cách nào các đại lý du lịch và các hãng tổ chức tour hoặc lữ hành đường bộ thu hút du khách tới khu di sản.

- cần phải phác họa ra các nhóm du khách khác nhau và miêu thuật mối tương tác giữa họ với nhau thế nào. Bắt đầu bằng việc xác định các loại hình du lịch tại khu di sản và triển khai các loại du khách mở đầu.

- xem xét lại những nỗ lực trước đây để thu hút ngành công nghiệp du lịch vào việc hỗ trợ khu di sản, liệt kê các giải pháp để thu hút họ.

#### 2. Xác định chi tiết các loại du khách tại khu di sản và những loại du khách mà mình mong muốn.

- nghiên cứu các phương thức lữ hành, các hoạt động của du khách và những địa danh mà họ thích viếng thăm.

- lập hồ sơ các nhóm này. Sử dụng danh sách trong hồ sơ đó để xác định họ thuộc loại du khách “cảm giác mạnh” hay “nhẹ” chẳng hạn; quyết định nên khuyến khích loại thị trường du lịch nào.

- rà soát lại sự khác nhau giữa các nhóm du khách.

- nghiên cứu các sở tay quảng cáo của các hãng tổ chức tour khác nhau về khu di sản để nắm được họ đang phục vụ cho loại thị trường du lịch nào.

- xây dựng danh sách các nhóm du khách, các thị trường và các hoạt động có liên quan nào được ưa chuộng có thể thúc đẩy phát triển du lịch được và chọn các công ty tổ chức tour đáp ứng tốt nhất cho những yêu cầu đó.

#### Sách cần tham khảo.

- Ceballos H. Lascrain. *Du lịch, Du lịch sinh thái và các khu vực cần bảo vệ: Thực trạng của du lịch thiên nhiên trên thế giới và hướng dẫn phát triển*. IUCN, Gland, Thụy Sĩ và Cambridge, UK, 1966.

- Crossley, John và Lee, Bong Koo. “Khách du lịch sinh thái và Thị trường du lịch nói chung: Sự khác biệt về “Lợi ích cần tìm” trong *Du lịch: Vận may của kinh tế*: Hội nghị thường niên lần thứ 25, trang 22-29. Colorado, USA, Hội Nghiên cứu Lữ hành và Du lịch, 10/1994.

- Hall C. Michael và Jenkins, John M. “Tầm vóc chính sách của du lịch và giải trí thôn dã” trong Richard Butler, C. Michael



Hall và John Jenkins: *Du lịch và Giải trí ở các vùng thôn dã*, trang 22-41. Chichester, Anh, NXB John Wiley & Các con, 1998.

- Inskip, Edward. *Hoạch định Du lịch: Một cách tiếp cận Phát triển Tổng hoà và Bền vững*. NXB Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.

- Prentice R. “*Di sản: Lĩnh vực then chốt của du lịch “mới” trong Tiến bộ về Quản lý Du lịch, Giải trí và Hiếu khách*.” C.P. Cooper và A. Lockwood, tập 5. NXB John Wiley & Các con, Chichester, Anh.

- Richards G. “*Du lịch văn hóa ở châu Âu*” trong “*Tiến bộ về Quản lý du lịch, Giải trí và Hiếu khách*. (sách đã dẫn) 1996.

- Silverberg, Kenneth E., Backman, Sheila J. và Backman, Kenneth F. “*Điều tra sơ bộ về Đồ thị Tâm lý của khách du lịch thiên nhiên tới vùng Đông Nam nước Mỹ*” trong *Du lịch: Vận may của kinh tế...*, (sách đã dẫn), trang 36, 40.

- Wood, Megan Epter. *Các nguyên tắc, thủ tục và chính sách Du lịch sinh thái vì Phát triển bền vững*. Tài liệu của UNEP 92-807-2064-3, 2002.

# 3

## Du lịch: Tác động và các vấn đề đặt ra



*Morne Trois Pitons National Park, Dominica*

© Marjaana Kokkonen

Tất cả các hoạt động giải trí và du lịch đều gây ra những thay đổi về môi trường và xã hội. Hiểu biết về nguyên nhân của các tác động và những vấn đề của du lịch sẽ hỗ trợ quá trình ra quyết định và thúc đẩy những hoạt động quản lý hiệu quả hơn. Hiểu biết cơ bản về các loại tác động cũng có thể giúp quá trình lên kế hoạch và lập danh mục hữu ích cho việc xây dựng các chỉ số giám sát du lịch. Điều này rất cần thiết trong việc xác định xem các mục tiêu quản lý có đạt được hay không.

### 3.1. Tác động thông thường của du lịch: các vấn đề và khái niệm

Tác động của du lịch chủ yếu là do sự phát triển và du khách của ngành này. Tác động của phát triển thường liên quan tới hạ tầng cơ sở; tác động này có thể dễ dàng nhận biết và thường là nghiêm trọng, chẳng hạn khi xây dựng và khi các khách sạn gây ô nhiễm. Tác động do du khách gây ra tại khu di sản thường rất nhạy cảm, nhưng có thể tránh được. Ví dụ, có thể yêu cầu du khách không cho muông thú ăn, hoặc không được sờ vào các hiện vật trưng bày.

Quan hệ nhân-quả của tác động du lịch có thể khó xác định. Rác có thể do người địa phương chứ không phải do du khách thải ra. Rác thải có thể là do người dân địa phương chứ không phải do khách du lịch; ô nhiễm nước có thể từ nguồn chứ không phải tại các khách sạn; hệ sinh thái san hô có thể bị tổn hại bởi giông bão, sóng to gió lớn chứ không phải tại du lịch; săn bắn trộm làm quần thể động vật hoang dã giảm đi có thể là do lỗi của dân địa phương.

Số lượng du khách không nhất thiết là yếu tố đầu tiên ảnh hưởng tới khối lượng tác động. Các giải pháp đưa ra nhằm hạn chế số lượng du khách tới một khu vực nào đó có thể không có hiệu quả. Hiện nay, các nhà nghiên cứu biết rằng các tác động có liên quan tới một hệ phức hợp các yếu tố xã hội-môi trường và các mô hình phát triển. Theo quan điểm hiện nay, điều quan trọng là hiểu được các mối quan hệ qua lại là nguyên nhân của các tác động du lịch, là lý do làm cho một cộng đồng địa

phương hoan nghênh chào đón các du khách, trong khi một cộng đồng khác lại chống đối mạnh mẽ sự hiện diện của họ.

Quan hệ giữa tần suất sử dụng và tác động môi trường thường không theo đường thẳng, mà theo đường vòng cung. Tức là, việc sử dụng lúc đầu có thể gây nhiều tổn hại nhất, trong khi những lần sau lại dẫn tác động ít hơn. Đối với các nguồn tài nguyên như đất đai và cây cỏ, mức độ tổn hại mạnh nhất lại có xu hướng diễn ra khi tần suất sử dụng thấp. Ví dụ, quan hệ giữa tần suất giẫm đạp và độ cứng của đất. Những người đầu tiên bước lên khu đất sẽ làm phần lớn đất bị nén chắc lại; việc sử dụng sau đó lại tương đối ít tác động hơn đối với khu vực. Cũng tương tự đối với cây cỏ: việc giẫm đạp nhẹ lúc đầu có thể dẫn tới mức độ tổn hại cao, nhưng những lần tiếp theo lại chỉ gây những tác động nhỏ.

Hai yếu tố tác động chính là *sức đề kháng* và *độ đàn hồi*. Sức đề kháng là khả năng hứng chịu sử dụng mà không bị xáo trộn, còn độ đàn hồi là khả năng trở lại tình trạng không bị xáo trộn ban đầu sau khi bị tác động. Theo nghĩa thực tế, sức đề kháng là thước đo khả năng của các môi trường khác nhau và các nền văn hóa khác nhau chống lại thay đổi. Người Sherpa ở Nepal có thể chấp nhận sự hiện diện của du khách mà vẫn duy trì được nền văn hóa của họ qua nhiều thế hệ, trong khi những bộ lạc miền núi ở vùng bắc Thái Lan lại chứng kiến những thay đổi văn hóa lớn hơn dần dần tác động đến cơ cấu gia đình của họ. Ở những khu di sản tự nhiên, đất đai phì nhiêu có nhiều khả năng chống chọi với tần suất sử dụng mà vẫn duy trì được các loại thực vật ở đó; đất mỏng ít có cơ may chịu được tần suất sử dụng lớn. Người ta thấy loài địa y có khả năng chống đỡ tốt việc bị giẫm đạp. Các cộng đồng san hô ở các khu vực rìa vĩa san hô lộng gió luôn phải đương đầu với những đợt sóng mạnh của đại dương lại thường chịu được những tổn hại do thợ lặn gây ra hơn là các cộng đồng san hô trong những khu vực bằng phẳng được bảo vệ.

Độ đàn hồi cũng có thể khác nhau. Tỷ lệ hồi phục của cây cỏ bị phá hoại tùy thuộc

vào mức độ dễ tổn thương của hệ sinh thái nào đó. Các chủng loại san hô khác nhau cần thời gian khác nhau để phục hồi sau khi bị tổn hại. Các cộng đồng và người sống trong cộng đồng đó tự điều chỉnh lối sống của họ theo những nhịp độ khác nhau để chấp nhận du khách. Họ cũng có thể điều chỉnh lại cách thức sử dụng tài nguyên thiên nhiên nếu những nguồn này trở nên khan hiếm khi một khu vực được đặt dưới sự bảo vệ.

### 3.2. Tác động môi trường: Các kiểu thông thường và các yếu tố

**3.2.1. Tác động đến thực vật khác nhau tùy theo kiểu cách sử dụng và sự khác nhau về cơ cấu thực vật.** Các loại thực vật có khả năng chống đỡ tốt gồm các loại cỏ và lau sậy. Các loại dễ bị tổn thương khi bị giẫm đạp là những loại có tỉ lệ phát triển chậm, các cây gai và lá nhọn, thân thảo và các loại lá dày nhỏ dễ bị gãy khi bị đè nặng. Các loại thực vật trên thảm cỏ rộng thường có thể phục hồi tốt khi bị giẫm đạp, song cây trên nền rừng rậm rạp lại ít có khả năng này hơn.

**3.2.2. Tác động đối với đất đai thường là hiện tượng nén cứng và xói mòn.** Du khách thường làm đất đai bị nén cứng, một khía cạnh không tránh được trong các hoạt động giải trí. Các phân tử đất bị nén khít lại với nhau, triệt tiêu các khoảng cách giữa chúng, dẫn tới việc giảm khả năng thấm thấu không khí và nước. Việc này làm tăng lượng nước mưa hoặc tuyết tan chảy trên bề mặt, giảm khả năng hấp thụ nước và làm xói mòn đất màu, tác hại đến thực vật bao phủ khu đó. Không thể tránh được việc đất bị nén cứng, nhưng ở một số khu vực nhất định thì việc này có thể hạn chế được. Mặt khác, xói mòn lại nghiêm trọng hơn và có xu hướng lan rộng.

Loại đất dễ bị lèn chặt là đất thịt và phù sa thuần nhất. Đất ướt thường dễ bị nén và xáo trộn hơn. Đất đồng cỏ và cây cỏ dễ xáo trộn khi bị giẫm đạp trong thời kỳ mưa, làm tăng độ xói mòn và giảm khả năng trữ nước.

**3.2.3. Tác động đối với nước thường là các mầm bệnh, chất thải hữu cơ và bùn lầy.**

Nước đục do xói mòn đất là kết quả thường xuyên của các hoạt động du lịch và giải trí. Ở những nơi đất dễ xói mòn, các hoạt động và phát triển du khách nhiều khả năng làm thay đổi chất lượng nước, có hại cho động thực vật sống dưới nước.

Trong số những thứ gây ô nhiễm nguồn nước, nguy hiểm nhất là mầm bệnh. Cái thường gặp là trực khuẩn trong phân người (*faecal coliform*) và khuẩn chuỗi trong phân động vật (*faecal streptococci*). Phân thải tràn ra thường do không có, hoặc có nhưng hoạt động kém, hệ thống thoát nước thải và nhà vệ sinh trong khách sạn, và từ những khu du khách lưu lại. Chất thải hữu cơ như chất thải chưa xử lý hoặc xử lý không kỹ cũng ảnh hưởng chất lượng nước vì nó là môi trường tốt cho các loại rong tảo. Những loại này có thể bị nước đưa vào bờ, rồi thổi mục và tạo thành môi trường cho các loại côn trùng sinh sôi nảy nở.

Nói chung, ô nhiễm hóa chất là nguy hại nhất đối với vùng nước nông kín gió, đặc biệt ở các bên tàu thuyền. Hồ và suối ở chỗ thấp hơn có xu hướng ít bị tác hại trước các thay đổi hơn là những hồ trên núi cao.

**3.2.4. Những náo động do du khách quan sát động vật hoang dã gây ra ảnh hưởng tới một số loài nhiều hơn là những loài khác.** Một số loài thích nghi nhanh, nghĩa là cho dù sau tác động ban đầu có thể là nghiêm trọng nhưng chúng vẫn phát triển một cơ chế chịu đựng xáo trộn. Người ta thường sai lầm khi cho rằng sự thích nghi của động vật có ý nghĩa tích cực vì nó đưa du khách tới gần động vật hoang dã hơn. Các hãng tổ chức tour đôi khi đặt thức ăn để nhử động vật tới những nơi du khách có thể ngắm chúng. Tuy nhiên, việc này có thể gây ra phản ứng tiêu cực: các loài thú ở đó có thể hung hãn hơn khi đòi ăn, và có thể làm bị thương hoặc thậm chí giết chết những du khách bất cẩn.

Phản ứng của động vật hoang dã, thậm chí ngay trong cùng một loài hoặc một cộng đồng cũng rất khác nhau. Chẳng hạn, một số loài có thể chấp nhận thỉnh thoảng bị trêu chọc chứ không chịu đựng được sự quấy nhiễu thường xuyên. Chim đang làm

tổ có thể làm ngơ vài lần khi người đến gần, nhưng một khi quá mức, chúng sẽ bỏ tổ đi nơi khác. Một số loài thú tự điều chỉnh để thích nghi với những náo động có thể thấy trước, như tiếng ồn xe cộ qua lại chẳng hạn, nhưng không thể chịu đựng những xáo trộn đột ngột, không thành quy luật. Những loài thú lớn hơn có xu hướng bị ảnh hưởng nhiều hơn khi tiếp xúc trực tiếp với con người, trong khi những loài nhỏ hơn lại nhạy cảm với những tác động gián tiếp vào nơi cư trú của chúng. Những loài thú nhút nhát có thể bỏ đi khỏi các khu vực giải trí của con người, trong khi các loài khác như hươu nai vẫn có thể thỉnh thoảng qua lại.

Một số loài thú dễ bị đe dọa hơn các loài khác; đây là một yếu tố ảnh hưởng tới tập quán kiếm ăn và sinh sản của chúng. Loài rùa biển ở Maine và một số loài chim khác ở Vườn quốc gia Galapagos bỏ nơi cư trú mà du khách hay qua lại và di chuyển tới những nơi ít thích hợp với cuộc sống và sinh sản của chúng hơn. Hươu nai, cũng giống như loài động vật móng guốc khác tương đối quen với sự có mặt của con người, và thường gặm cỏ dọc theo đường ô tô. Chó sói rất nhạy cảm với du khách vì sự thâm nhập của họ hạn chế cơ hội săn mồi của chúng. Môi trường sống là một yếu tố quan trọng. Cuộc sống của các loài động vật hoang dã trong các khu rừng rậm ít bị các tuyến du lịch làm xáo trộn vì chúng có nhiều nơi ẩn nấp hơn. Giống như người, loài vật cũng dần “đúc kết” được kinh nghiệm giúp điều chỉnh hành vi của chúng; và kết quả là không có một khoảng cách lý tưởng nào từ một địa điểm nhạy cảm của động vật hoang dã như các lùm cây hay khu vực cho thú ăn tới cơ sở hạ tầng hoặc đường đi. Nhiều chuyên gia nói một cách đơn giản là nếu du khách nhận thấy có phản ứng tiêu cực từ thú hoang thì tức là họ đã đến gần chúng quá.

**Trường hợp cụ thể: Tê giác ở Nepal**

Ở Công viên Hoàng gia Chitwan của Nepal, du khách ngồi trên lưng voi xem tê giác đã gây ức chế và những thay đổi trong lối sống của chúng, làm chúng lúc nào cũng phải cảnh giác nên có ít thời

gian gặm cỏ. Ở những nơi du khách đến gần quá mức cho phép, khoảng một nửa số tê giác đã bỏ đồng cỏ có chất lượng tốt nhất và chui vào những vùng cây cỏ rậm rạp ít chất dinh dưỡng hơn. Các nhà nghiên cứu cho rằng tình hình này có thể ảnh hưởng tới cơ cấu di truyền của loài tê giác, đưa đến việc sản sinh ra thế hệ thú thuần dưỡng hơn là những con nhát người.

**3.3. Những tác động thông thường liên quan đến việc du khách sử dụng khu di sản**

**3.3.1. Du khách thường có thói quen có thể dự tính được.** Du khách có xu hướng đi theo những tuyến du lịch đã có sẵn và thường bị cuốn hút bởi một số địa điểm nhất định. Kết quả là tác động thường chỉ giới hạn trong những nơi này. Tuy nhiên, các điểm du lịch có xu hướng mở rộng theo thời gian. Một hiện tượng liên quan là khi một khu vực được mở cho du lịch và giải trí thì tác động sẽ diễn ra nhanh chóng. Nhìn tổng thể, tác động môi trường có xu hướng theo đường vòng cung. (xem Chương 6).

**3.3.2. Tác động tùy thuộc số lượng du khách trong từng nhóm.** Những nhóm đông người có xu hướng mở rộng khu vực tham quan. Việc này đòi hỏi phải có những bộ phận quản lý chuyên ngành, chẳng hạn du lịch leo núi là nơi các nhóm lớn có thể tụ hội và tạo ra những thành phố nhỏ trong thời gian họ lưu lại. Các nhóm này cũng sử dụng rất nhiều một khu vực nào đó trong một thời gian ngắn. Kết quả là cần đặc biệt lưu tâm tới các nhóm lớn tại những khu thiên nhiên nổi tiếng và các khu di sản văn hóa nhạy cảm. Ở các khu di sản văn hóa, các nhóm lớn có thể gây ách tắc trong khu trưng bày hiện vật. Ở các khu đền đài miếu mạo, họ vây quanh các cổ vật, che khuất tầm nhìn của những nhóm nhỏ hơn hoặc những người khác; chẳng hạn, họ có thể làm tắc nghẽn luồng du khách trong nhà thờ.

Tuy nhiên cũng có những ngoại lệ. Ví dụ dọc theo đường mòn hoặc hành lang nhà thờ, những nhóm lớn có lẽ không gây nhiều tác động hơn các nhóm nhỏ chùng

nào họ vẫn di chuyển dọc theo lối đó. Với động vật hoang dã, các nhóm lớn có thể gây tác động ít hơn một số nhóm nhỏ nếu tần suất xáo trộn thưa hơn, chẳng hạn như trong trình huống với nhiều loài chim.

**3.3.3. Các hoạt động khác nhau gây ra những tác động khác nhau.** Chẳng hạn, leo núi và chụp ảnh thiên nhiên có thể làm kinh động chim đang làm tổ. Lặn có bình dưỡng khí và du thuyền có thể làm tổn hại các vỉa san hô. Cưỡi ngựa, đi bộ đường dài và cắm trại làm xáo trộn cây cỏ và đất. Du khách đến các khu đền đài miếu mạo có thể làm mòn hiện vật bằng việc chạm tay vào chúng.

Các hoạt động của xe cộ có động cơ có tác động tiêu cực đến nhiều môi trường dễ bị tổn thương. Xuồng máy và và canô máy gây nhiều tiếng ồn có thể đảo lộn thói quen săn bắt và sinh sản của chim muông hoặc làm thương tổn các loài sống dưới nước. Chân vịt xuồng có thể làm loài lợn nước ngọt hiền lành bị thương hoặc chết. Xuồng máy cũng gây ô nhiễm cao; chỉ một chiếc cũng sinh ra lượng hydrocarbon gấp 70 lần một chiếc ô tô bình thường. Các xe chạy trên bãi biển làm xáo trộn rong biển tích tụ vốn tạo ra lớp mùn mỏng cho các loài thực vật sống trên cát. Đất bị xe cộ lèn cứng ở Sa mạc Mojave của Mỹ sẽ cần khoảng một thế kỷ để phục hồi. Vì những tác động này cho nên các nhà quản lý thường đề nghị cấm ô tô, xe máy ra vào các khu vực dễ bị tổn hại như cồn cát và sa mạc.

Các tác động khác nhau tùy thuộc vào cách thức hoạt động của du khách. Người lặn biển giỏi có khả năng kiểm soát độ nổi ít hủy hoại san hô hơn những người thiếu kinh nghiệm. Những nhà leo núi đã qua lớp huấn luyện giảm thiểu tác động sẽ ít gây hại hơn những người không được đào tạo. Một số hãng tổ chức tour có ý thức đề ra quy định tổ chức các tour quan sát động vật hoang dã sao cho hạn chế thấp nhất tác động đến chúng: các hãng tổ chức tour quan sát cá voi yêu cầu người lái tàu giữ khoảng cách nhất định với cá voi, tránh đuổi theo chúng và tắt máy tàu khi tới gần chúng để tránh gây ức chế không cần thiết. Đối với khu di sản văn hóa, ví dụ ở khu có

các hình tạc đá linh thiêng đá hoặc trong nhà thờ, du khách được yêu cầu biểu thị sự tôn kính bằng cách che đầu hoặc giữ trật tự. Tác động do du khách gây ra thường là không có chủ ý và có thể giảm thiểu bằng cách có những chỉ dẫn cần thiết.

**3.3.4. Đông người là một tác động tiêu cực khi nó trái với mong muốn của du khách.** Những nghiên cứu ban đầu cho thấy lượng khách tăng làm giảm mức độ hài lòng của họ. Kết quả là các nhà quản lý tìm cách xác định lượng khách thăm đông tới mức độ nào thì có thể gây cảm giác quá tải. Tuy nhiên, quan hệ giữa lượng người và độ hài lòng của du khách hóa ra lại phức tạp hơn. Trong khi lượng người quá lớn ở một khu di sản chắc chắn sẽ làm giảm mức độ thụ hưởng thẩm mỹ và cơ hội được thư thả một mình, nhưng lượng khách không nhất thiết giảm mức hài lòng của du khách. Ngược lại, phản ứng tiêu cực có xu hướng xuất hiện khi du khách cảm thấy những du khách khác cản trở việc thưởng thức của họ. Một điểm phức tạp khác là tác động tiêu cực của đám đông thay đổi tùy theo đặc điểm của các loại du khách, trải nghiệm trước đó của họ tại khu vực, lối ứng xử của các du khách khác, đặc điểm và đặc tính của cảnh quan. Chẳng hạn, du khách quan sát động vật hoang dã ở khu bảo tồn thiên nhiên Maasai Mara có thể bực mình vì sự hiện diện của một vài xe hơi, trong khi ở các vườn bách thú thì xe cộ ra vào không có vấn đề gì. Du khách cũng có thể thay đổi ý định trong hoạt động nào đó để thích nghi với điều kiện đông người.

**Chu kỳ Du lịch cộng đồng theo nghĩa cổ điển**

- *Giai đoạn 1: Các cộng đồng xây dựng những loại nhà nhỏ một tầng dành cho du lịch tại địa phương. Nhà dân được cải tạo và biến thành những khách sạn nhỏ và nhà nghỉ, việc làm này mang lại nguồn thu cho dân địa phương.*
- *Giai đoạn 2: Giá trị đất tăng. Bắt đầu phát triển đường giao thông và các cơ sở hạ tầng khác. Người ngoài địa phương bắt đầu mua đất và tiến hành hoạt động với quy mô lớn hơn dân địa phương. Người*

địa phương vẫn có lợi về kinh tế mặc dù phần lớn thu nhập tập trung vào một số ít người.

- **Giai đoạn 3:** Bắt đầu xây dựng khách sạn với tốc độ nhanh hơn, không quan tâm đến các quy định về quy hoạch; xây dựng tiếp diễn một cách vô tội vạ, làm môi trường xuống cấp. Người địa phương hưởng lợi với tư cách nhân viên phục vụ trong các khách sạn và nhà nghỉ tại địa phương và trong lĩnh vực chuyên chở du khách.
- **Giai đoạn 4:** Hầu hết chủ nhân của các khách sạn, nhà nghỉ nhỏ và tiệm ăn là người ngoài địa phương. Tiền bắt đầu chảy ra ngoài. Những công trình lớn được xây dựng bất chấp các quy định. Các khách sạn và tổ chức lớn quảng bá du lịch quốc tế, lợi nhuận vẫn nằm trong nước sở tại. Du khách đóng góp khoản tài chính nhỏ bằng việc mua đồ lưu niệm. Cung cấp nước và môi trường bị đe dọa và những người kinh doanh bất động sản bắt đầu lo ngại về tương lai. Cư dân địa phương có thể bắt đầu ngại du khách.
- **Giai đoạn 5:** Môi trường xuống cấp dấy lên nỗi lo sợ về việc lượng du khách giảm, đưa tới việc đòi hỏi cần có hành động. Việc khắc phục chậm có hiệu quả, sự xuống cấp tiếp diễn. Cộng đồng địa phương vẫn được hưởng lợi, nhưng kiểm soát thì do những người bên ngoài nắm giữ; những người này có thể quyết định bỏ khu vực để chuyển tới nơi khác.

### 3.4. Tác động của du lịch đối với cộng đồng và văn hóa

**3.4.1 .Các mô hình không thể hiện hết sự phức tạp của chu kỳ du lịch vì cho rằng cộng đồng dân cư là đồng nhất, trong khi đó đây là một điều rất hiếm khi xảy ra trong thực tế.** Chẳng hạn, trong những giai đoạn sau của chu kỳ du lịch, các mô hình không cho thấy liệu toàn bộ cộng đồng phản cảm với du lịch, hay chỉ một bộ phận dân cư bị tác động phần nào về những tác động xã hội của du lịch? Thực tế việc các thành viên của cộng đồng địa phương tự điều chỉnh để thích nghi với du lịch bằng

những cách làm vấn đề càng phức tạp thêm. Một yếu tố khác là tăng trưởng du lịch có thể diễn ra cùng với những thay đổi khác, và lối ứng xử của dân địa phương có thể là phản ứng đối với những thay đổi khác này chứ không phải đối với những thay đổi do tác động của du lịch.

Tương tự như vậy, trong khi có nhiều nghiên cứu khảo sát thái độ chung đối với du lịch ở những cộng đồng dân cư đặc biệt thì ít có nghiên cứu nào xem xét thái độ đối với các sản phẩm và dịch vụ của du lịch cộng đồng cụ thể. Một vấn đề quan trọng nữa là rất ít nghiên cứu được chuẩn bị dựa trên tư vấn của những người bị ảnh hưởng. Chỉ có một số ít các nhà nghiên cứu đề nghị du khách đánh giá hoặc xếp loại tầm quan trọng của những tác động mà người địa phương nêu lên.

### **Cộng đồng địa phương có thể mất nguồn lợi du lịch như thế nào?**

- Du lịch có thể không thu hút được nhanh và đủ lượng du khách để tạo ra lượng thu đủ đáp ứng mong đợi kinh tế của cộng đồng. Điều này là kết quả của tính chất cạnh tranh trong du lịch, hoặc là chất lượng của các nguồn lực ở địa phương. Việc không đáp ứng được mong đợi của cộng đồng có thể dẫn tới chỗ họ không mặn mà với chương trình du lịch và tin rằng di sản chẳng có ích gì cho cộng đồng. Kết quả là ít có khả năng họ tham gia vào các hoạt động bảo vệ di sản.
- Du lịch có thể làm tăng gánh nặng cho cư dân địa phương mà không mang lại lợi ích nào để giảm bớt đi gánh nặng đó. Nguồn thu từ du lịch thường chỉ đến tay một bộ phận dân cư khác, chứ không phải những người đang chịu đựng gánh nặng tài nguyên ngày càng cạn kiệt.
- Phần lớn chi phí của ngành du lịch như vé máy bay, khách sạn và lệ phí của hãng tổ chức tour rơi vào tay các công ty nước ngoài.
- Dân địa phương thường sống tản mát theo nhóm hoặc trong những làng mạc nhỏ, liên hệ có thể khó khăn, nên hạn chế việc phân chia công bằng các nguồn lợi kinh tế.

- Những người kinh doanh bất động sản có thể khiến người dân địa phương mất đi các nguồn lợi kinh tế đã được dự trù, hoặc quan hệ quyền lực ở địa phương có thể quyết định ai sẽ là người hưởng lợi từ các cơ hội du lịch. Chẳng hạn, những người có nhiều mối quan hệ tốt có thể độc quyền cơ hội đứng ra làm hướng dẫn viên hoặc cung cấp phương tiện đi lại cho du khách.
- Vốn đầu tư ban đầu thường khó kiếm. Một nghiên cứu ở Belize cho thấy trong khi những nhà đầu tư ở địa phương rất khó vay được vốn của các ngân hàng để bắt đầu kinh doanh du lịch thì các ngân hàng đó lại đồng ý cho vay nếu các nhà đầu tư này liên danh với các công ty nước ngoài.
- Không phải tất cả các hoạt động du lịch đều có tiềm năng như nhau trong việc huy động sự tham gia của cộng đồng. Để huy động được cộng đồng tham gia vào một số hoạt động phức tạp hơn, cần tổ chức huấn luyện trước. Chẳng hạn, các dự án khách sạn nhỏ do cộng đồng quản lý có thể bị trì trệ do các vấn đề quản lý và tổ chức, kết quả của việc thiếu những kỹ năng kinh doanh cần thiết. Ở Mexico, một dự án hợp tác đầu tư khai thác khách sạn đã thất bại vì các thành viên không được huấn luyện những kỹ năng điều hành cần thiết để có thể quản lý hiệu quả công việc. Trong nhiều trường hợp, tạo cơ hội hướng dẫn các hoạt động chuyên ngành như quan sát chim muông hoặc du lịch sông suối tỏ ra không khả thi. Các hãng tổ chức tour đường bộ thích thuê hướng dẫn viên từ thủ đô có tay nghề tốt và được đào tạo bài bản, biết nói tiếng Anh hoặc các ngôn ngữ châu Âu khác.
- Các công ty tour và khách sạn nói chung không sử dụng hướng dẫn viên người địa phương. Nhằm khắc phục tình hình này, ở một số nước, chính phủ ban hành văn bản hoặc chính sách đối với khu vực cần bảo vệ buộc các hãng tổ chức tour và khách sạn được yêu cầu thuê hướng dẫn viên người địa phương tay nghề thấp. Vì những nước này thường ít hướng dẫn viên có năng lực nên các hãng tổ chức tour không hài lòng với yêu cầu phải sử dụng họ vì các hãng này thường coi đây là một lý do làm tăng chi phí của hãng.
- Vì du lịch nông thôn thường theo mùa, nên nó không có khuynh hướng tạo việc

làm thường xuyên liên tục. Nhưng những việc tạm thời của du lịch vẫn có thể cạnh tranh với các việc theo mùa khác như các công việc nhà nông nên thực chất không mang lại lợi nhuận ròng cho cộng đồng.

### 3.4.2. Rất khó tiên đoán tác động qua lại giữa phát triển du lịch và cộng đồng vì ít có các mối và kiểu quan hệ nhất quán.

Dưới đây là khái quát về những số liệu về vấn đề phức tạp này. Du lịch với tần suất cao có thể được một số cộng đồng coi là tích cực, nhưng với một vài cộng đồng khác lại là tiêu cực. Trong khi thái độ tiêu cực thường gặp ở những cộng đồng có mức phát triển cao, một số cộng đồng ủng hộ du lịch mặc dù tỷ lệ du khách so với cư dân địa phương là cao. Các chuyến du lịch tới Vịnh Cá mập ở miền tây Australia tăng từ 10.000 năm 1984 lên 150.000 năm 1990, làm tỷ lệ cư dân/du khách tăng từ 1/10 lên 1/150 chỉ trong vòng 6 năm. Mặc dù tỷ lệ du khách tăng nhanh và xuất hiện những vấn đề môi trường nghiêm trọng, dân địa phương vẫn có thái độ đánh giá tích cực và ủng hộ du lịch tiếp tục tăng trưởng. Ở Nadi của Fiji cũng vậy: phát triển du lịch và tiếp xúc với du khách cũng cao, nhưng phản ứng và thái độ của cư dân vẫn là tích cực.

Một số nghiên cứu phát hiện cư dân thường ủng hộ du lịch nếu họ cũng được hưởng lợi, như có việc làm cho bản thân và gia đình họ. Hoặc họ tin rằng lợi ích mà du lịch mang lại nhiều hơn những tác động tiêu cực. Nhưng một số nghiên cứu khác lại cho thấy những người không được thụ hưởng từ du lịch cũng vẫn ủng hộ nó.

Một số nghiên cứu báo cáo về nỗi lo ngại của người địa phương trước tác động của phát triển du lịch tới giá bất động sản, khả năng tiếp cận các hoạt động giải trí, tắc nghẽn giao thông, chất lượng cuộc sống, lương bổng và giá cả. Một nghiên cứu khác cho thấy ít có mối quan hệ giữa phát triển du lịch và các chỉ số như chất lượng cuộc sống. Cư dân vùng núi Alps ở Áo cho rằng trong khi du lịch làm giá cả các loại hàng hóa cơ bản tăng hơn, thì thuế và mức độ cạnh tranh trong phân phối nguồn lợi cũng cao hơn, cũng như sự tham gia vào



các dự án cộng đồng giảm đi, nhưng ảnh hưởng tổng thể của du lịch đối với cộng đồng vẫn là tích cực.

**3.4.3. Một số nền văn hóa có thể tự điều chỉnh một cách tích cực trước những ảnh hưởng từ bên ngoài, trong khi các nền văn hóa khác lại không làm được.** Các nền văn hóa và các cộng đồng có lịch sử giao lưu với các nền văn hóa khác và tiếp xúc thường xuyên với các nhóm người bên ngoài đã tìm được cách tiếp nhận những điều mới mẻ vào cuộc sống của họ trong khi vẫn bảo vệ văn hóa riêng của mình, và ít gặp khó khăn đối với du lịch. Những nhóm ít tiếp xúc với bên ngoài gặp nhiều khó khăn hơn. Một ví dụ điển hình là năm 1770, thổ dân Australia chẳng hề quan tâm tới thuyền buồm Endeavor của thuyền trưởng Cook, vì không biết nó là cái gì và quá lạ lẫm để tiếp cận nó.

Các ảnh hưởng từ bên ngoài có thể làm thay đổi một số nền văn hóa trong một hoặc hai thế hệ. Những mô hình mới trong cơ cấu xã hội của một nền văn hóa, ví dụ phụ nữ làm việc ngoài hệ thống gia đình truyền thống, có thể làm giảm sự quan tâm tới các truyền thống văn hóa như ngôi kể chuyện. Với nhiều cơ hội việc làm mới, thanh niên có thể không còn muốn hoặc thấy cần học các kỹ năng truyền thống. Trong khi ở một vài trường hợp, mối quan tâm của du khách đối với nghệ thuật, âm nhạc và ngôn ngữ địa phương có thể kích thích sự phục hưng văn hóa, các nhà nghiên cứu thường thông báo về việc các nền văn hóa “xoay chiều” theo xu thế thị trường hàng hóa.

**3.4.4. Thị trường hóa văn hóa là sự bào mòn các tập quán văn hóa tới mức làm chúng mất hết ý nghĩa.** Trong bối cảnh du lịch, xu hướng này phát triển khi cư dân và những biểu tượng văn hóa của họ được coi như hàng hóa có thể mua bán hoặc thay đổi. Khi tình huống này xuất hiện, người ta bắt đầu biểu diễn chỉ để phục vụ du khách, vì thế các sự kiện có thể mất dần giá trị vốn được coi là biểu đạt về văn hoá và tinh thần. Để tự vệ, một số cộng đồng đã cố gắng hạn chế sự xâm nhập của du khách bằng cách không cho du khách tiếp cận với

các biểu đạt văn hoá riêng biệt và tổ chức các chương trình biểu diễn có tính chất “sân khấu chính thống” dành riêng cho du khách, kèm theo các giải thích phù hợp.

**3.4.5. Sự chấp nhận của cộng đồng đối với du lịch phụ thuộc nhiều vào mức độ đáp ứng các nhu cầu và ước vọng của cư dân địa phương của điểm du lịch và sự hòa nhập của họ vào ngành công nghiệp du lịch.** Thay đổi văn hóa mang tính tiêu cực có thể được giảm thiểu nếu cư dân địa phương có thể tham gia vào những hoạt động kinh doanh gắn với du lịch, và có vai trò trong việc ra quyết định về số lượng, loại và tần suất khách du lịch được tới cộng đồng. Tác động văn hóa và kinh tế giảm khi các nhóm cư dân địa phương có quyền tự quản đối với đất đai của họ và được lôi cuốn tham gia vào ngành công nghiệp du lịch.

Khả năng tiếp cận của cư dân địa phương với một địa điểm thu hút du lịch và việc họ nhận thấy nơi này mang lại những lợi ích kinh tế như tạo công ăn việc làm, hoặc thu nhập thêm cho kinh tế cộng đồng là những yếu tố khác góp phần thuyết phục sự chấp nhận của cộng đồng với phát triển du lịch. Tự do tiếp cận của cư dân địa phương thường được coi là một bước tích cực. Cư dân sẽ có xu hướng chống đối du lịch nếu họ nhận thấy các nhà quản lý khu du lịch dành khu vực riêng cho du khách nước ngoài hoặc khách từ nơi khác hơn là cho cộng đồng địa phương.

**3.4.6. Xung đột nảy sinh khi lợi ích kinh tế từ du lịch được phân chia không đều, nhất là khi nó đưa tới sự khác biệt lớn về mức độ giàu có.** Ở trung tâm dân cư và hành chính khu Vườn Quốc gia Taman của Malaysia, khoảng 60% người dân có việc làm trong lĩnh vực du lịch, thu nhập bằng lương cao hơn rất nhiều so với những người còn lại. Trong các làng lân cận, khoảng 70% cư dân sống bằng canh tác đất đai, và thu nhập của họ chỉ bằng khoảng 1/3 thu nhập của cư dân khu trung tâm. Du lịch tạo nên căng thẳng xã hội khi người địa phương không hài lòng với tiền tàu phà cao hơn và giá các mặt hàng sinh hoạt tăng; xung đột diễn ra khi việc sử dụng các

nguồn lợi trong vườn quốc gia như cá, hoa trái và mây song; việc săn bắn và bắt cá bất hợp pháp cũng tăng lên.

**3.4.7. Phân chia lợi ích kinh tế để hỗ trợ dân địa phương gặp khó khăn vì nhiều lý do.** Một nghiên cứu về các khu vực được bảo vệ có các chương trình du lịch cho thấy ít chương trình mang lại lợi ích đáng kể cho dân địa phương. Ngay cả ở những khu vực gặt hái nhiều thành công, cộng đồng sở tại cũng ít được hưởng lợi trực tiếp. Chẳng hạn, trong khi du khách tới Vườn Quốc gia Khao Yai ở Thái Lan hàng năm mang lại nguồn thu tới 5 triệu đô la, thì các cộng đồng xung quanh ít được hưởng số tiền này. Phát triển du lịch ở vùng Everest của Nepal có xu hướng tập trung dọc theo những dải đất hẹp nên khả năng phân bổ rộng rãi lợi ích kinh tế rất thấp. Nhiều nghiên cứu ở một số khu của Nepal cho thấy chỉ những người có chức quyền trong làng xã là được lợi từ du lịch.

**3.4.8. Phát triển kinh tế từ du lịch không đương nhiên dẫn tới sự tham gia của cộng đồng trong các hoạt động bảo toàn và bảo vệ.** Lý do là:

- Lợi ích kinh tế mà du lịch mang lại thường không đủ để kích thích cộng đồng địa phương hỗ trợ bảo toàn và bảo vệ di sản.
- Khó xây dựng các chiến lược tạo tinh thần làm chủ cho các chương trình bảo toàn phát triển kinh tế. Thường không có các cơ chế kích thích các hoạt động bảo toàn. Những nhà tài trợ thường cung cấp cơ sở hạ tầng, trường học, trạm xá, giếng nước, v.v. ở những nơi ngoài khu vực được bảo vệ mà không tham khảo hoặc lôi cuốn cộng đồng địa phương tham gia. Vì những sáng kiến này chỉ được coi là cho không, nên dân chúng ít cảm thấy phải có trách nhiệm bảo dưỡng chúng trong tương lai. Rõ ràng những việc làm trên không có tính bền vững.
- Mối liên hệ giữa lợi ích do du lịch mang lại và các hoạt động bảo toàn nhiều khi không rõ ràng hoặc không tồn tại. Để du lịch có thể thúc đẩy bảo toàn, cư dân địa

phương phải được hưởng lợi về kinh tế và thấy rõ mối quan hệ giữa lợi ích và nhu cầu bảo vệ nguồn lợi. Nếu lợi ích không nằm tại địa phương hoặc chỉ được phân bổ rất ít, thì sẽ khó có cơ hội cho mối liên hệ quan trọng này tồn tại. Một nghiên cứu về các hướng dẫn viên du lịch thiên nhiên ở Costa Rica và Mexico cho thấy mặc dù được đào tạo cơ bản về môi trường sống, nhưng người ta vẫn không thấy rõ mối liên hệ giữa việc đào tạo họ với sự tham gia của họ vào các nỗ lực bảo toàn của cộng đồng. Nghiên cứu này đi đến kết luận: cần phát hiện và tuyển dụng các hướng dẫn viên du lịch đã sẵn có mối quan tâm và kinh nghiệm trong các hoạt động bảo toàn tại cộng đồng.

**Trường hợp cụ thể: Vườn Quốc gia Komodo ở Indonesia**

*Tại Vườn Quốc gia Komodo ở Indonesia, nguyên tắc chủ đạo là các cộng đồng địa phương cần được ưu tiên trong thụ hưởng lợi ích do vườn mang lại. Cộng đồng địa phương tham gia vào các hoạt động du lịch, quản lý nguồn lực và các nỗ lực bảo vệ. Ở mức độ nào đó, cư dân cũng tham gia vào việc chuyên chở du khách, dịch vụ hướng dẫn và cung cấp nơi ăn nghỉ, trong khi nhiều người làm đồ thủ công mỹ nghệ và đồ lưu niệm, hoặc làm trong các nhà hàng.*

**3.5. Gợi ý và Khuyến nghị**

- Cần đánh giá tác động trong từng trường hợp cụ thể. Quan hệ tương tác trên nhiều vấn đề trong du lịch rất khó dự đoán vì có ít cách thức hoặc các mối quan hệ nhất quán nảy sinh. Chẳng hạn, tác động đối với động vật hoang dã và phản ứng của cộng đồng với du khách khác nhau tùy theo tình huống.
- Thực tế là các tác động có thể theo đường vòng cung và thay đổi theo từng nguồn lực càng khẳng định sự cần thiết phải có các chương trình giám sát để theo dõi các xu hướng thay đổi. Tìm ra nguyên nhân hoặc các nguyên nhân của vấn đề sẽ giúp cho các nhà quản lý có được các

thông tin cần thiết để lựa chọn những chỉ số theo dõi sự thay đổi trong từng thời kỳ.

- Phân bổ các hoạt động du lịch ở những khu vực mà nguồn tài nguyên vừa có sức đề kháng lẫn khả năng đàn hồi giúp hạn chế thiệt hại. Yếu tố đề kháng và đàn hồi có thể được miêu tả trong các thông tin thu được trong quá trình lập kế hoạch, như tính dễ tổn thương của một số loài vật hoang dã.

- Đánh giá mục tiêu và mục đích của khu di sản khi quyết định mức độ tác động cần kiểm soát sẽ ảnh hưởng tới các hoạt động du lịch. Chẳng hạn, những khu cư trú của động vật hoang dã được quản lý có thể giúp du khách quan sát chúng dễ hơn, nhưng lại không lợi cho các nghiên cứu khoa học. Nếu điều tra khoa học là một mục tiêu quản lý thì việc duy trì quần thể động vật hoang dã trong trạng thái tự nhiên sẽ được ưu tiên hơn là du lịch.

- Những tác động do du khách gây ra cần được phân tích theo cách thức sử dụng, loại du khách, lượng người trong mỗi nhóm, tần suất sử dụng và cách thức du lịch. Qua phân tích này, có thể làm cho tác động của du khách và hoạt động của họ phù hợp với điều kiện ở những khu vực có vấn đề.

- Sự ổn định và cơ cấu của cộng đồng ảnh hưởng mạnh tới khả năng đàn hồi của cộng đồng đó. Các yếu tố chủ yếu cần phân tích bao gồm khả năng lập kế hoạch và xu hướng việc làm của cộng đồng, ví dụ thuê mướn ai, để làm việc gì, lương bổng ra sao và vào những tháng nào? Cần có đánh giá ban đầu về việc cộng đồng có thể đóng góp hoặc tác động tới du lịch như thế nào. Các cộng đồng địa phương cần có thời gian để quyết định hướng đi của mình.

- Xác định các hoạt động có sử dụng các nguồn tài nguyên và kỹ năng hiện có sẽ góp phần phát huy tối đa lợi ích kinh tế tiềm tàng của phát triển du lịch đối với cộng đồng địa phương. Có thể xem xét các dự án cộng đồng như hợp tác xây dựng khách sạn nhỏ, nhưng phải có kế hoạch chu đáo và sự hỗ trợ cần thiết. Cần lưu ý xem liệu một số hoạt động du lịch có tạo ra

sự khác biệt lớn về lương cho người địa phương hay không. Nếu có thì không nên khuyến khích những hoạt động loại này.

- Việc xác định xem thu nhập từ du lịch được phân chia như thế nào, liệu phần lớn thu nhập sẽ vào tay một số cá nhân và gia đình, hay khoản thu này được phân bổ rộng rãi bằng việc mua các hàng hóa địa phương hoặc dưới hình thức lương, sẽ cho thấy tác động kinh tế của các cơ hội du lịch. Việc đánh giá đối với phân chia thu nhập cần tính đến việc các dự án du lịch tương tác thế nào với các cơ hội kinh tế khác trong gia đình và cộng đồng, vì đối với một số đối tượng, ngay cả nguồn thu khiêm tốn nhất từ du lịch cũng có thể là quan trọng.

- Điều được thừa nhận rộng rãi là cần hiểu sâu về văn hóa địa phương, chẳng hạn cách thức tổ chức lễ hội, cách rút khỏi hoặc tìm kiếm giải pháp riêng trong quá trình lập kế hoạch và quản lý các chương trình du lịch. Một số nền văn hóa đặc biệt dễ bị tổn thương trước những tác động nghịch của du lịch. Để du lịch góp phần bảo vệ chứ không đe dọa di sản của địa phương, các nhà quản lý có thể không nghiên cứu nhiều việc du khách thích tìm hiểu cái gì ở cộng đồng mà cần phải tìm hiểu xem người dân ở đó tự nguyện bộc bạch những gì về chính họ.

### **Gợi ý hoạt động.**

#### *1. Lập danh mục những tác động và các mối đe dọa tại khu di sản theo trật tự ưu tiên*

- sử dụng những tiêu đề chính của chương này để dự thảo danh mục các tác động/các vấn đề.

- xác định xem các tác động có liên quan đến du lịch hay không; sử dụng ý kiến tư vấn của các nhân viên làm việc tại khu di sản, hướng dẫn viên du lịch người địa phương, những người đứng đầu cộng đồng, chủ khách sạn và các hãng tổ chức tour

- xác định các nhóm liên quan đến những tác động này.

2. Kiểm tra mối quan hệ nhân-quả của những tác động đã được xác định.

- nghiên cứu chi tiết để xác định những yếu tố nguyên nhân và mô tả những kết quả dài hạn.
- xác định xem những tác động khác nhau có tương tác với nhau hay không và bằng cách nào?
- xác định xem việc giảm nhẹ một tác động này có ảnh hưởng tích cực tới các tác động khác hay không

3. Sắp xếp các tác động theo trật tự và lên danh mục sơ bộ những việc cần làm để giảm nhẹ chúng.

- yêu cầu nhân viên tại khu di sản sắp xếp các tác động ưu tiên theo cảm nhận của họ.
- xây dựng bản đối chiếu so sánh toàn bộ tác động để thấy tầm quan trọng tương đối của chúng.
- xây dựng bản mô tả khái quát các tác động, các hoạt động hiện đang tiến hành và cùng hội đồng tư vấn rà soát lại bản mô tả này.

#### Sách cần tham khảo

- **Brandon, Katrin.** *Du lịch sinh thái và Bảo toàn: Nghiên cứu tổng quát các vấn đề quan trọng.* Tham luận 33, Vụ Môi trường toàn cầu, WB, 1996.
- **Cole, David N. và G.S. Schreiner.** *Tác động của Giải trí ở vùng thôn dã: Quản lý và Phục hồi khu di sản, Thư mục cần đọc.* Báo cáo tổng hợp về kỹ thuật INT số 121, Bộ Dịch vụ Lâm Ngư nghiệp và Thú điền rừng của Mỹ, Oden, Utar 8401, 9/1981.
- **DeKadt E.** *Du lịch: Hộ chiếu đi tới Phát triển?* New York, NXB Đại học Oxford, 1976.
- **Hammit, William E. và David N. Cole, Wildland.** *Giải trí, Môi sinh và Quản lý.* NXB John Wiley & Các con, tái bản có sửa chữa, 1/1999.
- **Knight, Richard L, và Kevin J. Gutzwiller (biên soạn).** *Cuộc sống hoang dã và Các nhà giải trí: Cùng tồn tại thông qua quản lý và nghiên cứu.* NXB Island, Washington DC, 1995.

- **Marion, Jeffrey L. và Tracy A. Farrell.** “Quản lý du lịch sinh thái trong khu vực được bảo vệ” trong “*Du lịch sinh thái: Tài liệu hướng dẫn Các nhà kế hoạch và Quản lý*”, tập 2. Hội Du lịch sinh thái, 1999.

- **Mieczkowski, Zbigniew.** *Các vấn đề môi trường của Du lịch và Giải trí*, trang 3, UPA Inc 4729 Boston Way, Laham, Maryland 20706, 1995.

- **Mill, Robert Christie.** “Các yếu tố thành công chủ yếu trong Du lịch Cộng đồng” trong “*Văn bản Hội nghị thường niên lần thứ 26*”, Hội nghiên cứu Du lịch Lữ hành, 9/1995.

- **Pearce, Moscardo và Ross.** *Quan hệ Nhân học-Du lịch*, Elsevier Service Ltd, 1996.

- **Smith, V.L. (biên soạn).** *Chủ và Khách: Nhân loại học Du lịch (tái bản lần 2)* Philadelphia, NXB Đại học Pennsylvania, 1989.

- **Người đưa tin UNESCO**, số 8 tháng 7/8 1999, OPI 99-584, UNESCO, Paris, Pháp.

- **Wells, Michael P.** *Viễn cảnh Kinh tế của Du lịch Thiên nhiên, Bảo toàn và Phát triển*, tham luận số 55, Vụ Môi trường, WB.



# 4

## **Thu hút những người có lợi ích: Lợi ích và sự thách thức từ sự tham gia của công chúng**



*Memphis and its Necropolis - the Pyramid Fields from the Giza to Dahshur, Egypt*

© Patrick Werquin

Bất cứ chương trình du lịch bền vững nào cũng cần sự tham gia của những người có lợi ích, hoặc các bên quan tâm như các cơ quan chính phủ, các tổ chức bảo toàn, các NGO, các nhà kinh doanh bất động sản và các cộng đồng địa phương. Sự tham gia của họ trong quá trình lên kế hoạch và quản lý có tầm quan trọng rất lớn. Vấn đề công chúng tham gia vào các hoạt động liên quan tới du lịch chính là cơ sở cho việc lên một danh mục những việc các nhà quản lý cần làm nếu muốn tránh những xung đột không cần thiết. Hiểu rõ những vấn đề này là điều tiên quyết đối với sự tham gia hữu hiệu của công chúng, đặc biệt là khi chuẩn bị các cuộc gặp với những người có lợi ích và thành lập các hội đồng tư vấn về du lịch.

#### **4.1. Tại sao cần thu hút những người có lợi ích trong việc lên kế hoạch và quản lý?**

**4.1.1. Thu hút sự tham gia của những người có lợi ích tiết kiệm được thời gian và tiền của.** Xung đột giữa cộng đồng và những người phụ trách bảo toàn di sản cho thấy, nếu chỉ dựa vào việc thực thi pháp luật thì kém thực tế và tốn kém hơn là thu hút ngay từ đầu các nhóm có lợi ích. Kinh nghiệm từ lâu trong quản lý di sản thế giới cho thấy các dự án trong đó đầu vào của địa phương mà hạn chế thì thường ít hiệu quả và rất cuộc là tốn kém hơn.

**4.1.2. Việc không hiểu quan điểm của những người có lợi ích có thể làm chậm hoặc ngưng trệ dự án.** Có rất nhiều ví dụ về việc các dự án bị ngưng trệ vì thiếu sự liên hệ có hiệu quả với những người có lợi ích. Việc xây dựng trung tâm văn hóa ở đảo Truk vùng Nam Thái Bình Dương trì trệ vì các quan chức dự án không tham khảo ý kiến vị toàn quyền. Giả như làm được điều đó, họ sẽ phát hiện được sự xung đột giữa toàn quyền và một vị lãnh đạo địa phương, nơi dự án dự kiến được thực hiện. Những nỗ lực quá nhanh về quản lý các hệ sinh thái ở Vườn Quốc gia Yellowstone của Mỹ cũng bị chậm vì ban quản lý bắt đầu lên kế hoạch khu vực tổng thể trước khi thống nhất với những người có lợi ích.

Rút kinh nghiệm từ những vấn đề đã gặp, nhiều khu di sản hiện dành lượng thời gian đáng kể để họp với các nhóm có lợi ích quan trọng, yêu cầu họ nói rõ quan điểm và xác định các vấn đề để cùng xem xét. Qua trao đổi và phối hợp, ban quản lý khu di sản biết được nhiều quan điểm khác nhau của những người có lợi ích về những hoạt động và những vấn đề du lịch có thể gây tác động tới khu di sản.

**4.1.3. Những người có lợi ích có thể cho các nhà quản lý biết những khác biệt văn hóa địa phương để bị hiểu lầm.** Những giá trị tôn giáo hoặc văn hóa có tầm quan trọng rất lớn đối với cộng đồng và thường không dễ nhận ra nếu người địa phương không được tham gia vào quá trình lên kế hoạch và quản lý. Chẳng hạn, trong khi nhân viên khu di sản có thể có lý khi coi một số thung lũng, thành tạo đá hoặc các di chỉ khảo cổ là tài nguyên thiên nhiên hoặc tài nguyên nhân loại, thì những khu này có thể lại là thiêng liêng đối với cộng đồng địa phương. Làm rào chắn, xây đường đi cùng các cấu trúc khác ở những khu như vậy dễ khiến người địa phương phật lòng và làm tổn thương đến giá trị văn hóa của khu di sản. Nếu không có những dữ liệu về địa phương, có thể không ai để ý tới những giá trị như vậy và chính việc đó đã gieo mầm xung đột trong tương lai.

Ở khu Di sản thế giới Great Zimbabwe của Zimbabwe, việc xây dựng một bảo tàng sống để thu hút thêm du khách đã vấp phải sự thờ ơ và bị chỉ trích. Dân địa phương cho rằng bảo tàng này trình bày sai khu di sản, không thích hợp, hạ thấp tầm quan trọng lịch sử và văn hóa xuống tới mức chỉ còn là một thú thu hút không liên quan đến bản sắc thực của cộng đồng. Vì bảo tàng trưng bày một lối sống rất giống với lối sống của người Zimbabwe bình thường cho nên cư dân địa phương chẳng mấy ai quan tâm tới làng xã đó.

**4.1.4. Những người có lợi ích giúp xác định các khu vực có vấn đề mà các chuyên gia có thể đã bỏ qua.** Khi xem xét các điều kiện của địa phương, không phải lúc nào các chuyên gia cũng đánh giá hết được quan niệm, sở thích hoặc

những ưu tiên của cộng đồng. Chẳng hạn, *Đánh giá sự tham gia của công chúng tại các vùng nông thôn (PRAs)* tiến hành ở Uchali, một khu di sản của Pakistan trong danh sách khu đầm lầy cần bảo vệ và được quản lý như là một khu bảo tồn các loài chim nước, cho thấy sự khác biệt giữa quan điểm của địa phương với những nhận định của chuyên gia. Các chuyên gia cho rằng đầm hồ trong khu vực này là đặc trưng địa lý có từ rất lâu. Thế nhưng dân địa phương lại cho biết đầm hồ của họ mới xuất hiện khoảng 50 năm trước do lượng mưa tăng, nước nhấn chìm vùng đất nông nghiệp tốt nhất của họ từ nhiều thế kỷ nay. Họ tin rằng người ta đã phớt lờ quyền sở hữu đất đai của họ khi tiến hành các dự án nhằm bảo toàn vùng đầm lầy.

Một sai lầm khác cũng xảy ra khi quan điểm của các chuyên gia thiên về những lợi ích hạn hẹp. Trong dự án khu đầm lầy ở Pakistan, các nhà khoa học có xu hướng tập trung vào các loài chim nước đặc biệt được quốc tế quan tâm bảo vệ cùng với vùng cư trú đầm lầy của chúng. Dân làng thì lại có cách nhìn nhận rộng hơn về hệ sinh thái tạo ra mối liên kết giữa rừng, lưu vực hồ, lịch sử sử dụng đất trong khu vực và phương kế sinh nhai của họ. Rồi cả những hiện tượng phức tạp khác như phương thức di cư của các loài chim, những thay đổi trong chất lượng nước, tỷ lệ sa bồi và mức nước ngầm mà họ theo dõi và hiểu rất rõ. Giá như người ta quan tâm tới bức tranh toàn cảnh, thì chắc chắn đã thiết lập được sự hợp tác có hiệu quả hơn.

**4.1.5. Những người có lợi ích có thể cung cấp những dữ liệu hữu ích liên quan đến những điều kiện được mong muốn tại khu di sản.** Quản lý du khách một cách hiệu quả bao gồm việc xác lập những giới hạn cần thương thảo với những người có lợi ích. Thông qua những ban hoặc hội đồng tư vấn du lịch, những người có lợi ích có thể giúp các nhà quản lý xác lập những điều kiện đối với du khách và những tiêu chuẩn có thể định lượng cho việc quản lý vấn đề và hạn chế tác động. Kinh nghiệm cho thấy dữ liệu mà họ cung cấp là hết sức quan trọng trong việc xây dựng các chính sách và mục tiêu quản lý

thực tiễn sẽ được ủng hộ lâu dài. Ví dụ, cộng đồng cần được khuyến khích tham gia vào việc quyết định họ muốn tiếp đón loại du khách nào, số lượng bao nhiêu, và/hoặc những khu vực nào cần cấm du khách tới.

## 4.2. Những thách thức trong việc hợp tác giữa những người có lợi ích và sự tham gia của công chúng

**4.2.1. Xây dựng một ý tưởng rõ ràng về các nhóm có lợi ích khác nhau có thể là việc khó khăn.** Làm sáng tỏ đặc tính và cơ cấu của các nhóm này có thể tốn nhiều thời gian và kết quả không mấy rõ ràng. Ví dụ, các đại lý khác nhau có thể tham gia vào việc quản lý khu di sản với những mục tiêu và mục đích khác nhau. Trong nhiều trường hợp, một số đại lý nắm quyền kiểm soát nhiều lĩnh vực khác nhau của một khu Di sản thế giới được bảo vệ, trong đó mỗi đại lý lại có một chiến lược quản lý riêng của mình. Trong khi cùng chia sẻ nguồn tài nguyên chung là các di sản, chiến lược quản lý du khách và lối xử lý ở mỗi khu vực lại khác nhau.

### Tham gia quản lý ở Patan, Nepal

*Tham gia quản lý có thể thúc đẩy quan hệ tốt hơn giữa khu di sản với cộng đồng địa phương. Ngoài ra, các nguồn tài nguyên cũng được quản lý hiệu quả hơn về mặt chi phí. Bảo vệ lâu dài di sản có thể đòi hỏi phải có những thay đổi lớn trong thái độ của cán bộ khu di sản và tất cả những người có cùng lợi ích.*

*Để tìm ra những gì người địa phương thực sự muốn và cần, các nhà quản lý một dự án phát triển của Đức ở Patan thuộc vùng Thung lũng Kathmandu của Nepal bắt đầu tổ chức thanh niên thành các nhóm tự quản trong các hoạt động của cộng đồng. Những người này cho biết họ mong muốn được học tiếng Anh. Thế là các tổ chức cơ sở được xây dựng theo hình thức các nhóm học tiếng Anh. Chẳng bao lâu sau, các nhóm này trở nên tích cực trong các vấn đề phát triển cộng đồng và các nỗ lực của họ đã thúc đẩy những người khác tham gia vào các hoạt động của cộng đồng, như xây dựng các phương tiện giữ gìn vệ sinh và nhà vệ*



*sinh công cộng. Khi sự tham gia của cộng đồng tăng lên, các nhà doanh nghiệp địa phương và lãnh đạo chính quyền càng mong đợi du lịch giúp tạo cơ hội phát triển kinh tế và trang trải cho các nỗ lực bảo tồn tôn tạo. Hiểu được điều đó, họ đã thành lập Tổ chức Phát triển Du lịch Patan để giúp thu hút du khách tới cộng đồng.*

**4.2.2. Thảo luận cởi mở có thể bị coi là mối đe dọa đối với quyền lực và quyền kiểm soát của ai đó.** Một số người có lợi ích không sẵn sàng ủng hộ sự tham gia rộng hơn, nhất là khi nó bị coi là đe dọa quyền lực của họ. Ví dụ, các nhà quản lý có thể chấp nhận chính sách cởi mở và giữ cầu liên hệ, nhưng có thể lại chống việc cung cấp toàn bộ thông tin thích hợp cho các nhóm khác nhau. Kết cục là việc này tạo nên bầu không khí thiếu tin cậy, hạn chế khả năng của các nhà quản lý giải quyết các vấn đề với công chúng.

**4.2.3. Những người phê phán lớn tiếng nhất có thể chi phối quá trình tham gia.** Nhiều người coi sự tham gia của công chúng như một phương tiện tác động tới chính sách và quyết định. Các cuộc điều trần trước công chúng có thể biến thành diễn đàn trong đó những người lớn tiếng nhất có thể chi phối các cuộc thảo luận, không để người khác có cơ hội tham gia. Việc này có thể xảy ra nếu một nhóm vận động hành lang có tổ chức có nhiều đại diện tham gia. Một số người với những quan tâm chính đáng có thể bị ngợp trong một phòng họp rộng và sợ không dám phát biểu. Những nơi họp khác như các trung tâm của cộng đồng có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi ý kiến thoải mái hơn, và khuyến khích sự tương giao cân bằng giữa những người có cùng lợi ích.

**4.2.4. Rất nhiều người có thể bị bỏ rơi vì họ không lớn tiếng như những người khác.** Bất cứ vấn đề nào thu hút sự quan tâm của công chúng đều trở thành vấn đề được tranh cãi nhiều. Trong khi hầu hết mọi người phát biểu ý kiến, nhiều người lại cho rằng vấn đề cũng chẳng có gì lớn. Nhiều khả năng đa số này sẽ bị bỏ rơi. Người ta có thể nghĩ rằng họ là những người dễ bị tác động nhất vì họ không mấy

quan tâm và có lẽ cũng không có thông tin đầy đủ. Tuy nhiên, không được đánh giá thấp khả năng một sự kiện nào đó thu hút được sự chú ý của đa số ít quan tâm này. Nghiên cứu những nhóm người này là điều quan trọng để bảo đảm sự ủng hộ lâu dài của công chúng.

**4.2.5. Các cơ cấu theo tôn ti trật tự có thể cản trở việc những người có lợi ích tham gia vào quá trình ra quyết định.** Trong nhiều xã hội, cơ cấu chính thức của các thể chế và tổ chức cũng như những chuẩn mực văn hóa có thể làm cho việc kêu gọi ý kiến của các nhóm trở nên khó khăn, làm cho những người có lợi ích không thể tham gia các cuộc gặp chính thức. Một số tổ chức có quyền lực có thể chi phối, lấn át những người có lợi ích khác và cản trở hợp tác. Ở một số nước, chính phủ trực tiếp tham gia vào việc kinh doanh du lịch, vận hành nó như là các hãng tổ chức tour du lịch cũng như vào việc hoạch định chính sách, một việc có thể dẫn tới sự mất cân đối trong các đóng góp của những người có lợi ích.

**4.2.6. Việc để công chúng tham gia nhiều khi chỉ là hình thức xoa dịu hơn là thúc đẩy sự tham gia của những người có lợi ích.** Tạo cơ hội cho các cộng đồng địa phương tham gia sẽ làm công chúng thêm hy vọng vào việc các gợi ý của họ sẽ được chấp nhận. Chính phủ có thể tìm cách gợi ý một lựa chọn nào đó bằng cách chỉ đại diện cho một ý kiến, hoặc bằng cách đưa ra một loạt lựa chọn trong đó chỉ có một cái là hợp lô gích. Các quyết định có thể đã được quyết trước khi có sự tham gia của công chúng; bất cứ thay đổi nào cũng có thể chỉ là nhỏ nhặt với những tác động tương đối nhỏ. Trước khi bắt đầu việc lên kế hoạch tham gia, những người đề xướng phải sẵn sàng thay đổi các kế hoạch ban đầu theo những ý kiến đóng góp nhận được.

**4.2.7. Quá nhấn mạnh vào việc lôi cuốn sự tham gia của các nhóm có thể đưa tới việc không thấy được những tác động nhất định đối với các nguồn tài nguyên.** Các nhà quản lý phải hiểu những người có lợi ích nhận thức như thế nào về các tác động và xác định được mức độ chấp nhận

đến đâu. Tuy nhiên, nhiều nhóm có lợi ích lại ít hiểu biết về các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên, và có thể không biết những tác động tiêu cực tiềm ẩn. Du khách thích ứng với các điều kiện môi trường ngày càng xuống cấp, chấp nhận nó như một kết quả tất yếu của việc lượng du khách ngày càng tăng. Những du khách không hài lòng với việc xuống cấp ấy có thể sẽ không trở lại, nhưng những cuộc thăm dò và các nỗ lực thu hút sự tham gia của công chúng không nắm bắt được điều đó. Các nhóm có lợi ích khác có thể chỉ lo về các khía cạnh kinh tế và điều này sẽ lấn lướt mong muốn bảo vệ tài nguyên. Vì vậy, mặc dù sự tham gia của công chúng là cần thiết, nhưng dựa quá nhiều vào nó có thể dẫn tới tình trạng chẳng có hành động gì và sự xuống cấp của khu di sản theo thời gian. Với việc các nguồn tài nguyên giảm đi trong khi nhu cầu giải trí và thu hút du khách tăng lên, chính các nhà quản lý là người cuối cùng sẽ phải quyết định thông số về số lượng và loại hoạt động du lịch có thể chấp nhận được.

### 4.3. Các yếu tố thúc đẩy tham gia và trao đổi có hiệu quả

**4.3.1. Sự tin cậy nâng cao lòng mong muốn tham gia của các nhóm. Lòng tin là nhân tố cốt yếu bảo đảm sự tham gia có hiệu quả của công chúng.** Xây dựng lòng tin và lòng mong muốn tham gia phụ thuộc vào một số yếu tố.

Quan hệ qua lại tích cực ngay từ giai đoạn đầu sẽ xây đắp sự tin cậy. Chẳng hạn, kinh nghiệm (làm việc) với một cơ quan chính quyền ảnh hưởng tới khả năng thúc đẩy tham gia. Xây dựng lại mối quan hệ giữa nhà chức trách phụ trách bảo toàn và dân chúng địa phương sau một thời gian dài không chế và loại trừ có thể là công việc khó khăn. H.S. Panwar, cán bộ giảng dạy Viện Muông thú rừng Ấn Độ tại Dehra Dun cho rằng những tiêu chuẩn chính bảo đảm thành công trong các dự án phát triển môi sinh là đã xây dựng được lòng tin và thu hút được sự tham gia đầy đủ của dân địa phương trong quá trình vạch kế hoạch và thực hiện.

Tôn trọng cam kết sẽ xây đắp lòng tin. Vườn quốc gia Amboseli của Kenya, Vườn quốc gia La Amistad của Costa Rica và Panama, và Vườn quốc gia Yellowstone của Mỹ đều đã từng có vấn đề với cộng đồng địa phương sau khi buộc phải thay đổi chính sách vì nguồn ngân sách bị cắt giảm. Ở Amboseli, việc thiếu ngân sách duy trì hệ thống máy bơm trong các trạm bơm nước đã gây đổ vỡ lòng tin vào các quan chức vườn quốc gia và ảnh hưởng tới nhu cầu của những người chăn nuôi gia súc ở Maasai. Ở La Amistad và Yellowstone, việc cắt giảm biên chế và ngân sách đã gây ra nhiều hậu quả tài chính cho các cộng đồng địa phương.

Những hành động tỏ sự công bằng, chẳng hạn chia sẻ thông tin một cách bình đẳng giữa những người có lợi ích sẽ thúc đẩy lòng tin. Ngay từ khi thai nghén, Dự án Dải san hô Lớn (Great Barrier Reef) hoạt động trên cơ sở thông tin khoa học đã đều đặn cung cấp bản đồ, dữ liệu và chuẩn bị công phu thông tin cho công chúng.

Xây dựng lòng tin cần có thời gian. Nhiều chuyên gia đồng ý rằng cần phải có nhiều thời gian và phải nỗ lực nhiều hơn để thực hiện các chương trình nghị sự khác nhau của các nhóm có lợi ích khác nhau. Một nhà nghiên cứu đã viết, “Xây dựng lòng tin cần có thời gian. Lịch sử các sáng kiến phát triển nông thôn đầy rẫy những ví dụ cho thấy thời gian để xây dựng lòng tin là một phương sách được sử dụng tốt để mang lại các kết quả chính sách tích cực”.

Một hình ảnh không thiên vị sẽ giúp xây dựng lòng tin với những người có lợi ích. Khi xuất hiện một vấn đề đặc biệt tại khu di sản, nhà quản lý vốn được coi là quan chức chính phủ cần khôn khéo đề nghị một người địa phương có uy tín giải thích vấn đề cho công chúng. Nếu có thời gian và tài chính, các thông tin khoa học đáng tin cậy có thể là bằng chứng không thiên vị nhằm nâng cao hiểu biết của công chúng về một vấn đề nào đó và thay đổi suy nghĩ của mọi người. Các quan chức ở Vườn quốc gia Yellowstone đã cung cấp những thông tin khoa học phù hợp, được coi là trung lập hơn, trong tờ báo hàng ngày để tư vấn cho

công chúng về dự án đưa loài sói trở lại vườn quốc gia.

**4.3.2. Một cách tiếp cận tập thể sẽ khuyến khích công chúng tham gia.** Quá trình kêu gọi tham gia và hợp tác cho thấy dễ đi tới đồng thuận hơn là phương pháp truyền thống chỉ do các nhà hoạch định kế hoạch lão luyện vạch ra. Công việc ở các dự án mở rộng cộng đồng cho thấy khi các phương pháp tham gia tập thể được sử dụng, quan hệ cộng đồng có nhiều tiến bộ hơn. Các chuyên gia cho biết là trong một chu kỳ dự án không có thời điểm nào được xem là quá sớm để khởi đầu việc thu hút sự tham gia của công chúng.

*Phương pháp cùng tham gia có nhiều cái lợi:*

- Trong khi những vấn đề như quyền lực và quyền kiểm soát sẽ không biến mất thì một số cá nhân sẽ luôn bị người khác lôi cuốn theo lập trường của họ. Quá trình tham gia sẽ tăng cường mối liên hệ qua lại, bộc lộ cả điểm đồng thuận cùng những khác biệt giữa các nhóm. Việc này sẽ làm lập trường mang tính bảo thủ đổ vỡ và thường dẫn đến sự thỏa hiệp.

### **Xây dựng đồng thuận**

Sách báo viết về hòa giải nói rằng xung đột thường được giải quyết êm thấm nhất khi những người không thông thạo lắm các vấn đề kỹ thuật lại chỉ đạo quá trình ra quyết định. Khi các nhóm tham gia đưa ra những luận cứ kỹ thuật để hỗ trợ cho lập trường của họ, thì người hòa giải cần tìm kiếm thỏa thuận về các vấn đề kỹ thuật trước khi phát triển các lựa chọn chính sách. Với các phiên họp hỗn hợp mà người tham gia có thể thông thạo hoặc không biết kỹ thuật, thì người điều hành thay mặt tất cả những người tham gia cần phải hiểu và tìm cách làm rõ tất cả các ngôn từ kỹ thuật.

Hòa giải là một quá trình trong đó một người hoặc nhiều người không thuộc phe nhóm tranh chấp nào đứng ra giúp giải quyết những bất đồng thông qua thương lượng. Đó là một quá trình tế nhị rất có khả năng cho kết quả ngược lại; trong quá trình đó, người hòa giải cố gắng tách bạch

*lập trường khỏi lợi ích, và tránh gây cảm giác thiên vị nhóm này thay vì nhóm kia.*

Hợp tác có tầm quan trọng then chốt trong xây dựng lòng tin giữa những người có lợi ích. Các nghiên cứu cho thấy nhiều khả năng là người nào đã tham gia vào quyết định của nhóm thì sẽ thực hiện quyết định đó. Một chuyên gia mô tả đồng thuận như sau, “Tất cả chúng ta đều có thể sống với X như một giải pháp cho một vấn đề nào đó, và tất cả chúng ta đồng ý làm bất cứ điều gì X yêu cầu chúng ta làm”. Sau đây là một vài lời khuyên nhằm đạt được đồng thuận:

- thẳng thắn và trung thực khi diễn đạt ý kiến.
- tránh vội vã đánh giá các ý kiến.
- sẵn sàng thỏa hiệp.
- xem xét các quyết định và các vấn đề một cách hệ thống.
- thỏa thuận ngay từ đầu vấn đề gì sẽ được đề cập và nói rõ mục đích của mình.

*Một trong những kỹ thuật xây dựng đồng thuận hữu ích và được nhiều người biết nhất là nêu ý kiến bàn bạc, sau đó chốt lại ý kiến đã trao đổi (xem phần dưới).*

*Kỹ thuật này gồm sáu bước:*

- Chuẩn bị cuộc gặp.
- Xác định phương pháp thảo luận tập thể cần sử dụng
- Khởi động phát biểu.
- Sàng lọc ý kiến.
- Chọn lựa ý kiến sau khi đã được sàng lọc.
- Tóm tắt, kết luận.

Thảo luận tập thể gồm hai phương pháp cơ bản là tự do phát biểu trên tất cả các vấn đề và lần lượt theo từng chủ đề. Theo phương pháp tự do phát biểu, các nhóm sẽ cứ trình bày không gò bó và trao đổi ý kiến; những ý kiến này sẽ được ghi âm lại đầy đủ. Phương pháp lần lượt theo chủ đề chặt chẽ hơn; người chủ trì đề nghị các thành viên trong nhóm góp ý cụ thể vào những vấn đề đang thảo luận. Phương pháp này thường hay được sử dụng với các nhóm kiệm lời.

Việc thảo luận tập thể cố gắng khởi động càng nhiều ý kiến càng tốt và có thể kết thúc khi:

- Mọi người đều đã có cơ hội tham gia.

- Không còn ý kiến nào thêm.
- Chủ tọa gạn hỏi lần cuối.
- Chủ tọa cảm ơn các thành viên đã dành thời gian dự và đóng góp ý kiến.

Sau đó, các ý kiến sẽ được tổng hợp và sàng lọc theo những tiêu chí mà nhóm đặt ra, như liên quan đến chi phí và giới hạn thời gian để chiếu lên màn hình. Những người được gợi ý để xác định các tiêu chí sàng lọc như chi phí, các yếu tố thời gian, mức độ sẵn sàng của các nguồn lực cần thiết, những cân nhắc về mặt tư duy và mức độ chấp nhận về mặt quản lý và đối với những người có lợi ích khác.

Việc sàng lọc cho phép rà lại toàn bộ các ý kiến, loại bỏ những cái không đúng yêu cầu.

Bước cuối cùng trong quá trình này là đánh giá lại những ý kiến đã qua quá trình sàng lọc, và xem xét từng ý kiến để biết chắc là toàn bộ thành viên trong nhóm đều đồng ý. Nhóm cũng cần chọn ra một thành viên để chuyển các thông tin này tới các nhóm khác hoặc những người có lợi ích khác.

- Bằng chứng cho thấy mọi người thường miễn cưỡng không muốn tiết lộ những khó khăn trong quá khứ. Những kênh giao tiếp không chính thức như các chuyến khảo sát có thể giúp họ bộc lộ mối quan tâm và quan ngại của mình. Những báo cáo của chương trình Đối tác Du lịch bắc Pennines của Anh cho thấy các cuộc giao tiếp không chính thức như vậy góp phần giải quyết những vấn đề giữa các nhóm khác nhau.
- Sự tham gia của công chúng có khuynh hướng tăng theo hướng hợp tác thực hiện. Như một nhà nghiên cứu đã chỉ rõ, những hiểu lầm giữa các nhóm chính là nguyên nhân chính của nhiều khó khăn về mặt xã hội chứ không phải vì thiếu thông tin.

#### 4.4. Cách thức hợp tác và liên hệ có hiệu quả

##### 4.4.1 Các kỹ thuật tham gia như kiểu Đánh giá sự tham gia của công chúng tại các vùng nông thôn (PRAs) cho phép

*người địa phương mô tả môi trường của họ.* PRAs có thể tạo điều kiện dễ dàng cho việc trao đổi thông tin không chính thức giữa các quan chức chính quyền địa phương, nhân viên NGO và dân chúng địa phương. Các phương pháp này tỏ ra có khả năng khắc phục những vấn đề về nghe và lập định một đánh giá chính xác các mối quan tâm của những người có lợi ích. Các cách này giúp hoạch định rõ những tài nguyên của địa phương, cách họ kiếm sống, xu hướng sử dụng tài nguyên, chi phí ở địa phương và lợi ích của việc bảo toàn và bảo vệ di sản. Đây là những phương pháp thực tế khuyến khích người địa phương tham gia, tạo ra mối thông giao và đánh giá chính xác hơn về những mối quan tâm của địa phương. Lợi ích của những phương pháp này đã được chứng minh trong nhiều khu vực trên thế giới, đặc biệt ở Pakistan và Ấn Độ. Các cách thu hút mọi người tham gia, bao gồm cả PRAs, có thể được sử dụng cho các khu di sản thiên nhiên và văn hóa.

##### Kỹ thuật lập bản đồ môi trường sống do dân chúng tham gia

Cách này là cốt lõi của PRAs. Nó gồm nhiều việc như yêu cầu người địa phương lập bản đồ khu vực một cách hiện thực. Việc này bắt đầu bằng một câu hỏi gợi ý như, “Ông/bà có thể lập bản đồ làng mình được không?”. Sử dụng các vật liệu địa phương như gậy, đá, cỏ, gỗ, vỏ thuốc lá, hoặc phấn màu do nhân viên dự án cung cấp, những người tham gia lập bản đồ làng xã của họ; việc này thường thúc đẩy sự thảo luận về độ chính xác của bản vẽ. Vì đây là quá trình lôi cuốn công chúng tham gia, và mọi thông tin đều luôn hiện hữu ngay trước mắt mọi người, nên kỹ thuật này tránh được những cái bẫy của một cuộc phỏng vấn thông thường, trong đó một người độc thoại suốt quá trình thảo luận.

Việc lập bản đồ cần tiến hành trong không khí nhẹ nhàng, thoải mái. Nhân viên dự án có thể bắt đầu với một nét vẽ đơn giản, rõ

ràng, chẳng hạn một con đường hoặc con sông chính của làng, hoặc làng bên cạnh, sau đó đưa gậy cho người địa phương vẽ tiếp. Việc này thường được coi là một hành động mang tính tượng trưng quan trọng. Sau khi vẽ xong bản đồ, những câu hỏi gợi mở khác sẽ khuyến khích trao đổi. Ví dụ, “Toàn bộ vùng này giống nhau hay có sự khác biệt?”, “Có gì quan trọng cần đưa thêm vào trong bản đồ nữa không?”, “Tôi có quên điều gì không?”. Những câu hỏi loại này cần phải bảo đảm tính trung lập. Những người tham gia được yêu cầu thêm các chi tiết vào bản đồ. Nhân viên dự án xin phép được chép lại bản đồ vào sổ tay, giải thích tại sao làm như vậy, rồi thảo luận những việc tiếp theo. Một cách khác là phân phối các máy ảnh tự động cho các thành viên của cộng đồng, chỉ dẫn cách sử dụng và yêu cầu họ chụp ảnh trong vòng vài ngày tới, những đặc điểm và cảnh quan mà họ tin là du khách có thể thích thú (những địa danh có sức thu hút do cộng đồng chọn ra). Người da đỏ Kayapo ở Brazil đã sử dụng thành công cách này.

Để cải tiến dữ liệu, nhiều phương pháp PRA's khác nhau đã được sử dụng, sau đó so sánh với nhau và với các thông tin do dân làng cung cấp thêm. Các chuyên gia về cộng đồng khuyến nghị rằng những thông tin như vậy luôn phải được bổ sung bằng các phương pháp khác, chẳng hạn như người chuyên gia đi bộ cùng với người địa phương trên từng quãng đường để thẩm tra việc lập bản đồ. Họ cũng khuyến nghị cần đối chiếu với các bản đồ hoặc ảnh khoa học, lời cuốn công chúng tham gia vào các hoạt động hàng ngày và các cuộc gặp gỡ với từng người nông dân.

Việc lên kế hoạch trong bất cứ tình huống nào cũng nên được tiến hành một cách từ từ. Bất cứ việc gì, dù với ngụ ý tốt, nhưng nếu có vẻ đe dọa cơ cấu quyền lực địa phương đều sẽ bị thách thức.

**4.4.2. Các hình thức đối thoại khác nhau có thể giúp hạn chế đối đầu với công chúng.** Các cuộc họp với công chúng có thể không hiệu quả khi các bên có những mối quan tâm được che đậy kỹ tới dự nhằm gây sức ép cho lý do riêng của họ. Cơ cấu

hợp ít đối đầu hơn có thể làm giảm những tác động thái quá và hạn chế thái độ gây sức ép của các nhóm có lợi ích. Trong dự án tái dựng đàn chó sói gây nhiều tranh cãi ở Yellowstone, cửa văn phòng luôn rộng mở để cá nhân mọi người có thể ngồi trong bầu không khí thoải mái và nói chuyện trực tiếp với đại diện của các bên liên quan khác nhau. Các cuộc họp đặc biệt được tổ chức để các nhóm có thể lực nói rõ chính kiến của mình, tức là chỉ để lắng nghe ý kiến. Những cuộc họp này thường do các nữ nhân viên vườn quốc gia điều khiển, vì họ tạo hình ảnh ít đe dọa và bè phái hơn các nhân viên nam. Cảnh sát địa phương cũng được thuê để giữ gìn trật tự.

### **Các cuộc họp có hiệu quả**

Các cuộc họp thường chiếm nhiều thời gian của nhà quản lý khu di sản. Đó là việc làm gần như được tiến hành hàng ngày có ý nghĩa quan trọng nhằm thiết lập quan hệ với các nhóm có lợi ích, trong đó có cả những người quyền góp nước ngoài và các quan chức du lịch. Phương pháp trao đổi qua lại trong việc điều hành các cuộc họp đưa tới thỏa thuận về cách thức giải quyết các vấn đề tại cuộc họp.

Nhiều vấn đề quản lý bắt nguồn từ việc người ta thường gặp khó khăn khi nghe và hiểu được người khác đang thực sự nói gì. Mặc dù lắng nghe có vẻ là một kỹ năng đơn giản và rõ ràng nhưng các chuyên gia lại nói rất ít người biết nghe một cách hiệu quả. Tuy nhiên, kỹ thuật nghe có thể học được.

Sau đây là năm yếu tố bảo đảm cuộc họp có hiệu quả:

- Vai trò và trách nhiệm được xác định rõ và được thỏa thuận với từng thành viên tham gia.
- Một tâm điểm chung về nội dung.
- Một tâm điểm chung về tiến trình.
- Cử người chịu trách nhiệm duy trì các luồng ý kiến cởi mở và cân bằng.
- Cử người chịu trách nhiệm bảo vệ những người khác không bị công kích cá nhân.

Chương trình làm việc cần gửi trước cho mọi người để họ chuẩn bị ý kiến đóng góp.

Các cuộc họp cần được chuẩn bị kỹ để tránh hội chứng công kích nhóm trong đó các thành viên của một nhóm cảm thấy họ sẽ bị công kích ngay khi vừa mở miệng. Chìa khóa giải quyết vấn đề quyền hành và quyền lực ở đây là sử dụng một điều phối viên với vai trò đưa các nhóm xích lại với nhau, gợi ý và chờ đợi thỏa thuận trên bất cứ vấn đề nào. Người này lái nhóm đi đúng hướng, bảo đảm không ai độc diễn trong thảo luận. Người điều phối viên phải đứng trung lập, cố tránh không góp ý hoặc đánh giá ý kiến của người khác. Người này, cùng người ghi biên bản và những người tham gia quan trọng khác cần giải thích rõ vai trò của họ ngay từ đầu cuộc họp.

Các cuộc họp phải được ghi lại đầy đủ và biên bản phải chuyển cho các thành viên trước kỳ họp tiếp theo. Người ghi biên bản cần khách quan, tránh việc lý giải những báo cáo không được người tham gia đưa vào cuộc họp. Việc ghi lại những ý kiến không xác định nguồn gốc thường tạo sự tin tưởng vào hệ thống và giúp nhóm chấp nhận ý kiến. Trong suốt cuộc họp, nên có các đoạn tóm tắt ngắn gọn để mọi người dễ theo dõi những gì đã được trao đổi.

**4.4.3. Quá trình triển khai kế hoạch quản lý có thể khuyến khích sự tham gia của những người có lợi ích.** Quá trình này cũng có thể được sử dụng để đi tới đồng thuận. Tuy nhiên, thay vì công bố các dự thảo kế hoạch quản lý để lấy ý kiến công chúng, những người vạch kế hoạch cần bắt đầu bằng việc xác định xem công chúng cần cái gì, và một di sản có thể đem lại cho họ cái gì. Kế hoạch và chiến lược cần được triển khai từ từ, phải năng động, có thể điều chỉnh được và cũng nên ngắn gọn súc tích chứ không nên dài dòng. Nhưng trên hết, chúng phải bao gồm được tất cả những người có lợi ích.

Có thể kể đến những ví dụ về lập kế hoạch quản lý theo vấn đề gặt hái được thành công như Vườn Quốc gia ở vùng núi Smokey của Mỹ, nơi rất nhiều đường mòn trong tình trạng rất xấu, cần cấm qua lại để có thời gian sửa chữa. Các nhà quản lý Vườn Quốc gia nhận thấy việc này sẽ gây ra những phản ứng không thuận. Để giúp

công chúng nhận thức được tình hình thực tế, ban quản lý quyết định đưa mọi người tham gia vào quá trình vạch kế hoạch. Các cuộc họp được tổ chức để giúp họ hiểu rõ sứ mệnh của vườn quốc gia và cho họ cơ hội tham gia vào việc định ra các vấn đề ưu tiên.

Tại khu Di sản thế giới Vùng Hồ Willandra ở Australia, một hội thảo năm ngày được tổ chức, trong đó các thành viên của cộng đồng góp phần dự thảo bản kế hoạch quản lý đầu tiên. Việc này bảo đảm cho kế hoạch tiếp tục được ủng hộ. Tại khu Di sản thế giới Vịnh Cá mập cũng ở Australia, các kế hoạch quản lý có công chúng tham gia để bảo toàn các vùng thuộc khu di sản cũng được đưa ra lấy ý kiến công chúng ít nhất là trong hai tháng, một việc cần làm theo luật của bang Tây Australia.

**4.4.4. Ban tư vấn hoặc tổ chức của những người có lợi ích có thể đóng vai trò chính yếu trong việc thực hiện thành công các mục tiêu quản lý.** Tham khảo ý kiến các nhóm lợi ích khác nhau thông qua các cuộc gặp gỡ thường xuyên và hội thảo công khai tạo cơ hội cho những người có lợi ích đóng góp ý kiến về kế hoạch quản lý ban đầu. Quan hệ này cho phép các nhà quản lý khu di sản huy động người dân địa phương vào quá trình ra quyết định. Những xung đột hiện có sẽ không nhất thiết mất đi, nhưng ban tư vấn sẽ tạo ra một cơ chế cho quá trình giải quyết vấn đề để có thể xác định các xung đột và các giải pháp một cách rõ ràng.

Sự tham gia của công chúng có thể có nhiều hiệu quả và bền vững hơn thông qua các nhóm có lợi ích hơn là qua sự tham gia của các cá nhân. Ở khu Di sản thế giới Vịnh Cá mập, Ủy ban tư vấn đóng vai trò chính trong việc quyết định các chiến lược thích hợp và thực tế cho việc quản lý các khu dự trữ và các tài nguyên của khu vực, kể cả việc định mốc giới của khu di sản. Như đã nói ở phần trước, ở Patan, một thị trấn nhỏ trong thung lũng Kathmandu của Nepal, ban tư vấn của người địa phương đã triển khai một chương trình du lịch và bảo tồn các tòa nhà lịch sử của cộng đồng.

### **Kỹ thuật của nhóm không chính thức**

Cách sử dụng nhóm không chính thức (NGT) đã chứng tỏ rất có giá trị trong việc quản lý du khách. Nó bắt đầu bằng việc thành lập các tổ thảo luận từ 8 đến 10 người thuộc nhiều thành phần khác nhau. Những người tham gia được yêu cầu lên danh mục các mối quan tâm chủ yếu về một dự án mà không cần tham khảo thành viên các nhóm khác. Thông qua việc sử dụng cách lần lượt lấy ý kiến theo từng vấn đề, những người tham gia liệt kê các mối quan tâm của mình thành từng mục, sau đó bỏ phiếu về những vấn đề ưu tiên.

Cách làm này có nhiều lợi thế. Thời gian để chi tiết hóa các mối quan tâm khuyến khích suy nghĩ về vai trò của các thành viên. Nó động viên tất cả thành viên của nhóm tham gia bằng cách không để những người hay phát biểu chi phối các cuộc họp như thường thấy trong các nhóm theo chủ đề trọng tâm.

Phương pháp 3 giai đoạn cho việc lên kế hoạch du lịch cộng đồng có thể được sử dụng. Trước hết là phỏng vấn các nhà lãnh đạo chủ chốt của cộng đồng. Sử dụng những vấn đề đã được xác định để khảo sát các thành viên cộng đồng được lựa chọn một cách ngẫu nhiên. Cuối cùng là sử dụng một nhóm không chính thức và một nhóm theo trọng tâm để quyết định những vấn đề ưu tiên của cộng đồng đối với du lịch.

Cách sử dụng nhóm không chính thức rất có ích trong việc giải quyết các vấn đề nhạy cảm, nổi cộm và gây nhiều tranh cãi khi các ý kiến trái ngược nhau và các chi tiết rắc rối có thể cản trở đối thoại. Khi sử dụng cách này, bước đầu tiên là im lặng để mọi người có cơ hội suy nghĩ mà chưa phải phát biểu. Biện pháp này cũng tạo cơ hội bình đẳng cho họ lên tiếng, không phân biệt đẳng cấp hoặc địa vị xã hội. Cách làm này đặc biệt hữu ích khi có thể có nhiều giải pháp lựa chọn cho một vấn đề.

Cách sử dụng nhóm không chính thức gồm 6 bước:

- Xác định các vấn đề cần giải quyết hoặc những quyết định cần có.
- Lặng lẽ liệt kê các ý kiến.
- Bắt đầu phát biểu và ghi lại các ý kiến.

- Làm rõ từng vấn đề trong danh sách các đề mục được liệt kê.
- Lặng lẽ xếp thứ tự các ý kiến được liệt kê.
- Kết thúc phiên họp.

Những người tham gia cần có một thời gian nhất định để nghiên cứu, và đưa ra tối đa khoảng 10-12 ý kiến. Các thành viên của nhóm lần lượt phát biểu theo danh sách mà họ liệt kê; thư ký cuộc họp ghi lại những ý kiến đó trên một biểu mẫu hoặc trên bảng. Ở giai đoạn này trong quy trình, các ý kiến không được thảo luận. Các đề mục không được chông chéo và nếu có ý kiến nào kết hợp được thì người điều phối và người ghi âm phải nắm chắc là mọi người trong nhóm đồng ý với cách sắp xếp của mình. Sau đó sẽ thảo luận từng đề mục trong danh sách để làm rõ ý nghĩa. Người điều phối ấn định một chữ cho mỗi ý kiến. Rồi mỗi thành viên của nhóm sẽ sắp xếp thứ tự các ý kiến trong danh sách của mình.

Nhóm có thể quyết định chỉ sắp xếp 5 vấn đề quan trọng nhất. Những danh sách dài hơn có thể được rút bớt, sử dụng nguyên tắc chia đôi cộng 1 (ví dụ 30 đề mục sẽ giảm xuống còn 16). Để theo dõi được kết quả, mỗi thành viên sẽ thông báo thứ tự sắp xếp của mình. Sau đó thư ký phiên họp liệt kê lại. Những vấn đề xếp đầu được coi là đại diện cho quyết định của nhóm cho đến lúc đó, trước khi có các cuộc thảo luận về mức độ xác đáng của những ý kiến này.

Thảo luận mở sẽ được tổ chức để quyết định xem quyết định có nhất quán với hướng suy nghĩ của mọi người hay không, và để xem xét những đề mục có thể có quá ít hoặc quá nhiều phiếu. Nếu mọi việc diễn ra không thật sự nhất quán thì sẽ tổ chức bỏ phiếu lại. Sau bước này, mọi người có nhiệm vụ nghiên cứu những bước tiếp theo trong kế hoạch thực hiện hoặc hành động.

Tại Vườn Quốc gia Tangariro ở New Zealand, một khu mộ táng của người Maori trở thành khu vực leo núi được ưa thích. Vì việc sử dụng khu vực này làm người Maori hết sức lo ngại cho nên các cuộc họp đã được tổ chức giữa những nhà leo núi với

các già làng của bộ tộc; kết quả là các nhà leo núi đồng ý tự kiểm chế không sử dụng khu vực này.

**4.4.5. Các NGO địa phương có thể đóng vai trò liên lạc để có được sự tham gia hiệu quả và bền vững hơn.** NGO có thể đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối những người có lợi ích trong việc phát triển du lịch. NGO có thể đóng vai trò trung gian giữa lợi ích của khu vực tư nhân và địa phương. Ở một số nước, NGO với máy tính và các trang thiết bị thông tin liên lạc có thể làm cầu nối giữa những người có lợi ích nhưng không có phương tiện trên. Có lý do để tin rằng uy tín của NGO có thể tăng thêm áp lực trong các cuộc thương lượng với các hãng du lịch tư nhân.

#### **Tổ chức Du lịch cơ sở ở Patan của Nepal**

*Các quan chức du lịch địa phương nhận ra rằng để những nỗ lực trùng tu và bảo vệ lâu dài có thể thành công, họ cần đến những người có lợi ích, thông qua sự điều phối của một tổ chức du lịch địa phương, để thực hiện chương trình, bảo đảm sự ủng hộ lâu dài của chính quyền, thúc đẩy nhu cầu du lịch, thiết lập các cơ chế thu thập các biến động trong du lịch, những đóng góp tự nguyện, và thu hút sự tham gia trực tiếp của người địa phương vào kinh doanh du lịch.*

*Vì nhu cầu thực hiện các chương trình thực tế của mình cho nên chính quyền Patan và giới doanh nghiệp địa phương đã thành lập một tổ chức du lịch cơ sở. Hiện nay họ đang phát triển du lịch để góp phần tài trợ cho các sáng kiến ở địa phương và giải quyết các vấn đề của địa phương. Các hành động cụ thể bao gồm phát hành tài liệu quảng bá du lịch của địa phương, sử dụng sách hướng dẫn du lịch, tổ chức các chuyến tham quan cộng đồng và các dự án phục chế nhà cửa ở địa phương. Những dự án phát triển cộng đồng này đều dựa vào sự hỗ trợ của nhiều nhóm người có lợi ích. Đáng chú ý là du lịch có thể được dùng để làm sống động lại các cộng đồng xưa và đóng góp vào việc phục dựng các ngôi nhà lịch sử. Tỷ lệ thành công khác nhau tùy theo từng nước.*

#### **4.5. Gợi ý và Khuyến nghị**

- Xây dựng lòng tin và tin cậy lẫn nhau đòi hỏi thời gian, sức lực và khả năng tổ chức. Trong việc lựa chọn hoặc xây dựng dự án, cần có đủ thời gian để thu hút người dân vào quá trình ra quyết định của địa phương.
- Cần đánh giá khả năng có các hành động tiếp theo như đã hứa trước khi thực hiện các chiến lược dự án. Nếu chúng không khả thi và khó giữ đúng lời hứa thì dự án cần thay đổi hoặc hủy bỏ.
- Những mối quan hệ tương tác trước đó tạo ra mức độ tin cậy trong nhóm. Vì vậy, hiểu được chúng sẽ giúp quyết định thời gian và nỗ lực cần có để phát triển mối quan hệ làm việc có hiệu quả.
- Các chuyên gia không phải là bộ phận của nền văn hóa địa phương thì không phải lúc nào cũng có thể đánh giá đúng những quan niệm, sở thích hoặc ưu tiên của địa phương, và không nhất thiết phải trông chờ họ cung cấp thông tin về những điều trên.
- Hình mẫu lý tưởng về tính đại diện và khả năng đáp ứng có thể có được bằng nhiều cách khác nhau, theo từng hoàn cảnh khác nhau. Việc lên kế hoạch có hiệu quả thường bị cản trở do thiếu hiểu biết những thực tế ngặt nghèo của bối cảnh chính trị và kinh tế. Lên danh sách đầy đủ những người có lợi ích, các mối quan hệ tương đồng hay xung đột trong nội bộ các nhóm lợi ích có thể là bước đầu tiên hữu ích cho việc phân tích các vấn đề của khu di sản. Việc đánh giá này cần được tiến hành với sự tham gia của những người có lợi ích bao gồm các cấp chính quyền, các nhóm bảo tồn, những người kinh doanh nhà đất và cộng đồng địa phương.

#### **Gợi ý các hoạt động**

1. *Lập danh sách sơ bộ về những người có lợi ích và các mối quan tâm của họ.*



- phân loại những nhóm người này, chẳng hạn các hãng tổ chức tour, các doanh nghiệp địa phương...
- xác định mối quan tâm của các nhóm khác nhau.
- lên sơ đồ cho thấy những mối quan tâm trùng lặp.

*2. Lên danh sách những ích lợi và trở ngại liên quan đến kế hoạch du lịch và các mối quan tâm của những người có lợi ích.*

- xem lại quá trình lên kế hoạch du lịch bền vững; triển khai những mục đích, mục tiêu và chương trình theo dõi như đã mô tả trong tài liệu này.
- thảo luận với từng nhóm có lợi ích đã được xác định về những trở ngại và lợi ích thấy được trong quá trình này, nói rõ chúng sẽ ảnh hưởng tới việc lên kế hoạch du lịch như thế nào.

*3. Xây dựng chương trình công chúng tham gia.*

- xem xét những nỗ lực thu hút công chúng tham gia trước đây và những bài học rút ra từ việc tham gia của họ.
- đánh giá vai trò của từng nhóm trong quá trình lên kế hoạch.
- tổ chức cuộc họp trao đổi với nhân viên khu di sản để lên kế hoạch thu hút công chúng tham gia theo những bài học đã được đúc rút và những thông tin trong tài liệu này.

**Sách cần tham khảo.**

- Bên ngoài các hàng rào: *Tìm kiếm bền vững xã hội trong bảo toàn*. Sách chuyên đề, 2 tập. Gland, Thụy Sĩ; IUCN, 1997.
- Michael Doyle và Davis Strauss. *Làm thế nào để các cuộc họp mang lại kết quả*. New York, 1976.
- Roger Fisher và William Ury, do Bruce Patton biên soạn. *Để đi tới nhất trí: Thỏa thuận trong thương lượng mà không bị thua thiệt*. NXB Penguin Books, 1983.
- Fred E. Jandt và Paul Gillette. *Thương lượng cả hai đều có lợi biến xung đột thành thỏa thuận*, NXB John Wiley & Các con, 1985.

- P. Keith Kelly. *Các kỹ thuật ra quyết định tập thể*. Richard Chang, Inc. Vụ Xuất bản, Irvine, California, 1994.
- Michael P. Pimbert và Biksham Guijja. *Tiếng nói của dân làng thách thức các chính sách quản lý vùng đầm lầy: Những kinh nghiệm trong việc đánh giá sự tham gia của vùng thôn quê ở Ấn Độ và Pa-kistan*. Nature and Resources, tập 33, số 1, 1997, 34-42, UNESCO, 1999.
- Hans D. Thulsstrup (biên soạn). *Di sản thế giới và Cộng đồng địa phương: Nghiên cứu các trường hợp cụ thể ở châu Á-TBD, Ô-xtrây-li-a và Niu Di-lan*. Trung tâm Di sản thế giới của UNESCO, Pa-ri, Pháp, 1999.

# 5

## Xác định mục đích chính sách và mục tiêu quản lý



*Sukur Cultural Landscape, Nigeria*

© San Marcos

**Mục đích và mục tiêu là nhằm định hướng cho việc quản lý khu di sản và lên chương trình xác định những trải nghiệm dành cho du khách, cũng như để quyết định giới hạn phát triển du lịch. Xác định mục đích và mục tiêu cũng là chìa khóa thành công cho các chương trình khác như tuyên truyền, quảng bá và đánh giá năng lực. Các mục tiêu quản lý chi tiết rất quan trọng đối với việc xây dựng các tiêu chuẩn theo dõi du lịch.**

### 5.1. Mục đích chính sách và mục tiêu quản lý

Mục đích chính sách là những tuyên bố lớn vạch ra tầm nhìn về việc một khu vực sẽ được quản lý thế nào dựa trên những điều kiện môi trường xã hội của nó. Các chính sách định hướng cho một loạt hoạt động khác như xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển các chương trình xã hội như thúc đẩy phát triển giáo dục và kinh tế tại địa phương thông qua du lịch. Ở đâu mà tiến trình triển khai chính sách là một sự liên kết thực hiện thì ở đó một tuyên bố về chính sách có thể tập hợp mọi người với nhiều quan điểm khác nhau, và định hướng cho việc quản lý du lịch công cộng và tư nhân.

Tính chất chung của các mục đích chính sách được phản ánh trong một tuyên bố về chính sách của Ban Quản Lý Rừng Nhiệt đới ẩm của Australia. Tuyên bố nói rõ mục đích của Ban Quản Lý là “xác lập cơ sở pháp lý cho việc thực hiện nghĩa vụ quốc tế của Australia trong việc bảo vệ, bảo toàn, giới thiệu, tôn tạo và chuyển giao khu Di sản thế giới Rừng nhiệt đới ẩm ở Queensland cho các thế hệ tương lai theo đúng tinh thần Công ước Di sản thế giới”.

Trong khi các mục đích chính sách thường bao quát chung thì các mục tiêu quản lý lại vạch ra một cách chi tiết khu di sản sẽ được quản lý như thế nào. Trong khuôn khổ mục đích chính sách chung, các mục tiêu vạch ra những điều kiện mong muốn, phản ánh ban quản lý muốn duy trì cái gì và những trải nghiệm nào du khách muốn có tại khu di sản. Chẳng hạn, nếu mục đích chính sách là tạo cơ hội công ăn việc

làm cho địa phương, thì mục tiêu quản lý có thể là khuyến khích sử dụng các hướng dẫn viên sở tại. Nếu mục đích là duy trì một khu vực thiêng liêng đảm bảo sự tôn nghiêm tĩnh lặng, thì mục tiêu có thể là hạn chế du khách và mức độ tiếng ồn cho phép.

Các mục tiêu cần phải được đánh giá. Vì vậy chúng cần phải có tính đặc trưng, có thể lượng hóa, có thời hạn và viết bằng thứ ngôn ngữ rõ ràng để tất cả những người có trách nhiệm thực hiện đều hiểu được. Chúng sẽ là cơ sở của tiêu chuẩn đánh giá việc thực hiện quản lý khu di sản. Chẳng hạn, tại một khu di tích lịch sử, mục đích chính sách có thể là hỗ trợ các hoạt động giáo dục ở địa phương, còn mục tiêu quản lý lại là tăng số học sinh của địa phương tham gia chương trình giáo dục tại khu di tích. Trong trường hợp này, một biện pháp mang tính định lượng có thể là số lượng các trường tới tham quan khu di tích trong năm.

#### Những ví dụ về các mục đích chính sách

- *Tạo và duy trì việc làm, thu nhập và phát triển của địa phương.*
- *Bảo đảm tất cả các hoạt động được phép tại khu di sản phù hợp với bối cảnh tự nhiên và lịch sử của khu vực.*
- *Tạo cơ hội cho công tác nghiên cứu có lợi cho xã hội.*
- *Giáo dục du khách và cộng đồng địa phương nhằm nâng cao lòng tôn trọng giá trị của khu di sản và khuyến khích quan tâm tới môi trường tự nhiên và/hoặc văn hóa.*
- *Tạo dựng hạ tầng cơ sở bảo đảm an toàn cho du khách, bảo vệ môi trường tự nhiên của khu di sản, hoặc khôi phục và bảo vệ các loài đang bị đe dọa.*

Các mục đích và mục tiêu chính sách được tuyên bố rõ ràng là định hướng cho quá trình ra quyết định và đáp ứng những thay đổi. Xây dựng đường tàu điện qua khu công viên hoang dã, xây khách sạn cao tầng hiện đại gần khu khảo cổ nằm ở vị trí thấp, lắp đặt đèn nhân tạo tại khu di tích và tăng các chuyến bay trực thăng trên vườn quốc gia là tất cả các ví dụ về những sáng kiến du lịch mà các nhà quản lý khu Di sản

thế giới buộc phải đổi mới. Những mục đích và mục tiêu được xác định rõ ràng chỉ ra đường hướng và cung cấp một bối cảnh lịch sử để xử lý những sáng kiến này một cách nhất quán. Bất cứ sáng kiến mới nào cũng có thể làm khu di sản thay đổi. Xem xét những sáng kiến trong khuôn khổ chính sách và mục tiêu có thể giúp các nhà quản lý quyết định xem chúng có nằm trong phạm vi được chấp nhận hay không. Nếu các mục đích và mục tiêu ấy dựa trên yêu cầu của những người có lợi ích, phù hợp pháp luật và Công ước Di sản thế giới, chúng có thể tạo cơ sở vững chắc cho việc ra các quyết định quản lý. Ngoài ra, những hoạt động như tuyên truyền, quảng bá, kiểm soát và theo dõi năng lực đều phụ thuộc vào hướng đã được xác định trong những mục đích và mục tiêu của chính sách.

Dự án tại Vùng núi Cacpat ở Đông Âu minh họa cho sự cần thiết phải có những mục đích chính sách du lịch được xác định rõ ràng. Một cơ quan tài trợ quốc tế đã tổ chức đoàn chuyên gia để lên kế hoạch giúp các doanh nghiệp nhỏ phát triển du lịch tại khu vực. Nghiên cứu thị trường cho thấy lợi thế tương đối là tổ chức các cơ sở thu xếp chỗ ăn ở quy mô nhỏ, đặc biệt ở những địa danh văn hóa và thiên nhiên nổi tiếng. Tuy nhiên, một số thành viên chính phủ và giới doanh nghiệp lại muốn trở lại cơ cấu hạ tầng du lịch quy mô lớn từ thời Liên Xô (cũ). Lúc đó chưa có các chính sách phát triển du lịch tầm quốc gia và khu vực thống nhất để hướng dẫn và làm sáng tỏ những nỗ lực này. Sự khác biệt mục đích này tồn tại trong suốt thời gian xây dựng dự án. Khi đến hạn trình báo cáo cuối cùng, đoàn chuyên gia thấy không thể đưa ra được những kiến nghị về chiến lược và chi phí có thể đáp ứng yêu cầu của cả hai nhóm.

Cho tới vài năm trước đây, khu bảo tồn rừng ở Costa Rica mà ngân sách hoạt động phần lớn dựa vào lệ phí du khách, vẫn chưa có chính sách rõ ràng về phát triển du lịch. Dự án xây dựng một trung tâm lớn hơn dành cho du khách gặp phải sự chống đối từ một bộ phận của chính quyền sở tại vì họ thấy khu này là khu dự trữ thiên nhiên hơn là một điểm đến của du lịch. Những

người khác lại thích ý tưởng đó và muốn thu hút thêm nhiều du khách. Trong khi các thành viên của cộng đồng chống đối thì người của các cộng đồng lân cận lại ủng hộ việc thúc đẩy du lịch vì lợi ích kinh tế mà nó mang lại. Sau nhiều tháng tranh cãi, cuối cùng vấn đề đã được giải quyết sau khi có nghiên cứu của một nhà tư vấn và các cuộc đối thoại giữa các nhóm có lợi ích khác nhau. Lẽ ra các xung đột này đã được giảm thiểu và chắc chắn là được giải quyết mà không cần sự giúp đỡ từ bên ngoài nếu có một quá trình đã được xây dựng trong nội bộ ban quản lý nhằm thảo luận chính sách và xác định các mục đích.

**Xác định Chính sách và Mục tiêu Quản lý: Minh họa cụ thể về việc chính sách cần được xây dựng chặt chẽ và rõ ràng.**

Vào năm 1996, khi khu Di sản thế giới là Vườn Quốc gia Keoladeo ở Ấn Độ bắt đầu tuyển dụng thêm hướng dẫn viên du lịch người địa phương, các hướng dẫn viên cũ rất lo những người mới đến có thể ảnh hưởng tới thu nhập của họ và hạ thấp tiêu chuẩn hướng dẫn viên. Họ kiện ban quản lý vườn quốc gia ra tòa với tội danh gia đình trị, và vườn quốc gia đáp lại bằng cách chỉ rõ mục đích chính sách của mình là hỗ trợ cho người nghèo ở nông thôn.

**Xác định các loại du khách là một công cụ hoạch định chính sách.**

Vườn quốc gia này cũng có chính sách khuyến khích người Ấn Độ tới tham quan cũng như tạo ra các nguồn lợi kinh tế cho địa phương. Vườn quốc gia quyết định khuyến khích các loại du khách sau đây:

- Người từ New Dehli và các bang khác.
- Du khách địa phương từ các khu lân cận.
- Người từ thị trấn gần nhất, các làng mạc, thị tứ gần kề.
- Sinh viên trong khu vực và các thị trấn gần đó.
- Du khách nước ngoài.
- Du khách quan sát chim muông nghiêm chỉnh lưu lại khoảng trên dưới một tuần.
- Du khách Ấn Độ hoặc từ nước ngoài tới thăm hàng năm

**Đặt mức lệ phí dựa trên mục đích và mục tiêu.**

Các mục đích chính sách có thể giúp xác định lệ phí vào thăm. Trong trường hợp này, ban quản lý vườn quốc gia muốn tăng thu nhập để hỗ trợ cho các dự án phát triển tại địa phương, nhưng họ tránh tăng phí đến mức tối đa, vì sợ chính sách như vậy có thể bị gán cho tội chỉ chăm lo phục vụ người giàu, trái với mục tiêu giáo dục, và kết cục là có thể mất sự ủng hộ chính trị tại địa phương. Cuối cùng, họ chọn một chính sách nhiều tầng nấc, tức là tăng đáng kể lệ phí đối với du khách nước ngoài, trong khi miễn giảm cho du khách

địa phương và bán vé tuần cho các du khách quan sát chim muông. Để quyết định mức phí mới, họ đã tổ chức thăm dò “lệ phí bao nhiêu là vừa?”.

**5.2. Các vấn đề về tính nguyên bản văn hóa và nguyên vẹn tự nhiên**

**5.2.1. Khi xây dựng mục đích và mục tiêu của chính sách du lịch, cần xem xét tính nguyên bản văn hóa và/hoặc nguyên vẹn tự nhiên của khu di sản.** Nếu di sản trở thành hàng hóa, nhiều sự việc nghiêm trọng có thể nảy sinh liên quan đến hai vấn đề này. Một quá trình tiếp thị du lịch có thể không tập trung vào các truyền thống văn hóa thực sự, hoặc giải thích lịch sử của khu di sản, mà ngược lại chỉ gói gọn trong một đặc điểm tưởng tượng nào đó. Các khu Di sản văn hóa thế giới, vốn phần nhiều không có khả năng đáp ứng nơi ăn nghỉ cho lượng du khách lớn, có thể lại sử dụng các loại trang thiết bị hiện đại không thích hợp khi cố sức nâng cao năng lực phục vụ của mình. Chẳng hạn, Khảo sát khảo cổ học của Ấn Độ đã gạt bỏ việc chiếu sáng khu đền-mộ Taj Mahal. Đèn chiếu sáng có thể giúp du khách dễ quan sát hơn vào buổi tối, nhưng lại làm mất đi cơ hội ngắm khu đền dưới ánh trăng.

Một thị trấn lịch sử đã bị bỏ hoang ở Mỹ đặt ra vấn đề có nên tiếp tục để nó hoang phế, hay là can thiệp để khôi phục khu vực này phục vụ du lịch. Không may là không còn bức ảnh nào ghi lại thời hoàng kim của

nó, và các chuyên gia sợ rằng nếu tiến hành khôi phục có thể tái hiện sai quá khứ. Hội lịch sử của bang đề nghị việc quản lý khu vực cho phép thị trấn xuống cấp tự nhiên. Các nỗ lực tôn tạo lớn bị bác bỏ; việc neo chống đơn giản được ưu tiên. Để đáp ứng nhu cầu của du lịch, người ta đề nghị chỉ cho phép các hoạt động xây dựng tối thiểu như làm chỗ đỗ xe, đường đi và biển chỉ dẫn.

Tuy nhiên, hội lịch sử địa phương kiên nghị thị trấn này cần được khôi phục hoàn toàn. Họ ủng hộ việc phát triển mạnh du lịch và không mấy quan tâm tới những vấn đề mang tính triết lý hoặc hậu quả do bàn tay con người can thiệp gây ra. Cuối cùng, thị trấn được khôi phục nhưng vẫn còn nhiều nghi ngờ về chất lượng, đặc điểm và tính xác thực của khu vực liệu có bị tổn thương hay không.

Trên thực tế, các tính toán về kinh tế thường ảnh hưởng rất nhiều đến các quyết định chính sách. Quyết định duy trì giá trị của những phế tích cổ liên quan đến việc ổn định và bảo toàn đến mức độ nào là vừa có thể là chức năng của các quỹ tài trợ và nguồn nhân lực hiện có. Cho phép du khách tham quan phế tích này từ xa sẽ thực tế và dễ được ủng hộ hơn là giải pháp tôn tạo để cho phép du khách tới gần vốn tốn kém hơn rất nhiều. Trong một số trường hợp, điều cần nhất là kiểm soát cây cỏ để giảm mức độ xuống cấp của di tích.

**5.2.2 Ở những khu Di sản thế giới, chính sách và mục tiêu phải phù hợp với tính nguyên vẹn hoặc nguyên bản của chúng.** Khi xây dựng chính sách du lịch ở các khu Di sản thế giới, ưu tiên cao nhất là duy trì hình thái và kết cấu của chúng. Hồ sơ đệ trình của một khu Di sản thế giới có thể giúp chỉ đạo quá trình cân bằng giữa chính sách và các mục tiêu quản lý trước những đòi hỏi của du lịch. Các hồ sơ này thường mô tả chi tiết đặc điểm và những thay đổi trước đây của khu di sản và có thể định hướng cho những hành động bảo tồn cần thiết. Các nước thành viên Công ước Di sản thế giới đều có hồ sơ này hoặc có thể lấy qua Trung tâm Di sản thế giới. Nếu các thông tin không đủ chi tiết, hoặc nếu

các vấn đề tiếp tục xuất hiện, các nhà quản lý có thể tìm kiếm lời khuyên từ Trung tâm Di sản thế giới và các cơ quan tư vấn như IUCN, ICOMOS và ICCROM.

**5.3. Các mối quan tâm của những người có lợi ích và việc xác định mục đích và mục tiêu chính sách.**

**5.3.1. Các mối quan tâm của những người có lợi ích cần được xây dựng thành danh mục những vấn đề quản lý để làm cơ sở cho việc xây dựng mục đích và mục tiêu của chính sách.** Sự tham gia của những người có lợi ích vào việc xác định các mục đích và mục tiêu gắn chiến lược du lịch với những người sẽ có ảnh hưởng đối với khu di sản hiện tại và trong tương lai. Họ có thể được tham khảo ý kiến về một số vấn đề cần quan tâm trong quản lý như phát triển cơ sở hạ tầng và các chương trình theo dõi thực hiện. Nhóm người này thường gồm các quan chức chính phủ, thành viên của các cộng đồng bảo tồn và bảo vệ môi trường, các nhà khoa học, các tổ chức bảo tồn di tích lịch sử, các chủ khách sạn và các đại lý tour du lịch, du khách, hướng dẫn viên du lịch và cư dân.

Dưới đây là danh sách những người có lợi ích liên quan và các khuyến nghị về việc họ có thể đóng góp để xây dựng các mục đích và mục tiêu du lịch.

- Quan chức các vụ phụ trách vườn quốc gia, lâm nghiệp hoặc khảo cổ có thể cung cấp thông tin về việc quản lý trước đây và các vấn đề liên quan đến du khách.
- Các hướng dẫn viên du lịch có thể cung cấp thông tin về các điều kiện xã hội và môi trường của khu di sản, và những thông tin đó có thể làm sáng tỏ nhiều vấn đề lý giải quan trọng.
- Các hướng dẫn viên làm việc cho các công ty du lịch có thể cho lời khuyên về những quan tâm của lãnh đạo công ty và cung cấp thông tin về những điều cần theo dõi hoạt động tại khu di sản.

**Những nguyên tắc trong Hiến chương Quốc tế về Du lịch Văn hóa của ICOMOS**

Những tuyên bố chính sách có thể dựa trên những nguyên tắc sau đây:

- Vì du lịch nội địa và du lịch quốc tế là một trong những cách giao lưu văn hóa tốt nhất cho nên công tác bảo toàn cần phải tạo cơ hội có trách nhiệm và quản lý tốt cho các thành viên của cộng đồng sở tại cùng du khách để họ trải nghiệm và trực tiếp hiểu được di sản và văn hóa của cộng đồng.
- Quan hệ giữa các khu di sản và du lịch thường năng động và có thể gồm cả các giá trị xung đột nhau. Vì vậy, nó cần được vận dụng một cách bền vững vì các thế hệ hiện tại và tương lai.
- Lên kế hoạch bảo toàn và phát triển du lịch ở khu di sản cần bảo đảm rằng những trải nghiệm là đáng giá, mang lại sự mãn nguyện và thích thú cho du khách.
- Các cộng đồng sở tại và người bản địa cần phải tham gia trong việc lên kế hoạch bảo toàn và phát triển du lịch.
- Các hoạt động du lịch và bảo toàn phải mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương.
- Các chương trình thúc đẩy du lịch cần phải bảo vệ và nâng cao đặc điểm của di sản thiên nhiên và văn hóa.

*Ghi chú: Toàn bộ nội dung của Hiến chương được ghi trong Phụ lục 2.*

- Lãnh đạo cộng đồng thường có những quan tâm và ý tưởng về việc du lịch sẽ ảnh hưởng thế nào tới các giá trị xã hội và sự phát triển kinh tế của địa phương. Chẳng hạn, các nhà lãnh đạo địa phương có thể cho rằng cần tránh những tác động của du lịch đối với các trung tâm dân cư chính.
- Các chủ khách sạn có thể có ảnh hưởng trực tiếp đến phát triển du lịch và quan hệ tương tác trong cộng đồng. Họ có thể quan tâm đến khả năng có quá nhiều du khách, hoặc khả năng điều phối lượng du khách giữa khách sạn và nhân viên quản lý khu di sản thông qua hệ thống đặt chỗ trước. Các chủ khách sạn cũng có thể giúp xây dựng

phát triển cách thể hiện và các tài liệu quảng bá khu di sản.

- Các hãng tổ chức tour du lịch sẽ quan tâm đến tiện nghi và an ninh của du khách. Họ theo sát những thay đổi trên thị trường lữ hành quốc tế và thường có thông tin về những ưu tiên cùng đòi hỏi của du khách. Không nên đánh giá thấp giá trị của việc tiếp xúc với các hãng này để thảo luận về những quan tâm của họ, những đòi hỏi tiềm tàng đối với một khu di sản và khả năng hợp tác trong các hoạt động như tiếp thị.

- Các nhà khoa học có thể bày tỏ mối quan tâm về các loài động thực vật quan trọng hoặc các dấu tích lịch sử hoặc khảo cổ. Họ có thể gợi ý cách bảo vệ các tài nguyên khỏi bị tác động và cho lời khuyên về việc thu hút tài trợ cho các công trình nghiên cứu. Những trợ lý trên thực địa làm việc trực tiếp với các nhà khoa học có thể chia sẻ những quan tâm thực tế và những thông tin bổ trợ thêm.

**5.3.2 Những thông tin cơ bản phải bổ sung cho danh mục những mối quan tâm của những người có lợi ích.** Khi xác định mục đích và mục tiêu, các thư viện hoặc hồ sơ lưu trữ tại các cơ quan là những nguồn hữu ích cung cấp những thông tin bổ sung có giá trị, chẳng hạn về những loài động thực vật bị nhiễm bệnh đặc hữu hoặc bị đe dọa, hoặc về việc sử dụng và tác động của du khách đối với động vật hoang dã hoặc các phế tích khảo cổ. Du lịch quốc gia, luật về các khu được bảo vệ và các chính sách bao gồm những đòi hỏi mang tính pháp lý đối với việc cấp phép và đóng thuế có thể giúp xác định chính sách của chính phủ và hiểu được thực trạng hiện thời của việc phát triển du lịch. Các kế hoạch tổng thể cũ bao gồm cả những kiến nghị cũng rất hữu ích. Ở Copan, khu khảo cổ thuộc bộ tộc da đỏ Maya của Honduras, một khách sạn quốc tế lớn đã được xây dựng ngay cả khi có nhiều ý kiến cho rằng những khách sạn nhỏ hơn hiện có trong thành phố gần đó cũng đủ đáp ứng nhu cầu nếu được nâng cấp một phần nhỏ. Nhiều phế tích không được chăm sóc đã bị hủy hoại chỉ vì chúng

nằm gần một con đường mới mở dẫn vào khu di tích Copan.

**5.4. Xác định lợi ích chung với những người có lợi ích**

**5.4.1. Xung đột với cộng đồng địa phương có thể cản trở hợp tác trong phát triển du lịch.** Vì lý do này cho nên việc tham khảo ý kiến các thành viên cộng đồng trong quá trình lên kế hoạch là điều quan trọng. Họ có thể nêu lo ngại rằng phát triển du lịch sẽ làm gia tăng ô nhiễm và tội ác; rằng việc đi lại của du khách có thể đe dọa con cái họ, hoặc du khách sẽ đưa lại những tác động tiêu cực đối với điều kiện xã hội, như việc mặc những bộ đồ không thích hợp khi đến địa phương. Họ cũng có thể sợ rằng phát triển du lịch sẽ không mang lại lợi ích cho dân địa phương; ví dụ, việc làm hướng dẫn viên sẽ rơi vào tay những người ngoài cộng đồng.

Tham khảo ý kiến có thể đưa tới một số hành động như thành lập Ủy ban phát triển du lịch, hoặc hệ thống đào tạo hướng dẫn viên người địa phương. Các hãng tổ chức tour du lịch có thể được yêu cầu hướng dẫn du khách phải tôn trọng những giá trị của cộng đồng. Một trung tâm hướng dẫn du khách có thể được xây cách xa làng mạc để tránh động chạm tới cuộc sống hàng ngày của người dân.

**5.4.2. Các nhà bảo tồn và bảo vệ môi trường có những quan tâm quan trọng về tác động tiêu cực tiềm ẩn trong phát triển du lịch đối với những khu di sản văn hóa và thiên nhiên.** Các nhà bảo vệ môi trường liên quan đến việc bảo vệ các loài động thực vật có thể sợ rằng mở cửa một khu vực cho du lịch có thể cũng là mời những người đi săn đến, hoặc họ có thể quan tâm đến khả năng gây xáo động tới các loài chim đang làm tổ chẳng hạn. Các nhà khảo cổ có thể cảnh báo việc phá hoại và các nguy cơ gây hại khác đối với các phế tích và đền đài cổ. Cả hai nhóm người này có thể phàn nàn về tình trạng xả rác đang tăng lên, nhất là khi ngân sách hiện có không đủ sức chi cho việc thu gom rác. Họ có thể gây sức ép đòi một số điều kiện trong đó bảo đảm cho du khách không bị xô đẩy,

mắc kẹt vì quá đông hoặc mất quá nhiều thời gian mới vào tới khu di sản. Người thuộc nhóm lợi ích này thường phàn nàn về việc thiếu thông tin liên lạc với các bộ phận phụ trách du lịch, kể cả Bộ du lịch và các hãng tổ chức tour tư nhân. Họ cũng có thể phàn nàn các quan chức coi trọng phát triển du lịch hơn là những hoạt động mang tính giáo dục và nghiên cứu khoa học.

Có thể nhóm người này muốn thuyết phục các nhà quản lý khu di sản thực hiện chế độ đặt chỗ trước một cách hiệu quả, hạn chế du khách vào các khu vực có hệ sinh thái hoang sơ, dễ bị tác động hoặc các di chỉ khảo cổ dễ bị xáo trộn và phát động một chiến dịch giáo dục để giảm thiểu tác động. Họ có thể đòi phải giám sát chặt chẽ du khách, đặc biệt là các nhóm sinh viên nghiên cứu khoa học. Các nhà nghiên cứu thường ủng hộ việc cử một cố vấn khoa học có mặt tại khu di sản, người có thể thúc đẩy và quản lý các công trình nghiên cứu. Có thể đi tới thỏa thuận về những mục tiêu cụ thể cho việc quảng bá và phát triển du lịch.

**5.4.3. Các hướng dẫn viên du lịch là nguồn thông tin và tư vấn có giá trị về những điều kiện ảnh hưởng tới môi trường cũng như trải nghiệm của du khách.** Họ sẽ chỉ ra những tuyến đường không an toàn, giúp bảo đảm các đường này được duy tu bảo dưỡng tạo thuận lợi cho du khách đi lại, cũng như đánh động ban quản lý về việc quá đông du khách và tiếng ồn. Họ có thể thông báo cho ban quản lý khi người địa phương săn bắt chim muông và các động vật hoang dã khác ở khu di sản.

Cũng như các nhà bảo tồn và bảo vệ môi trường, hướng dẫn viên du lịch thường lo lắng về chất lượng trong những trải nghiệm của du khách, và sẽ đòi giảm thời gian mua vé tới mức tối thiểu, giải quyết dứt điểm tắc nghẽn trên đường vào khu di sản, vân vân... Họ có thể cho ý kiến về việc duy trì giới hạn lượng du khách vào khu di sản thông qua một hệ thống đặt vé trước có hiệu quả và các biện pháp khác như xếp xen kẽ các chuyến tham quan cho du khách bằng cách tổ chức thêm các tour buổi

chiều. Hệ thống điện thoại trực tuyến hoặc không dây giữa nhân viên quản lý khu và các hướng dẫn viên sẽ bảo đảm liên lạc thường xuyên, có hiệu quả.

**5.4.4. Chủ khách sạn và các nhà quản lý thường mong muốn khu di sản tạo ra nhiều cơ hội cho các loại du khách khác nhau.** Họ cũng quan tâm tới vấn đề lượng khách quá đông, rác thải, lượng xe đỗ ở lối vào của khu di sản và sự có mặt thường xuyên của những người hành khất và bán đồ lưu niệm. Còn với các hướng dẫn viên độc lập, thì các khách sạn coi trọng sự liên lạc thường xuyên và độ tin cậy với ban quản lý khu di sản, có thể bằng cách lắp đặt riêng đường điện thoại trực tiếp.

Những người thuộc nhóm lợi ích này có thể yêu cầu bộ phận quản lý nhân viên phát triển hệ thống đặt chỗ trước cho các tour. Họ cũng sẽ chủ trương thành lập mô hình Ban tư vấn du lịch để giải đáp cho cộng đồng địa phương về những vấn đề phát triển, về nhu cầu cũng như sở thích của du khách.

**5.4.5. Các hãng tổ chức tour du lịch và các hãng tổ chức tour đường bộ của nước ngoài đặc biệt quan tâm đến các vấn đề hậu cần.** Liệu tour của họ có phải xếp hàng chờ sau các tour khác đến cùng một lúc hay không? Liệu du khách của họ có phải đối mặt với các nhóm ồn ào và khinh suất khác hay không? Có đủ chỗ đỗ xe không? Và cũng giống như những nhóm có lợi ích khác, các hãng tổ chức tour lo lắng về việc liệu khu di tích có được bảo trì tốt và an toàn cho du khách không, và với các khu di sản thiên nhiên thì động vật hoang dã có được bảo vệ đầy đủ hay không? Những nhóm lợi ích này thường chủ trương xây dựng hệ thống đặt chỗ trước hoạt động có hiệu quả, thông tin liên lạc thông suốt và sự bảo quản thường xuyên.

**5.4.6. Một nhóm tư vấn những người có lợi ích có thể thúc đẩy việc phát triển các mục đích chính sách và mục tiêu quản lý.** Một nhóm như vậy sẽ tạo ra cơ chế trao đổi các ý tưởng và thông tin. Nhóm sẽ phải dự thảo một chính sách hoặc một tuyên bố về tầm nhìn có thể triển khai được và được



thông qua một cách công khai. Nhóm cũng có thể giúp xác định các mục tiêu quản lý, kể cả các tiêu chuẩn về những điều kiện và hành động mong muốn.

Thực tế, các nhóm có lợi ích có thể tham gia vào quá trình quản lý, đóng vai trò như diễn đàn trao đổi quan điểm và đi tới thỏa thuận về các vấn đề du lịch. Nếu một nhóm tư vấn như vậy tỏ ra không khả thi, thì cần có một cơ chế nào đó để trao đổi ý kiến. Nó có thể ở dạng đơn giản như trao đổi những điều ghi nhớ giữa nhân viên quản lý khu di sản với các nhóm lợi ích để thu thập ý kiến và mô tả các hoạt động hiện hành.

Quá trình xây dựng mục đích và mục tiêu cũng cần tính đến tính độc đáo của khu di sản trong mối quan hệ cạnh tranh với các khu di sản khác. Các hãng tổ chức tour du lịch và các nhà làm du lịch chuyên nghiệp mà có thể là thành viên của nhóm tư vấn có thể là nguồn thông tin giá trị về lợi thế tương đối của khu di sản so với các khu khác trong vùng.

### 5.5. Sở thích và đòi hỏi của du khách

#### 5.5.1. Dữ liệu về sở thích và đòi hỏi của du khách đối với khu di sản rất quan trọng trong việc xây dựng các mục tiêu.

Thông tin về lượng du khách, những gì họ thích cũng như không thích, động cơ và mong muốn của họ... sẽ giúp các nhà hoạch định kế hoạch phân loại du khách thành các nhóm nhỏ với đặc điểm, nhu cầu và cách chi tiêu tương tự nhau. Thông tin này rất có ích trong việc xác định các mục tiêu về cơ sở hạ tầng, nhu cầu về nhân sự, các chương trình tuyên truyền giáo dục và quảng bá khác. Kết hợp với dữ liệu về các thị trường du lịch, thông tin này có thể được dùng để xây dựng các mục tiêu thu hút nhiều loại du khách tới khu di sản. Chẳng hạn, các nhà quản lý với chính sách thúc đẩy phát triển cộng đồng địa phương có thể đặt ra một mục đích thu hút những hãng tổ chức tour nào sử dụng hướng dẫn viên người địa phương.

#### 5.5.2. Lượng du khách cũng ảnh hưởng tới các mục tiêu quản lý, cơ sở hạ tầng và việc sắp xếp phương tiện.

Kinh nghiệm ở

khu Thác Liffey của Tasmania minh họa sự hữu ích của thông tin về sở thích của du khách khi xây dựng các mục tiêu quản lý. Ủy ban Lâm nghiệp phát hiện du khách thích tham quan thác nước, chứ không mấy quan tâm đến các phương tiện giải trí sẵn có khác. Biết được điều này, các quan chức đã có thể tập trung nỗ lực, tiết kiệm được khá nhiều tiền của và thời gian của nhân viên.

Ở Vườn Quốc gia Uluru của Australia, một khảo sát cho thấy hầu hết du khách đều muốn thăm và leo lên đá Ayers. Rất ít người cho biết lý do đầu tiên đưa họ tới thăm vùng này là thăm khu vực hoang sơ và các loài động vật hoang dã. Thông tin này giúp nhân viên vườn quốc gia tập trung chú ý vào leo lên đá Ayers.

#### 5.5.3. Có thể sử dụng các nguồn lực hiện có để khởi đầu quá trình đánh giá sở thích và đòi hỏi của du khách.

Thông tin và số liệu từ Bộ du lịch, từ nhân viên các khu bảo vệ và các hãng tổ chức tour có thể giúp gợi mở một ý tưởng về đòi hỏi hiện nay và trong tương lai, và về sự kết hợp nhiều phân đoạn thị trường. Các quan chức phụ trách du lịch quốc gia có thông tin về sự phát triển du lịch và các nghiên cứu hay thống kê về thị trường du lịch. Số liệu thống kê và các báo cáo của nhân viên khu di sản và các hãng tổ chức tour có thể giúp hiểu được sở thích và đòi hỏi của du khách. Những nghiên cứu hiện có trong tay các quan chức phụ trách du lịch quốc gia có thể cung cấp thông tin về các loại du khách mà chính phủ muốn thu hút và loại du khách được dự kiến sẽ tới thăm khu di sản trong tương lai. Phòng vấn các quan chức vườn quốc gia, lâm nghiệp và thám sát khảo cổ đã hỏi hưu có thể làm sáng rõ những kế hoạch quản lý trước đây và các số liệu về du lịch. Chúng có thể gồm số liệu thống kê về lượng du khách tới vườn quốc gia, đến từ nước nào và số ngày họ lưu lại khu vực. Thông qua các cuộc thảo luận, các quan chức có thể giúp các nhà quản lý xác định những thay đổi về các mối quan tâm, các hoạt động và cách thức du lịch của lữ khách.

Quan sát sự phát triển du lịch ở các cộng đồng xung quanh có thể cho thấy những đòi hỏi tiềm tàng của du khách đối với khu di sản và du lịch đã tác động thế nào tới kinh tế và điều kiện xã hội của cộng đồng. Các hướng dẫn viên người địa phương và chủ khách sạn lớn nhỏ có thể cung cấp thông tin về sở thích và đòi hỏi của các lượt du khách. Cũng vì thường xuyên tiếp xúc với những thay đổi trong các thị trường du lịch quốc tế cho nên họ có thể giúp xác định và theo dõi sở thích và đòi hỏi của khách; chẳng hạn khách đi theo tour hay theo nhóm có tổ chức, hoặc là đi một mình. Họ còn có thể cung cấp những thông tin bổ ích về việc phát triển cơ sở hạ tầng và các tài liệu hướng dẫn về khu di sản. Các nhà khoa học và khảo cổ cũng có thể chia sẻ thông tin về sở thích và cách thức hoạt động của du khách.

**5.5.4. Quan sát, khảo sát và phỏng vấn cung cấp nhiều dữ liệu chi tiết hơn về du khách.** Những thông tin như vậy về du khách và các mối quan tâm của họ sẽ rất cần cho việc điều chỉnh các mục tiêu quản lý, chẳng hạn về sở thích của đám đông hoặc cách thức chi tiêu của họ. Việc quan sát là có tính định lượng, và kém chính xác hơn khảo sát và phỏng vấn trực tiếp, tuy nhiên quan sát có ưu điểm là nhanh, ít tốn kém và giúp chỉ ra các xu hướng, hoặc gợi ra các mục tiêu cho các khảo sát hoặc phỏng vấn cuối cùng.

Việc quan sát cần lưu ý đến các yếu tố như cách thức tổ chức (du khách theo nhóm lớn hay nhỏ), phương tiện đi lại, loại và số lượng trang thiết bị, cách thức sử dụng thời gian, những nơi du khách đến thăm và hành vi của du khách, bao gồm cả ngôn ngữ sử dụng và mức độ gây ra tiếng ồn. Vì hầu hết mọi người đều có khó khăn trong việc phân tích lối ứng xử và động cơ của chính mình, nên quan sát có thể là một kỹ thuật lành lẹ và hữu ích để theo dõi những việc du khách thật sự làm.

**Lên kế hoạch và tiến hành khảo sát**

Các mục tiêu:

*Bước đầu tiên bảo đảm khảo sát thành công là hiểu rõ mục đích của việc sắp làm và điều này sẽ liên quan đến việc lựa chọn cách thức thu thập số liệu, lập bảng khảo sát và các hoạt động thực địa. Sau đây là ví dụ về những mục tiêu của khảo sát:*

- *Đánh giá chương trình giới thiệu hoặc quảng bá khu di sản.*
- *Đánh giá số lượng và loại du khách tới thăm khu di sản để mình định cho việc xin tài trợ hoặc đánh giá tính hiệu quả của đầu tư.*
- *Dự liệu du khách sẵn sàng chấp nhận trả tới mức nào để đặt mức lệ phí vào cửa sát thực tế.*
- *Đánh giá sở thích của du khách đối với những hoạt động giải trí hiện có hoặc được dự tính.*

**Những cân nhắc về mặt đạo đức**

- *Những người thực hiện khảo sát cần cởi mở và thành thật về những thông tin họ cần thu thập, như số liệu về mức chi tiêu của du khách chẳng hạn.*
- *Những người trả lời có quyền từ chối trả lời một câu hỏi hoặc ngừng trả lời các câu hỏi bất cứ lúc nào.*
- *Người thực hiện khảo sát cần bảo đảm sự cân mật, hoặc nếu các số liệu thu thập sẽ được công bố thì cần được người trả lời đồng ý bằng văn bản. Thông tin cá nhân ít khi cần thiết; địa chỉ thư tín của du khách có thể được xây dựng thành danh mục riêng không gắn với nội dung khảo sát.*
- *Các câu hỏi và thủ tục khảo sát cần tính đến sự nhạy cảm giữa các nền văn hoá, về tộc người hoặc giới tính.*

**Các loại dữ liệu**

*Dữ liệu định tính có thể cung cấp nhiều thông tin đặc tả có thể sử dụng độc lập hoặc giúp xác định mục tiêu của các cuộc khảo sát có tính chất định lượng. Phương pháp thu thập dữ liệu định tính bao gồm các cuộc phỏng vấn, các nhóm trọng điểm và quan sát. Nhược điểm của nó là những dữ liệu định tính khó đo đếm và đòi hỏi những đánh giá chủ quan.*

**Dữ liệu định lượng** có thể được thu thập qua các cuộc tiếp xúc trực tiếp hoặc phỏng vấn qua điện thoại, hoặc qua các bảng câu hỏi thăm dò. Số liệu mang tính định lượng thường ở dạng số, có thể mã hóa để dùng cho phân tích dữ liệu. Thái độ và ý kiến được đo đếm bằng bảng chia theo tỷ lệ. Trong khi phương pháp định lượng chỉ lấy số liệu từ một bộ phận dân cư, thì qua phân tích thống kê có thể cho phép khái quát với độ tin cậy tương đối về toàn bộ cộng đồng. Nhược điểm của dữ liệu thu thập bằng phương pháp này là chúng không mang tính cá nhân nên không lột tả được tại sao du khách lại có thái độ hoặc ứng xử như thế. Một nhược điểm khác là những sai sót trong thiết kế bảng khảo sát hoặc kỹ năng phỏng vấn có thể dẫn tới những nhận định sai lầm. Lỗi trong thiết kế cũng có thể đưa tới việc thu thập mẫu thông tin không thực sự đại diện cho toàn bộ dân cư đang được khảo sát.

**Các kỹ thuật thu thập dữ liệu.**

Kỹ thuật **quan sát người tham gia** nhưng không cho họ biết có thể được sử dụng để thu thập những số liệu mang tính định tính và định lượng. Người thực hiện khảo sát trở thành một bộ phận của nhóm đang được quan sát và có thể có những phát hiện quan trọng về sở thích của du khách. Những thông tin như vậy có thể giúp cho việc lên kế hoạch khảo sát chi tiết, bằng cách góp phần xác định các loại du khách chẳng hạn.

**Phỏng vấn trực tiếp** là dịp để hỏi sâu về một chủ đề đặc biệt nào đó. Người được phỏng vấn được phép tự do trả lời mà không bị giới hạn về thời gian. Cũng như với phương pháp quan sát, cách làm này có thể là bước khởi đầu để phát triển một khảo sát mang tính định lượng. Phỏng vấn ít dẫn đến hiểu lầm và tránh được những vấn đề xảy ra đối với người không biết chữ và rào cản ngôn ngữ. Các câu hỏi tiếp theo có thể dùng để sửa những câu trả lời không đầy đủ. Phỏng vấn là đặc biệt có ích khi chủ đề có tính chất phức tạp và khi cần sự kín đáo để tránh sức ép do chênh lệch về địa vị. Bất lợi của phỏng vấn là chúng công phu và tốn kém hơn các phương pháp

khác, và việc người phỏng vấn có thành kiến là điều khó tránh khỏi.

**Nhóm trọng điểm** tổ chức các cuộc thảo luận thoải mái, nhằm làm xuất lộ một số vấn đề. Người chủ trì điều phối cuộc thảo luận và ghi lại kết quả. Các cuộc thảo luận của nhóm trọng điểm tạo điều kiện có được nhiều câu trả lời và mất ít thời gian hơn các cuộc phỏng vấn sâu về chủ đề. Cách làm này cho phép quan sát những người tham gia, từ đó có cách nhìn rõ về cách ứng xử và thái độ của họ.

**Phương pháp sử dụng phiếu thăm dò** ít tốn kém hơn phỏng vấn và có thể thu thập được rất nhiều thông tin. Phiếu thăm dò có thể được đặt ở những nơi đã được tính toán, phân phát cùng vé vào tham quan hoặc chuyển cho nhóm người đã được lựa chọn sẵn. Bất lợi chính là không tiến hành được các hoạt động tiếp theo với những người đã tham gia trả lời câu hỏi.

**5.5.5. Phỏng vấn thường mất nhiều công sức hơn, nhưng lại có thể tạo điều kiện nghiên cứu toàn diện về một tình huống nào đó.** Phỏng vấn đòi hỏi phải có sự huấn luyện riêng, và kết quả có thể khác nhau tùy theo sự chú quan của người thực hiện. Phỏng vấn trực tiếp sử dụng các câu hỏi mở thường bổ trợ đắc lực cho các dữ liệu mang tính định lượng. Phỏng vấn cũng có giá trị vì chúng cung cấp cho những người được phỏng vấn thông tin về những vấn đề của khu di sản.

Thăm dò khảo sát đỡ tốn kém hơn phỏng vấn trực tiếp, có thể tiếp xúc với nhiều loại du khách và cho những dữ liệu định lượng giá trị vốn có ích cho việc củng cố các quyết định quản lý. Tuy nhiên, trong khảo sát thì thông tin chỉ có tính một chiều, và các khảo sát đòi hỏi phải có kỹ năng soạn thảo các câu hỏi thăm dò và quản lý dữ liệu. Chúng cũng ít hiệu quả hơn phỏng vấn trong việc nâng cao ý thức của du khách. Lý tưởng nhất là kết hợp được các phương pháp để xác định sở thích và xây dựng những dữ liệu chính xác về du khách. Phân loại du khách theo sở thích và lối ứng xử có thể góp phần thực hiện những mục đích và mục tiêu của khu di sản. Chẳng hạn,

nếu tạo ra thu nhập là mục đích chính thì cần tập hợp các thông tin về những biến đổi trong cách chi tiêu của du khách. Còn nếu giáo dục học sinh trẻ em là ưu tiên thì cũng phải được thể hiện trong bảng khảo sát.

### 5.6. Xác định mục tiêu của khu di sản tạo ra nhiều hoạt động đa dạng

**5.6.1. Ở những khu di sản lớn, dù là khu di sản văn hoá, thiên nhiên hay hỗn hợp thì các mục tiêu quản lý có thể khác nhau đối với mỗi vùng.** Người ta thường có những mong muốn khác nhau khi đi du lịch. Những người chú tâm quan sát chim muông có thể đến khu vực để xem các loài chim có nguy cơ tuyệt chủng trong một môi trường tĩnh lặng, ít người đến thăm. Cùng thời gian đó thì những du khách địa phương có thể tới khu di sản để thăm một phế tích khảo cổ, đi dã ngoại hoặc làm quen với các thành viên trong gia đình và họ có thể lại không thấy khó chịu vì ồn ào.

*Hệ thống chuẩn Cơ hội Giải trí (ROS)* đã chứng tỏ là công cụ hữu ích trong việc xác định các mục tiêu cho những trải nghiệm khác nhau của du khách. ROS là một phương tiện mô tả du lịch và giải trí sẽ được quản lý như thế nào ở những vùng khác nhau trong cùng một khu di sản. ROS hoạt động với giả định là mỗi loại hoạt động chỉ phù hợp nhất với một vùng tự nhiên cụ thể, chẳng hạn, nếu du khách muốn trải nghiệm khung cảnh hoang dã của thiên nhiên thì những khu rừng còn tương đối hoang sơ sẽ thích hợp hơn là những khu canh tác. Nó cũng thừa nhận rằng các hoạt động của ROS này cần phải tạo cho du khách có những cơ hội trải nghiệm, chẳng hạn như một không gian tĩnh lặng hoặc những chuyến đi đầy chất phiêu lưu mạo hiểm. Ở vùng núi Kilimanjaro của Tanzania, các nhà vạch kế hoạch đã tạo ra một khu vực đi bộ vượt đèo với số lượng hạn chế, và vì thế du khách có thể không phải tiếp xúc thường xuyên với các du khách khác. Những khu vực hoang vu còn bị hạn chế hơn nữa, thậm chí chỉ cho phép sử dụng ở mức tối thiểu. Toàn bộ lán trại và các phương tiện cố định khác phải chuyển đi, chỉ cho phép một khu cắm trại đảm bảo yên tĩnh cao nhất; khu vực

này hoàn toàn không có sự hiện diện thường xuyên của con người.

Để tách bạch các hoạt động khác nhau, hệ thống ROS sử dụng các loại hình đã được xác lập, gọi là các loại cơ hội thích hợp với nguồn lực tự nhiên của khu di sản, với những hoạt động thích hợp nhất. Chẳng hạn ở một khu di sản hỗn hợp, một khu vực có thể được quản lý dành riêng cho du lịch khảo cổ, và một khu vực khác cho du khách quan sát chim muông. Các loại cơ hội như vậy đưa ra những điều kiện cần có cho từng vùng khác nhau và những hướng dẫn về mục tiêu quản lý, bao gồm các hướng dẫn về những hoạt động du lịch/giải trí và phát triển cơ sở hạ tầng. Ở Mỹ, các dịch vụ công viên và rừng sử dụng hệ thống phân loại các cơ hội đã định trước bao gồm những khu vực nguyên sinh, bán nguyên sinh không cho phép xe cộ ra vào; bán nguyên sinh cho phép xe cộ ra vào; nông thôn và thành thị hiện đại. Các nước khác xây dựng hệ thống phân loại riêng của họ phù hợp với thực tế tự nhiên ở một khu nào đó. Mỗi loại lại có những tiêu chuẩn quản lý và điều kiện mong muốn riêng nằm trong những mục đích chính sách của khu di sản. Thông tin cần thiết để xác định và thành lập các khu vực thuộc phân loại cơ hội nào đều dựa trên những thông tin cơ bản về mục đích chính sách, luật pháp hiện hành và các mối quan tâm của những người có lợi ích.

Mỗi loại cơ hội lại bao gồm một hệ thống các trải nghiệm và hoạt động dành riêng cho du khách. Mỗi thứ đều có những hướng dẫn về các điều kiện quản lý, xã hội và sinh thái. Chẳng hạn, một khu thuộc loại nguyên sơ có thể được duy trì như một dải địa hình hoang vu nơi xe cộ không được phép ra vào, do đó có nhiều khả năng du khách được trải nghiệm nhiều thách thức tự nhiên trong không gian tĩnh lặng. Vì những khu như vậy thu hút mạnh du khách tìm kiếm trải nghiệm nơi hoang dã cho nên các môn thể thao như dã ngoại và bơi thuyền có thể là các hoạt động thích hợp.

Trong hệ thống chuẩn đó, các vùng thôn dã bên trong khu di sản, chẳng hạn đất canh tác, có thể chịu tác động của con người ở

hiều mức độ khác nhau và tiếp xúc với người khác là điều có thể xảy ra. Ở đây, các hoạt động như du lịch ba lô nơi hoang dã có lẽ là không thích hợp. Mặt khác, việc quan sát chim muông dọc theo đường làng có thể là hoạt động du lịch thích hợp hơn.

Phát triển cơ cấu hạ tầng để phục vụ những hoạt động khác nhau liên quan chặt chẽ tới loại cơ hội của một vùng. Hệ thống ROS làm cho những mục tiêu của cơ sở hạ tầng phù hợp với những trải nghiệm được chào mời. Chẳng hạn, nếu mục tiêu là cung cấp cho du khách một trải nghiệm ở một khu hoang dã, thì chỉ cần hạ tầng cơ sở cơ bản là đủ. Ở những vùng nông thôn dân cư đông đúc, cơ sở hạ tầng có thể phức tạp hơn, với chỗ ăn nghỉ đáp ứng được mong muốn của du khách.

### 5.7. Gợi ý và Khuyến nghị

- Khi xác định mục đích và mục tiêu, bước đầu tiên là quyết định mục đích của du lịch tại khu di sản. Các câu hỏi sau đây có thể kích thích suy nghĩ về vấn đề này:

- Có phải mục tiêu duy nhất là thu ngoại tệ, hay khu di sản cũng có thể được dùng để thúc đẩy các doanh nghiệp nhỏ của địa phương, như việc sử dụng hướng dẫn viên hoặc sản xuất đồ thủ công?

- Liệu thu nhập có được dùng để hỗ trợ khu di sản, chẳng hạn để trả cho việc tuyển dụng thêm những người bảo vệ khu di sản hay không?

- Khu di sản nên thiết kế thế nào và quản lý ra sao?

- Liệu nó có tạo cơ hội đặc biệt cho việc làm tại địa phương và cung cấp các cơ hội giáo dục cho người địa phương hay không?

- Liệu thiết kế hạ tầng cơ sở của khu di sản có phản ánh truyền thống của khu vực thông qua việc sử dụng các vật liệu tự nhiên hay không?

- Thu thập và tổ chức thông tin từ những nguồn sẵn có, gồm hồ sơ lưu trữ tại thư viện hoặc bộ phận phụ trách kế hoạch, và ghi nhớ tới những lĩnh vực còn thiếu thông tin thì có thể tiết kiệm thời gian và tiền của. Việc này có thể tạo điều kiện dễ dàng cho công việc của các chuyên gia bên ngoài và

xác định được những dữ liệu quản lý cần thiết khác nữa. Bộ du lịch, nhân viên các khu được bảo vệ và các hãng tổ chức tour có thể cung cấp thông tin và thống kê về những khu vực dễ bị ảnh hưởng, những khu được quan tâm đặc biệt, tác động của du khách hiện hữu, những đòi hỏi hiện thời và trong tương lai, và sự kết hợp các phân đoạn thị trường. Thông tin này có ích trong việc ra quyết định về việc xác định vị trí, thiết kế và chi phí xây dựng cơ sở hạ tầng.

- Nắm được các chính sách du lịch của chính quyền, điều kiện phát triển du lịch hiện nay, những nghiên cứu hoặc thống kê về các phân đoạn thị trường du lịch của đất nước sẽ giúp cho việc phát triển chính sách và các mục tiêu quản lý. Các kế hoạch quản lý cùng hồ sơ về lượng du khách, cũng như những vấn đề du lịch đặt ra và giải pháp khắc phục sẽ góp phần làm sáng tỏ những điều kiện môi trường, văn hóa và khảo cổ. Hướng dẫn viên địa phương cần thông thạo về các điều kiện xã hội, môi trường và sở thích của du khách. Hướng dẫn viên làm cho các hãng du lịch lớn, chủ hoặc các nhà quản lý khách sạn và nhà nghỉ có thể cho lời khuyên về những điều cần quan tâm trong quản lý và về sở thích của khách. Các hãng tổ chức tour quen thuộc với các thị trường du lịch quốc tế cũng có thể giúp xác định và theo dõi sở thích và đòi hỏi của du khách.

- Cần phân tích xem các mối quan tâm của những người có lợi ích sẽ ảnh hưởng thế nào tới chi phí quản lý. Chẳng hạn, có thể là quan tâm đến việc bảo vệ và xem xét một loài động vật hoang dã nào đó hoặc giảm thiểu tình trạng đông người ở một khu phế tích cổ. Với những thông tin này, nhà quản lý có thể xác định xem các quỹ có đủ để mang lại và duy trì những điều kiện mong muốn hay không.

- Nhà quản lý cần quyết định mức độ sử dụng hiện nay bằng cách đặt các câu hỏi sau đây: Có bao nhiêu người đến thăm khu di sản? Họ là người địa phương hay người nước ngoài? Họ biết về khu di sản bằng cách nào, và làm gì khi tới thăm khu đó? Những loại dịch vụ nào hiện tồn tại? Những địa điểm thu hút du lịch hiện thời

có cho thấy dấu hiệu của sự hư hại? Các lưu ý về thực trạng của khu di sản có ảnh minh họa có thể giúp xác định các mục tiêu quản lý và theo dõi, giới thiệu khu di sản trong tương lai.

- Liệt kê các mối quan tâm và các vấn đề ưu tiên của những người có lợi ích khác nhau sẽ giúp phân tích họ ảnh hưởng tới mục đích và mục tiêu như thế nào. Cần xác định rõ ràng sự khác biệt ý kiến và những lĩnh vực có được thỏa thuận giữa các nhóm. Các mối liên hệ chung rất quan trọng đối với việc xây dựng mục đích và mục tiêu phát triển và quản lý và cung cấp cơ sở cho việc xác định các hoạt động theo dõi cần thiết.

- Các lời bình luận cần được xem xét, thảo luận và đưa vào văn kiện cuối cùng được tất cả các bên liên quan thông qua để có thể tìm ra phương hướng chung trong phát triển du lịch. Một tuyên bố chính sách sẽ là chìa khóa mở ra các quyết định trong tương lai. Các định nghĩa hiện có về du lịch và các tài liệu chính sách như Hiến chương Du lịch Văn hóa của ICOMOS (xem Phụ lục 2) có thể định hướng cho việc hoạch định những chính sách dành cho khu di sản.

- Một ban tư vấn du lịch dành cho những người có lợi ích gồm các nhóm lợi ích khác nhau, các quan chức phụ trách du lịch, chính quyền địa phương, dân chúng sở tại, các nhà quản lý khu di sản và những người khác có thể là cơ chế trao đổi ý kiến quan trọng. Nhóm này cần gặp gỡ thường xuyên để thảo luận mục đích của chương trình du lịch ở khu di sản và nên quản lý nó thế nào. Quá trình này cần đi tới đồng thuận về một chính sách hay tuyên bố tầm nhìn. Những câu hỏi cần giải đáp là:

- Khu di sản có cung cấp các cơ hội du lịch mà du khách đòi hỏi hay không?
- Giá thành của việc này có hợp lý không nếu tính đến yêu cầu của khu di sản và những người có lợi ích khác?
- Có sự khác biệt nào giữa các nhóm có lợi ích có thể ngăn cản quá trình thực hiện dự án hay không?

- Quá trình ROS cần được sử dụng để lên sơ đồ các khu vực thích hợp nhất cho các hoạt động ở các khu di sản thiên nhiên lớn, hoặc khu hỗn hợp thiên nhiên và văn hóa để thảo luận với ban tư vấn. Bản đồ sử dụng đất hiện có và các thông tin về bản kiểm kê lần cuối sẽ cung cấp những điều cần thiết cho bước đi ban đầu.

- Phân tích những lợi thế tương đối của khu di sản so với các khu lân cận sẽ giúp định hướng cho các mục đích và mục tiêu phát triển du lịch. Chúng cần phản ánh những phẩm chất làm cho khu di sản có khả năng cạnh tranh trên thị trường và đáp ứng các mục tiêu kinh tế xã hội. Phân loại theo ROS cần phản ánh những lợi thế tương đối này. Chẳng hạn, khu di sản có thể có nhiều bãi tắm riêng biệt hơn khu bên cạnh, tạo cho nó lợi thế tương đối rõ ràng. Mục tiêu quản lý có thể là chỉ xây dựng một số cơ sở hạ tầng nhỏ, hạn chế du lịch ở mức thấp, có thể bằng cách tăng giá vé vào cửa đối với những người được đặc quyền sử dụng những khu vực còn tương đối hoang sơ.

### Gợi ý các hoạt động

#### 1. Phân tích chính sách và các mục tiêu quản lý hiện hành.

- xem xét lại luật lệ và chính sách, kể cả ở cấp quốc gia liên quan đến quản lý du khách.
- xem lại kế hoạch quản lý khu di sản và phân tích các mục tiêu quản lý du khách trước đây.
- điểm lại kinh nghiệm du lịch của khu cho tới lúc này, trong đó nêu rõ ai phụ trách lĩnh vực nào và họ đã làm gì, những điểm mạnh cũng như điểm yếu trong những nỗ lực này.
- xác định các lỗ hổng, ví dụ chính sách và mục tiêu nào cần tăng cường và nêu rõ những yêu cầu trong tương lai với những gợi ý sơ bộ về các hành động cần thực hiện để đáp ứng những yêu cầu này.

#### 2. Thu thập dữ liệu về du khách

- xác định xem du khách tới khu di sản là người bản địa hay nước ngoài.

- xác định các nhóm khác nhau sử dụng khu di sản như thế nào. Chẳng hạn, người bản địa có thể thích tắm suối, trong khi khách nước ngoài lại cũng đến khu di sản đó để xem các loài chim nổi tiếng.
- thu thập các số liệu thống kê hiện hữu về cách sử dụng, xu hướng cũng như cách thức và các hoạt động du lịch.
- xây dựng và tiến hành thăm dò khảo sát về du khách bằng cách hỏi xem họ có những nhận thức gì, sở thích ra sao và so sánh khu này với các khu gần đó; xác định những vấn đề của du khách đặt ra hoặc các khu vực thuộc dạng quan tâm đặc biệt và đưa thêm chúng vào bản đồ.
- hỏi các hãng tổ chức tour về nhu cầu cùng sở thích du lịch và để họ so sánh khu này với các khu lân cận.

3. *Gặp các nhóm lợi ích, hoặc thông qua phỏng vấn hoặc tổ chức lớp tập huấn và dự thảo tài liệu về các vấn đề cần xử lý. Tham khảo ý kiến:*

- lãnh đạo cộng đồng để lấy ý kiến cho việc lên kế hoạch, phát triển du lịch trong các cộng đồng lân cận và các loại kỹ năng hiện có trong cộng đồng.
- nhân viên quản lý và hành chính để xác định những mối quan tâm và định hướng của họ.
- hướng dẫn viên du lịch người địa phương để biết quan điểm của họ về các điều kiện xã hội và môi trường ở khu di sản
- các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu để hiểu rõ hơn về các điều kiện môi trường, xã hội của khu di sản liên quan đến tác động của du khách.
- giới chủ và quản lý khách sạn để biết quan điểm của họ về các vấn đề quản lý, chẳng hạn hệ thống đặt chỗ trước và thông tin liên lạc giữa khu di sản và các khách sạn, các hãng tổ chức tour du lịch để xác định nhu cầu và sở thích của du khách.

4. *Thành lập một nhóm tư vấn du lịch*

- đề nghị mỗi nhóm lợi ích cử đại diện vào nhóm tư vấn và sắp xếp một hệ thống trao đổi thông tin thực tế.
- cung cấp cho các thành viên bản dự thảo về các vấn đề cần xử lý và các mối quan

tâm và tìm kiếm đồng thuận của họ với văn bản đó.

- phác họa trách nhiệm của các đại diện trong nhóm tư vấn du lịch.

5. *Soạn thảo chính sách du lịch*

- phối hợp với nhóm tư vấn để xây dựng chính sách quản lý du khách; đặt cơ sở các cuộc thảo luận dựa trên những yêu cầu về chính sách của khu di sản, những thông số về quản lý, các mối quan tâm của những người có lợi ích, lợi thế tương đối của khu di sản và những luật lệ và công ước quốc tế hiện hành.
- biểu lộ sự đồng thuận về các loại hình và lượng du khách mong muốn.
- đưa ra tuyên bố chính sách/tầm nhìn đã được công khai thông qua.

6. *Phát triển các mục tiêu quản lý*

- cùng nhóm tư vấn du lịch xem xét tuyên bố tầm nhìn, các mối quan tâm của những người có lợi ích và các vấn đề ưu tiên trong quản lý.
- nếu thích hợp, và nếu thấy khu di sản có lợi thế tương đối thì sử dụng sơ đồ của các chương trình trước để xác định và vẽ lại sơ đồ về các loại cơ hội theo hệ thống ROS.
- nếu ROS được sử dụng thì đi tới đồng thuận về các mục tiêu quản lý hoặc cho toàn bộ khu di sản hoặc cho mỗi loại cơ hội; triển khai kế hoạch phát triển hạ tầng cơ sở phù hợp với các hoạt động ở khu di sản.

**Sách cần tham khảo**

- Simon Arthur và Michael C. Hall. “*Lên kế hoạch chiến lược cho Quản lý Du khách tại khu di sản, hội nhập người dân và các địa danh thông qua việc tham gia*” trong *Quản lý DSTG ở Niu Di-lon và Ô-xtrây-li-a, Quản lý Du khách, Giới thiệu và Tiếp thị* do Michael Hall biên soạn; ĐH Oxford Press, 1993.
- Roger N. Clark và George H. Stankey. *Hệ thống chuỗi cơ hội giải trí: Bộ khung chung cho việc lên kế hoạch, quản lý và nghiên cứu*. Bộ Dịch vụ Nông lâm của Mỹ; Trạm thí nghiệm Lâm nghiệp Đông bắc TBD, Báo cáo kỹ thuật: PNW-98, 10/1979.

- Donald Garfield (biên soạn). *Du lịch tại các Khu di sản Văn hóa Thế giới: Sách hướng dẫn các nhà quản lý khu di sản* (tái bản lần thứ 2). UBQT của ICOMOS về Du lịch Văn hóa; Washington, DC, 1993.
- Tazim B. Jamal và Donald Getz. *Viễn cảnh phát triển du lịch bền vững: Sự hợp tác dựa trên cộng đồng*” trong cuốn *Quản lý chất lượng trong du lịch đô thị* do Peter Murphy biên soạn, NXB John Weley& Các con, 1997.
- *Vạch kế hoạch Dự án định hướng theo mục tiêu (ZOPP)*. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Unite 04, Phát triển Chiến lược quyền tự trị, Đức (bằng tiếng Anh, Pháp, Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha), Eschborn, Germany 1988.
- *Wilson Merrill Ann. “Các vấn đề triết học của Ổn định các phế tích. “Viễn cảnh quốc tế về Công viên Văn hóa: Kỷ yếu hội nghị lần thứ nhất, Vườn Quốc gia Mesa Verde, Colorado, USA.*





# 6

## Năng lực thực hiện và các vấn đề hoạch định kế hoạch liên quan



*Tongariro National Park, New Zealand*

© J. Thorsell/IUCN

Hiểu vấn đề năng lực thực hiện là điều rất cần thiết đối với việc lập kế hoạch và ra quyết định. Hiểu được giới hạn của khái niệm này và có kiến thức về các phương pháp luận thay thế cho nó cũng là điều quan trọng không chỉ đối với việc thực hiện các kế hoạch quản lý thực tế, mà còn đối với việc đánh giá các dự án được đề nghị. Các phương pháp luận này tạo ra các chỉ báo và tiêu chuẩn tác động gắn với các mục đích chính sách và mục tiêu quản lý khu di sản. Chúng rất quan trọng đối với việc xác định khi nào những thay đổi không mong muốn đang diễn ra tại một khu di sản.

### 6.1. Các vấn đề tổng quát về năng lực thực hiện

**6.1.1. Khái niệm năng lực thực hiện đề cập đến vấn đề là liệu bao nhiêu người có thể được phép vào khu di sản mà không đưa tới nguy cơ làm nó xuống cấp và làm giảm chất lượng những trải nghiệm của du khách.** Thông thường nó được chia làm ba loại là vật chất, môi trường và xã hội.

- *Năng lực vật chất*, mà Tổ chức du lịch thế giới gọi là “năng lực thực hiện thông qua các phương tiện” chủ yếu liên quan đến số giường có thể cung cấp cho khách nghỉ qua đêm, chỗ đỗ xe có thể chứa được bao nhiêu xe, bao nhiêu người có thể tá túc trong khu cắm trại, số ghế trong nhà hát, ...vv. Đi đôi với những quan tâm trên là vấn đề cung cấp nước sạch và điện.
- *Năng lực môi trường* là mức độ mà một hệ sinh thái có thể cho phép sự can thiệp của con người, trong khi vẫn duy trì hoạt động một cách bền vững. Như đã lưu ý trong chương 3, việc dự báo năng lực môi trường là rất khó vì mối quan hệ theo đường vòng cung giữa mức độ sử dụng và các tác động tại một khu di sản, và những biến động lớn trong khả năng đề kháng và phục hồi của hệ sinh thái.
- *Năng lực xã hội* mang tính tâm lý và văn hóa-xã hội, đề cập tới những giới hạn mà nếu vượt quá giới hạn đó thì lượng người trong một khoảng không gian xác định có thể gây ra sự suy giảm chất lượng trong việc giải trí và sự thỏa mãn của người

sử dụng. Quá đông người là một ví dụ điển hình về vấn đề năng lực văn hóa-xã hội. Yếu tố này cũng rất khó đánh giá vì các nhóm khác nhau có những mong đợi xã hội khác nhau, và vì những vấn đề phức tạp liên quan đến sức đề kháng và phục hồi văn hóa.

**6.1.2. Khái niệm năng lực thực hiện đã phát triển đầy đủ thông qua sự hiểu biết tốt hơn về mối quan hệ giữa lượng du khách và những tác động mà họ gây ra.** Trong những năm 1960 và 1970, người ta chủ yếu quan tâm đến việc phát triển một hệ thống giới hạn lượng du khách ra vào các vườn quốc gia, các di tích và các khu vực được bảo vệ như là một cách bảo vệ các nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa. Việc này nhằm quyết định thời điểm mà tại đó các tác động nghịch có thể bắt đầu. Kinh nghiệm cho thấy sự tính toán đơn giản như vậy là không khả thi. Có nhiều yếu tố liên quan đến nó như:

Sự bắt đầu xuống cấp mạnh mẽ của môi trường hay các tác động xã hội tiêu cực sớm muộn cũng sẽ xuất hiện, tùy thuộc vào những biến đổi trong lối ứng xử của du khách, hoặc sức đề kháng và hồi phục của một hệ sinh thái nào đó. Một du khách thiếu ý thức có thể gây thiệt hại lớn gấp 50 lần một du khách có ý thức. Một số khu vực như vùng đồng cỏ chẳng hạn có thể ít khả năng chịu đựng được tần suất sử dụng hơn những khu vực có khả năng hồi phục tốt; chỉ một số du khách trong một cộng đồng là có thể chịu trách nhiệm về việc xả phần lớn rác thải; một số cộng đồng có thể chấp nhận những nhóm du khách lớn hơn trong khi số khác lại loại bỏ, v.v Với một số người, chỉ cần một du khách tới thăm khu khảo cổ đã là quá nhiều; với những người khác, hàng trăm du khách cũng chẳng phương hại gì tới chất lượng của những trải nghiệm trong khu vực.

Đặt chỉ tiêu năng lực thực hiện cụ thể có thể tạo cảm giác giả tạo rằng khu di sản đã được bảo vệ, trong khi thực tế lại không phải như vậy. Lượng du khách tới thăm một phế tích có thể giới hạn ở mức 100 người một lúc, nhưng ở một góc khuất nào đó, một vài du khách có thể đang tự tiện

lấy những đồ lưu niệm vô giá. Khả năng tiếp nhận của một tuyến đường tự nhiên có thể được đặt mức là 100, nhưng điều đó không ngăn được một vài du khách làm kinh động các loài chim đang làm tổ khi họ tới gần chúng để chụp ảnh.

Mọi hoạt động đều gây ra những tác động đối với môi trường và xã hội. Các nhà quản lý khu di sản phải đặt ra các mục tiêu được xác định rõ về những điều kiện mong muốn dùng làm đường biên giới hạn cho việc quyết định mức độ tác động có thể chấp nhận. Chẳng hạn, các nhà quản lý cần biết lượng rác thải dọc tuyến đường là bao nhiêu trước khi phát động chiến dịch tuyên truyền yêu cầu du khách không xả rác, để có thể tính toán liệu những nỗ lực đó có thể thành công hay không. Khi du khách tới thăm một khu di sản thiên nhiên mà không muốn bị ảnh hưởng bởi các du khách khác, các nhà quản lý có thể đặt con số giới hạn về lượng người mà được xem là không thoả đáng.

Rõ ràng là không hề có con số thần kỳ. Những mô hình quản lý du khách hiện nay bao gồm việc đặt ra các mục đích và mục tiêu, xây dựng các chỉ số và theo dõi kết quả.

**6.1.3. Lên kế hoạch quản lý du khách cần dựa trên ý tưởng những giới hạn đối với những thay đổi có thể chấp nhận được.** Các phương pháp luận mới về việc hoạch định kế hoạch cho rằng mọi hoạt động đều gây ra những tác động nhất định và các điều kiện mong muốn cần được coi là đường biên giới hạn cho việc lên kế hoạch. Các nhà quản lý không chỉ cần biết có bao nhiêu du khách trong một khu vực, mà còn phải biết những người này ảnh hưởng thế nào tới nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa của khu vực ấy. Các mô hình mới đặt giới hạn đối với các tác động thay vì giới hạn lượng du khách. Đây là vấn đề theo dõi các chỉ báo sinh thái và xã hội qua các chuyến nghiên cứu thực địa và khảo sát người sử dụng.

**6.1.4. Phương pháp luận “Giới hạn những thay đổi có thể chấp nhận” (LAC) đặt ra các tiêu chuẩn và theo dõi các chỉ**

**báo về quản lý và các mối quan tâm của những người có lợi ích.** Khi các tiêu chuẩn có thể lượng hoá không được đáp ứng, các tác động sẽ trở nên tiêu cực đến mức ban quản lý phải sẵn sàng có những hành động như giảm bớt lượng người ra vào khu di sản và hạn chế các hành vi ứng xử của du khách để tránh việc các nguồn tài nguyên tiếp tục xuống cấp, cho dù những hành động đó có thể không được lòng mọi người. Ý tưởng này cho rằng các điều kiện môi trường và xã hội, ô nhiễm nguồn nước và không khí, rác thải, lượng người quá tải, v.v. đều có những tiêu chuẩn có thể định lượng dựa trên những điều kiện mà mọi người mong đợi. Khi các điều kiện này đã gần tới “giới hạn những thay đổi có thể chấp nhận”, các nhà quản lý phải có những hành động cụ thể nhằm giảm bớt các tác động. Các chương trình LAC có thể định ra giới hạn lượng du khách, ví dụ 100 người vào một khu di sản văn hóa cùng một lần, nhưng một tiến trình tổng thể cho ta hệ thống bảo vệ các nguồn tài nguyên một cách toàn diện và có hiệu quả hơn. Song làm thế nào xác định được loại thay đổi nào và đến mức nào là “có thể chấp nhận” và định ra được chỉ báo hoặc tiêu chuẩn giới hạn đối với những thay đổi có thể làm suy giảm những điều kiện đã được thỏa thuận vẫn là một thách thức.

Các tiêu chuẩn LAC được thiết lập trên cơ sở nhu cầu của những người có lợi ích và ban quản lý và tuân thủ những hướng dẫn pháp lý và của Công ước. Ví dụ, những người có lợi ích có thể chỉ tập trung quan tâm tới việc muốn giới hạn những tác động nào đó bằng cách duy trì một môi trường sạch, an toàn, không đông đúc trong một khu vực nhất định của khu di sản thiên nhiên. Trong trường hợp này, các chỉ báo đáng tin cậy có thể bao gồm lượng người cùng lúc có mặt trên tuyến đường của khu di sản vào cùng một thời điểm, những khu vực nguy hiểm trên tuyến đường, hoặc lượng rác thải.

Mục tiêu quản lý cần đưa tới các tiêu chuẩn về các tác động có thể đo lường được, phản ánh những điều kiện mong đợi. Chẳng hạn, một chỉ báo về khu di sản có thể là số lượng các khu vực không ổn định trên một

tuyến đường dành cho khách du lịch. Trong trường hợp này, người quản lý khu di sản cần xác định thế nào là khu vực không ổn định và có bao nhiêu khu vực như thế dọc theo tuyến đường. Với thông tin này, nhà quản lý sau khi tham khảo ban tư vấn, có thể đặt tiêu chuẩn bảo đảm cho khu vực an toàn đối với du khách. Nếu lượng người quá đông là vấn đề cần quan tâm, du khách có thể thường xuyên được yêu cầu thông báo số du khách cùng có mặt trên tuyến đường, cung cấp những dữ liệu có thể được dùng làm chỉ báo. Các chỉ báo khác có thể thuộc lĩnh vực kinh tế hoặc xã hội, chẳng hạn đối chiếu số tiền thu được của khu di sản và sự đáp ứng của cộng đồng địa phương đối với du khách.

Trong khi LAC là phương pháp luận đầu tiên trong các phương pháp luận quản lý du khách mới, toàn bộ các phương pháp luận vạch kế hoạch khác mới hơn như *Quá trình trải nghiệm của du khách và Bảo vệ nguồn lợi (VERT)* có thể được áp dụng cho cả khu di sản thiên nhiên và văn hóa theo những bước cơ bản sau đây:

1. Xác định mục đích và mục tiêu dựa trên các mối quan tâm của ban quản lý và những người có lợi ích, và làm thế nào để thực hiện chúng.
2. Xây dựng một hệ các chỉ báo hoạt động dựa trên những mục đích và mục tiêu đó.
3. Theo dõi để đánh giá liệu những tiêu chuẩn này có được đáp ứng hay không.
4. Quyết định các hành động nhằm giảm nhẹ vấn đề rắc rối nếu các điều kiện trên không được đáp ứng.

**6.1.5. Các chỉ báo về tác động của du lịch cần phản ánh các mối quan tâm của những người có lợi ích, tuyên bố về chính sách hoặc tầm nhìn, các mục tiêu quản lý và nhu cầu của những người có lợi ích đang sử dụng những thông tin này.** Những yếu tố này, kết hợp với kinh nghiệm thực địa, phải được thông báo cho các cuộc họp của ban tư vấn nhằm lựa chọn các chỉ báo để theo dõi những thay đổi trong điều kiện môi sinh, vật chất và xã hội. Điều thiết yếu là phải thông báo cho những người ra quyết định về việc những thông tin này cần được phổ biến như thế

nào. Nhìn chung, không nhất thiết phải theo dõi tất cả các chỉ báo vì một số chỉ báo này trùng khớp với các chỉ báo khác, và một số khác có thể là chỉ vì nếu theo dõi sẽ quá tốn kém hoặc không thực tế. Đồng thời, các chỉ báo cũng không nên được coi là cách đánh giá đầy đủ một tác động hoặc một vấn đề nào đó, mà chỉ là một cố gắng nhằm mô tả nó mà thôi. Không phải tất cả các khu vực có vấn đề và các mối quan tâm đều chịu sự theo dõi thông qua các chỉ báo.

Thỏa thuận về các chỉ báo là phần quan trọng nhất trong việc theo dõi và đánh giá. Kinh nghiệm cho thấy các cuộc bàn luận sôi nổi và cùng nhau đưa ý kiến thảo luận là hữu ích đối với việc xác định và thỏa thuận với nhau về các chỉ báo.

**6.1.6. Một danh mục về hoàn cảnh hiện hữu sẽ cung cấp các dữ liệu cơ bản cần thiết cho việc xây dựng các chỉ báo.** Các thông tin trong bản tóm tắt này xác định mức độ mà hoàn cảnh hiện hữu có thể khác biệt so với mong đợi. Thông tin về hoàn cảnh hiện tại là cơ sở cho việc thiết lập các tiêu chuẩn thực tế, một bước cần thiết cho tất cả các phương pháp luận theo kiểu LAC. Vì vậy, nếu những hành động phá hoại trong khu di sản về nghệ thuật đá là một chỉ báo chẳng hạn, thì việc đếm các hình vẽ và chữ viết bậy quanh khu di sản sẽ là cần thiết. Việc liệt kê trên cần được tiến hành phù hợp với các thủ tục đã được ghi thành văn bản, bảo đảm những thông lệ theo dõi nhất quán trong một thời gian dài. Một bảng tóm tắt như vậy sẽ giúp kiểm tra các kỹ thuật thu thập dữ liệu cơ bản và cung cấp những thông tin cần thiết cho tài liệu hướng dẫn theo dõi thực hiện. Nó bao gồm việc triển khai các khảo sát theo dõi và các hình thức đánh giá được tiêu chuẩn hóa, cùng những hướng dẫn cho việc ra quyết định về các hành động thực hiện nhằm khắc phục những hoàn cảnh không thể chấp nhận.

**Kiến nghị các tiêu chí để xây dựng chỉ báo**

- **Về định lượng:** Các chỉ báo có thể đánh giá được theo số lượng.

- **Để đánh giá:** Nó có thể được đánh giá thông qua những người làm việc trên thực địa sử dụng các thiết bị và kỹ thuật thu thập mẫu đơn giản.
- **Thích hợp với các mối quan tâm:** Chỉ báo thực sự phản ánh mối quan tâm đang được theo dõi.
- **Về mức độ quan trọng:** Nó có thể phát hiện một thay đổi nào đó của hoàn cảnh mà có khả năng làm gián đoạn chức năng hoạt động của một hệ sinh thái, hoặc làm suy giảm mức độ mong đợi của du khách trong tương lai đối với một khu di sản.
- **Về tính nhạy cảm:** Chỉ báo này cho phép phát hiện dễ dàng những thay đổi về hoàn cảnh diễn ra trong một năm.
- **Đáng tin cậy lâu dài:** Việc theo dõi chỉ báo này có thể được thực hiện theo cùng một cách trong suốt mỗi chu kỳ theo dõi.
- **Đáp ứng các biện pháp quản lý:** Chỉ báo này có thể phát hiện một thay đổi nào đó của hoàn cảnh do những biện pháp quản lý mang lại.
- **Đánh giá không tốn kém:** Nó không đòi hỏi những chi phí quá mức về trang thiết bị hoặc sử dụng quá nhiều thời gian của nhân viên.

**6.1.7. Các tiêu chuẩn đánh giá để xây dựng chỉ báo cung cấp các chỉ tiêu cho việc đánh giá tác động của du lịch nhằm giữ chúng trong giới hạn có thể chấp nhận.** Việc mô tả bằng văn bản các hoàn cảnh mong đợi trong các mục tiêu quản lý khu di sản có thể định hướng cho việc đặt ra các tiêu chuẩn có thể lượng hoá. Chẳng hạn, một tuyến đường được quản lý nhằm cung cấp nhiều trải nghiệm mang tính tự nhiên hơn có thể được duy trì với bề rộng khoảng hai mét, trong khi một tuyến đường trong một khu du lịch khác phải chứa đủ chỗ cho nhóm du khách lớn hơn thì cần bề rộng đúng tiêu chuẩn khoáng ba mét.

**Một số ví dụ về việc theo dõi các chỉ báo**

- **Sự xuống cấp của các di tích.**
- **Thực trạng hệ thực vật.**
- **Số lượng du khách đi theo nhóm trong một ngày và quy mô của nhóm du khách.**
- **Các dấu hiệu ô nhiễm do con người gây ra, rác thải, đồ ăn thừa trên dòng suối.**

- **Những lời phàn nàn của du khách về các điều kiện của khu vực.**
- **Số lượng các vụ xáo trộn tại một khu khảo cổ.**
- **Tình trạng xói mòn.**
- **Tình trạng làm kinh động động vật hoang dã.**
- **Chữ viết hoặc vẽ bậy cùng các hành động phá hoại khác.**
- **Những phàn nàn của thành viên cộng đồng về những giá trị của cộng đồng đang bị xuống cấp.**
- **Số lượng các báo cáo về tội phạm gia tăng.**

Các tiêu chuẩn thường được đặt ra nhằm ngăn chặn sự xuống cấp của hoàn cảnh hiện tại. Tiêu chuẩn về việc duy trì cộng đồng một loài chim nào đó hoặc chất lượng nước là một ví dụ. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, ngay cả khi các nhà quản lý không mong muốn là chúng xuống cấp, thì họ vẫn có thể đặt ra các tiêu chuẩn cho phép sự xuống cấp của hoàn cảnh hiện tại nếu họ tin rằng việc này còn ít tệ hại hơn là việc hạn chế ra vào, hoặc áp đặt những quy định không được đồng ý rộng rãi chẳng hạn. Các cuộc họp của ban tư vấn và/hoặc của những người có lợi ích sẽ là cần thiết nhằm đạt được sự đồng thuận về việc đặt ra các tiêu chuẩn này.

Ở các khu di sản thiên nhiên và văn hóa lớn, hệ thống chuỗi cơ hội giải trí (ROS) có thể được dùng vào việc đặt tiêu chuẩn cho các khu vực khác nhau trong cùng một khu di sản tùy thuộc nhu cầu của các nhóm người sử dụng khác nhau. Kinh nghiệm thực địa cho thấy người sử dụng có thể có rất nhiều loại ý kiến, và kết quả là các nhà quản lý cần xem xét định ra các tiêu chuẩn trong một giải tần rộng hơn. Trong các khu thiên nhiên, cần ưu tiên cho người sử dụng với yêu cầu lớn nhất là một môi trường không bị thay đổi.

Một khi các tiêu chuẩn đã được xác định, bảng liệt kê sẽ quyết định mức độ mà hoàn cảnh hiện tại được phép khác hoàn cảnh mong đợi. Chẳng hạn, nếu số lượng đáng kể các tuyến đường của một khu vực được coi là lớn hơn tiêu chuẩn thỏa thuận, hoặc nếu sự bào mòn hoặc phá hoại do con

người gây ra cho một di tích vượt quá tiêu chuẩn cho phép thì cần phải có các hành động nhằm cải thiện tình hình. Đây là một quá trình liên tục, trong đó các chỉ báo được kiểm tra thường xuyên để theo dõi các xu hướng và những thay đổi đối với hiện trạng của khu di sản.

**6.1.8. Thường có sự hiểu lầm về năng lực thực hiện giữa các tổ chức quốc tế và các cơ quan của chính phủ.** Người ta tiếp tục kêu gọi phải có các công trình nghiên cứu để cung cấp cho các nhà hoạch định chính sách một ranh giới kỹ thuật, một số liệu hoặc một loạt số liệu cho thấy những thay đổi tiêu cực đang diễn ra. Những nghiên cứu như vậy sẽ tạo cảm giác giả tạo là năng lực thực hiện có thể bị rút gọn thành một con số cụ thể chỉ ra một thời điểm rõ ràng mà ở đó những tác động tiêu cực sẽ bắt đầu xuất hiện. Chẳng hạn, ở hồ Baikal của Nga, các nhà tư vấn được yêu cầu xác định lượng du khách mà một héc ta đất xung quanh hồ có thể chịu được. Các số liệu chủ yếu được rút từ những công thức bao hàm tác động và độ dốc của địa hình. Nghiên cứu này cũng đưa ra các dự báo về các tác động văn hóa dựa trên lượng khách so với số dân địa phương. Trong khi phương pháp luận này dễ thực hiện trong phạm vi thời gian của dự án, nó đã không tính đến những biến đổi trong ứng xử của du khách, phương thức du lịch và những mối quan tâm khác nhau của những người có lợi ích. Giả như có thêm các cuộc đối thoại với các nhóm có lợi ích, thì các số liệu trong báo cáo có lẽ đã thích hợp hơn với công việc hàng ngày của các nhà quản lý khu vực. Điều quan trọng hơn là các cuộc đối thoại như vậy có thể sẽ khởi động một quá trình nhằm xác định các mục đích và mục tiêu du lịch giữa những người có lợi ích trong giới hạn luật pháp về môi trường và các khu vực được bảo vệ.

**6.1.9. Các nhà quản lý có thể vẫn thấy cần phải xác định giới hạn bằng con số nhằm quản lý lượng người ở các khu do họ quản lý.** Lượng du khách cần được xác định theo các tiêu chuẩn đã được thỏa thuận. Trên thực địa, điều này không thuộc phạm trù khoa học chính xác, mà chỉ là vấn đề theo dõi tác động thông qua các chương

trình theo dõi và đi đến một đánh giá tương đối về việc khi nào là tới giới hạn tối đa cho phép. Trên thực tế, một số chiến lược sẽ cho phép các nhà quản lý biện minh cho các quyết định hạn chế lượng du khách. Số liệu về lượng khách và các sở thích của họ tạo cơ sở biện minh cho các hành động hạn chế số người được phép vào một khu vực. Điều này đặc biệt đúng nếu một nghiên cứu của chuyên gia có thể làm cho cho những người có lợi ích bị ảnh hưởng bởi quyết định này được tỏ tường. Các khảo sát về du khách có thể chứng minh những kết quả tiêu cực của việc lượng người quá đông và việc họ mong muốn những giây phút riêng tư tĩnh lặng trong một khu khảo cổ hoặc khu thờ cúng linh thiêng. Các nhân viên thực hiện việc tích cực bảo vệ di sản trong mối liên quan đến số lượng khách du lịch cũng có thể được sử dụng để biện minh cho những hạn chế trên. Chẳng hạn, lượng du khách được phép vào thăm một khu khảo cổ có thể là chức năng của một số nhân viên tuần tra bảo vệ khu di sản. Có thể quản lý được lượng người bằng cách đơn giản là giảm bớt diện tích bãi đậu xe hoặc các trung tâm phục vụ du khách. Tuy nhiên, biện pháp này có thể làm giảm sự hài lòng của du khách nếu nó làm cho du khách bị ùn lại.

**Một trường hợp cụ thể**

Một công trình nghiên cứu về việc quản lý du khách đã được tiến hành ở di chỉ khảo cổ Petra của Jordan, sử dụng phương pháp VERP. VERP, do Sở Công viên quốc gia Mỹ xây dựng, là một hệ thống kiểu LAC nhưng không nhất thiết đặt ra số lượng du khách cụ thể chừng nào vẫn có thể lượng tính và duy trì được nguồn lực và các điều kiện xã hội. Nhằm mục đích đó, một chương trình theo dõi sẽ quyết định liệu các điều kiện mong đợi có được đáp ứng hay không. Bảng sau đây đưa ra một số chỉ báo, tiêu chuẩn và phương pháp lượng tính do nhóm nghiên cứu trên kiến nghị. Trong bảng xếp xếp này, một số tiêu chuẩn đã được thay thế bằng những hành động có thể đã được thực hiện khi xác định được một tác động nào đó.

<b>Chỉ báo</b>	<b>Tiêu chuẩn</b>	<b>Phương pháp lượng tính</b>
Mất các di vật trên mặt đất	0: Không cho phép	Kiểm tra ở nhiều ô 2X2m được vạch ra trên những khu vực được chọn.
Sự bào mòn chủ ý ở các di chỉ khảo cổ.	0: Không cho phép	Các kỹ thuật giám sát từ trên không
Trộm cắp tại các di chỉ khảo cổ	0: Không cho phép	Các kỹ thuật giám sát từ trên không được sử dụng để phát hiện các hoạt động khai quật không được phép
Bị gai mắt do có thêm những yếu tố hiện đại hoặc không thích hợp với cảnh quan	Đã có hành động đưa bất kỳ yếu tố không thích hợp nào vào cảnh quan	Các kỹ thuật giám sát từ trên không
Lượng người ra vào từng tháng, ngày và từng giờ	Có các biện pháp quản lý nếu lượng khách vượt quá 10% tiêu chuẩn	Bán vé ra vào khu vực
Số lượng các chữ, hình vẽ bậy	Tổn hại do các hành động phá hoại gây ra buộc phải có các hành động quản lý sớm	Kiểm tra ở những khu vực nhạy cảm, theo từng ô 2X2 mét trên bề mặt của đền đài/bia mộ.
Mức độ thỏa mãn của du khách	Suy giảm trong chỉ số đã được xác lập buộc phải có hành động quản lý	Khảo sát du khách và người địa phương



## 6.2. Theo dõi các vấn đề

**6.2.1. Việc chuyển sang phương pháp kiểu LAC đã làm sáng tỏ tầm quan trọng của việc theo dõi.** Các nhà quản lý cần biết khi nào thì các điều kiện mong muốn bị đe dọa. Ví dụ, khi ô nhiễm nguồn nước sông suối ngày càng tăng, hoặc dòng người xếp hàng đợi trước công vào quá dài. Một chương trình theo dõi thường xuyên được xây dựng tốt có thể cung cấp cho các nhà quản lý khu di sản các dữ liệu biện minh cho việc đôi khi phải sử dụng các hành động gây tranh cãi như hạn chế lượng người có mặt cùng một lúc ở một khu vực. Theo dõi những sở thích, những cái không thích của du khách và cách thức du lịch của họ cũng như tác động của chúng có thể giúp xác định và biện minh cho các hành động cần thiết trong ngành công nghiệp du lịch đang có nhiều thay đổi.

**6.2.2. Cái khó nhất trong việc theo dõi là bảo đảm thực hiện được thường xuyên.** Các nhà quản lý hàng ngày phải đối mặt với nhiều vấn đề cấp bách, nên thường có ít thời gian hoặc ít mong muốn thực hiện việc theo dõi. Tuy nhiên, theo dõi chỉ có hiệu quả khi nó được tiến hành thường xuyên; nếu không được tiến hành liên tục, tính hữu ích cũng như tác động của nó trong việc góp phần xác định và biện minh cho các hành động cần thiết trong ngành công nghiệp du lịch đang thay đổi sẽ vô cùng hạn chế.

**6.2.3. Có thể có rất nhiều cách thức theo dõi tùy thuộc vào mức độ chính xác cần đòi hỏi và nguồn lực sẵn có.** Chẳng hạn, độ xói mòn đất ở một tuyến đường tự nhiên có thể được xác định bằng nhiều cách. Một biện pháp là xác định các khu vực bị xói mòn bằng cách đi trên đường và đếm những biến đổi về độ rộng hẹp của con đường mà rất có thể do các du khách gây ra trong khi tìm cách tránh những chỗ lầy lội; hoặc thiết lập những điểm kiểm tra thường xuyên ở khu vực có vấn đề dọc theo tuyến đường để lượng tính số đất bị sạt lở. Mỗi phương pháp đều có cái lợi và cái bất lợi riêng. Kiểm tra điều kiện của tuyến đường theo cách thông thường không thể đánh giá được chính xác, nhưng

cho ta một cái nhìn bao quát. Mặt khác, tuy những điểm theo dõi thường xuyên sẽ cung cấp được một cách lượng tính chính xác hơn về độ sạt lở của đất nhưng phương pháp này tốn kém tiền bạc và thời gian hơn.

Sự khác nhau trong cách tiếp cận cũng có thể được minh họa bằng việc đếm số lượng chim. Đây là phương pháp không mấy tốn kém ghi lại một cách có hệ thống số lượng các bầy chim mà các hướng dẫn viên người địa phương theo dõi được. Một phương pháp chính xác hơn, nhưng cũng tốn kém hơn là theo dõi sự biến động của đàn chim bao gồm việc dùng lưới bắt một số loài chim đang làm tổ, hoặc tạo ra một đường cắt ngang hoặc một hành lang cố định dọc theo đó các loài chim sẽ được đếm một cách thường xuyên.

Việc theo dõi các điều kiện kinh tế-xã hội, như lượng người quá đông hoặc thái độ của cộng đồng, thường có ít cách lựa chọn hơn. Phần lớn các thông tin được thu thập qua các phiếu thăm dò hoặc phỏng vấn và đây là một việc thường tốn sức lực và thời gian. Chẳng hạn, việc thăm dò thái độ của cộng đồng đối với du lịch cần rất nhiều thời gian để xây dựng, thực hiện và phân tích. Cách theo dõi phải được lựa chọn trên cơ sở những vấn đề nào cần được trả lời, cần bao nhiêu thời gian và ngân sách để thực hiện việc đó. Ở dải san hô lớn của Australia, khoảng cách xa về đi lại làm cho việc theo dõi chi tiết từng khu dựng trại của du khách trở nên vô cùng tốn kém. Các nhà quản lý đã quyết định sử dụng một chiến thuật hiệu quả hơn là lấy một nơi tiêu biểu của khu vực cắm trại làm mẫu.

Cuối cùng, tất cả các chương trình theo dõi cần được đánh giá để xác định xem chúng đã lượng tính các chỉ báo tốt đến mức nào. Việc đánh giá cũng phải xác định được sự thay đổi đã được tính toán cần được mở rộng đến mức nào để giới quản lý tin tưởng rằng đây là do tác động của du khách, chứ không phải sai sót trong việc thu thập dữ liệu.

**6.2.4. Việc theo dõi các di tích lịch sử phải tính đến các giá trị của tính nguyên**

**ven và nguyên bản của di tích.** Các chỉ báo về điều kiện cấu trúc hoặc thiết kế kỹ thuật không thể cho ta một cái nhìn bao quát về toàn bộ thực trạng của di tích, vì chúng không phản ánh các giá trị của tính nguyên vẹn và nguyên bản. Trong khi theo dõi việc sử dụng một tiện nghi nào đó hoặc mức độ hài lòng của khách là điều quan trọng thì các chuyên gia cho rằng cần có nhiều hơn các hoạt động theo dõi nhằm lượng định tính hiệu quả của việc tuyên truyền về ý nghĩa lịch sử của khu di tích. Ban quản lý các di tích lịch sử quốc gia của Canada đã đề ra một chính sách bảo vệ “tính nguyên vẹn để tưởng niệm”, đó là việc bảo tồn khi những gì biểu trưng hoặc tiêu biểu cho tầm quan trọng của di tích không bị xâm hại hoặc bị đe dọa; khi mà lý lẽ về ý nghĩa lịch sử quốc gia của di tích đã được thông đạt có hiệu quả tới công chúng; và khi mà giá trị di sản của khu di tích, trong đó có những giá trị không liên quan tới ý nghĩa quốc gia, được tôn trọng trong các quyết định và các hành động có thể ảnh hưởng tới di tích. Để thực hiện chính sách này, các nhà hoạch định chính sách giải thích rõ tại sao khu di tích lại có ý nghĩa quan trọng trong nước trước khi quyết định mục tiêu và tiêu chuẩn của mục đích theo dõi. Đưa ra một tuyên bố về những kết quả mong đợi và danh sách những người có trách nhiệm thực hiện cũng là một phần của quá trình này.

**Trích từ một Tài liệu hướng dẫn theo dõi**

Những cách theo dõi sau đây trích từ tài liệu hướng dẫn quản lý tuyến đường tự nhiên của Ban quản lý các vườn quốc gia của Mỹ đã chỉ rõ những loại vấn đề có thể xuất hiện. Các chương trình tương tự cũng có thể được ứng dụng cho các khu vực khác. Khi nguồn tài chính dồi dào hơn, có thể đưa ra những cách theo dõi tiên tiến hơn sau khi đánh giá những cái thuận và cái nghịch, kể cả chi phí đào tạo nhân viên trong các phương pháp mới.

Đối với một tuyến đường mới mở, cần tiến hành khảo sát thường xuyên để thăm dò ý kiến của du khách về vấn đề đông người và các vấn đề khác. Các câu hỏi thăm dò có

thể thay đổi tùy theo từng hoàn cảnh cụ thể.

**Chỉ dẫn chung**

Đo khoảng cách từ điểm xuất phát của đoạn đường tới một điểm cần theo dõi nào đó. Nếu có thể, kiểm tra toàn bộ tuyến đường hai tháng một lần. Cố gắng đánh giá cả trước và sau mùa du lịch cao điểm. Ghi lại những lần sửa chữa hoặc nâng cấp cần thiết, sử dụng phần “đóng góp ý kiến” trong phiếu thăm dò để xác định những vật liệu cần thiết và nêu chi tiết về các khu vực có vấn đề.

**Hướng dẫn cụ thể về các chỉ báo mẫu**

Quan sát thực vật hai bên tuyến đường. Người có trách nhiệm đánh giá cần lưu ý xem thực vật có được duy trì theo tiêu chuẩn đã thỏa thuận không.

Ghi lại mọi tác động đối với cây cách mép đường khoảng hai mét. Các tác động có thể bao gồm cành cây gãy hoặc bị chặt do hoạt động của con người. Mô tả các tác động này trong mục “ý kiến đóng góp”.

Các vùng đất lầy lội là những khu vực cố định có chiều dài khoảng hai mét. Những vùng lầy này buộc du khách phải đi tránh sang hai bên, làm tuyến đường rộng ra và gây sạt lở. Người có trách nhiệm theo dõi cần đo đạc và ghi lại điểm đầu và điểm cuối của những vùng lầy.

Ghi lại bất cứ tuyến đường “xã hội” nào, tức là những tuyến đường phụ không có trong kế hoạch do việc du khách đi chệch đường chính hoặc tìm lối đi tắt. Những tuyến đường này có thể gây xói mòn và phá hoại thảm thực vật.

Lưu ý tới mọi vấn đề chung không nằm trong loạt vấn đề thuộc mục “ý kiến đóng góp”; chẳng hạn, những chỗ cần tu sửa, các khu vực nguy hiểm và các khu vực chim làm tổ.

Đánh dấu một điểm theo dõi thường xuyên để xác định chỗ sạt lở. Chọn những điểm như trạm gác và những chỗ nhạy cảm khi

*du khách sử dụng. Đặt một cột gỗ ở mỗi bên của tuyến đường để tạo thành một đường tưởng tượng băng ngang đường. Đo khoảng cách và ghi lại những đặc điểm nổi bật, chẳng hạn như thảm thực vật chưa bị xáo trộn, những vùng đất trơ trụi và những khu đọng nước. Tốt nhất là những ghi chú này có ảnh đi kèm.*

*Thu thập toàn bộ các loại rác thải có thể nhìn thấy dọc theo tuyến đường.*

*Ghi lại các hành động phá hoại kết cấu của tuyến đường, biển báo hoặc các loại đồ đạc như bàn ghế dọc hai bên đường.*

*Đếm số lần gặp nhau giữa các nhóm hoặc cá nhân khác nhau ở trên đường trong từng chuyến tham quan.*

**6.2.5. Các hệ thống theo dõi đơn giản với các động lực được xây dựng bên trong hệ thống có thể là khả thi nhất và là cách tiếp cận tốt nhất cho một chương trình bền vững.** Trong bối cảnh có nhiều khó khăn trong việc duy trì chương trình theo dõi, việc xem xét những yêu cầu thực tế của các nhà quản lý khu di sản, các quan chức du lịch và các hãng tổ chức tour du lịch sẽ tăng thêm cơ hội thành công. Theo dõi có thể được lồng ghép trong các hoạt động duy tu bảo dưỡng, hoặc các hướng dẫn viên địa phương có thể thực hiện chức năng này. Các hãng tổ chức tour quan tâm đến việc theo dõi sở thích của khách có thể được vận động để cung cấp tài chính cho các cuộc thăm dò khảo sát. Các quan chức chính phủ cũng có thể muốn có các thông tin này vì chúng có thể trực tiếp ảnh hưởng tới các sáng kiến du lịch quốc gia.

Kinh nghiệm cho thấy một chương trình theo dõi đơn giản còn tốt hơn là không có gì, và có thể hiệu quả hơn những chương trình có chi phí cao. Ví dụ, với các tòa nhà lịch sử và các khu di tích văn hóa khác, một báo cáo đơn giản với những ghi chép có ảnh đi kèm lại có ích hơn rất nhiều so với những báo cáo chi tiết, theo từng đề mục về thực trạng của khu di tích. Các báo cáo ngắn gọn và đơn giản về những vấn đề chung, và một số khu vực có vấn đề cụ thể cho phép các nhân viên quyết định đi sản

cần được chú ý nhiều nhất và hướng dẫn cho các đại lý của họ.

Nhân viên khu di tích được giao một danh sách các vấn đề cần theo dõi. Người chịu trách nhiệm theo dõi ghi lại bất cứ thay đổi nào đối với khu di sản từ lần kiểm tra cuối cùng, những vấn đề liên quan đến việc duy tu bảo dưỡng thông thường, các vấn đề có khả năng xuất hiện và những thay đổi và sửa chữa cần cân nhắc. Có bốn loại vấn đề cần theo dõi là bề mặt ngoài, kết cấu bên trong, khu vực xung quanh và những khu đất còn lại. Cần có ảnh cũng như lưu ý những khu vực có vấn đề cụ thể.

### 6.3. Gợi ý và Khuyến nghị

- Việc quyết định năng lực thực hiện được coi là một quá trình liên tục. Các phương pháp luận kiểu LAC vượt ra ngoài mục tiêu hạn hẹp là chỉ giới hạn lượng du khách tới thăm khu di sản. Phương pháp luận này cần được sử dụng để quyết định phạm vi và những điều kiện mà ban quản lý có thể xem xét như là các giải pháp lựa chọn khác nhau trong việc đề ra chính sách dựa trên những thông tin thu được từ các chương trình theo dõi trên.
- Các mục đích và mục tiêu quản lý nhằm kiểm soát tác động của du lịch phải được hỗ trợ bởi các biện pháp có thể lượng hoá và các phương tiện khác để so sánh thực trạng hiện thời với hoàn cảnh mong đợi. Những việc này cần là cơ sở cho chương trình theo dõi với những chỉ báo được xác định rõ ràng.
- Để xác định các chỉ báo cần theo dõi, các nhà vạch kế hoạch phải xem xét các mối quan tâm của những người có lợi ích, tuyên bố chính sách/tầm nhìn của khu di sản và các mục tiêu quản lý, sau đó có các cuộc họp với ban tư vấn để thỏa thuận về những điều kiện môi sinh và xã hội mong muốn. Các mục tiêu quản lý ghi thành văn bản giúp cho việc định hướng xây dựng các tiêu chuẩn có thể lượng tính được.
- Trong khi các nhà quản lý là người sẽ có quyết định cuối cùng thì các tiêu chuẩn cần được xây dựng trên cơ sở thảo luận với

những người có lợi ích chủ chốt. Ở nơi nào có điều kiện, các tiêu chuẩn này không cho phép các điều kiện hiện tại bị xuống cấp. Ví dụ, tiêu chuẩn về việc duy trì cộng đồng một loài chim đặc biệt không được đặt dưới mức hiện tại, trừ phi việc này đem lại những lợi thế áp đảo khác. Khi điều kiện cho phép, cần đặt ra các tiêu chuẩn phản ánh các điều kiện lý tưởng.

- Các dữ liệu cơ bản là rất quan trọng cho việc định ra các tiêu chuẩn thực tiễn. Một bảng thống kê sẽ cho thấy mức độ khác biệt giữa thực trạng và các điều kiện mong muốn. Tiêu chuẩn phải phù hợp với mục đích và mục tiêu và những điều kiện mà những người có lợi ích mong muốn. Ví dụ, nếu giáo dục địa phương là một mục tiêu quản lý, thì có thể đặt ra một tiêu chuẩn riêng sau khi nhân viên khu di tích xác định số lần thăm viếng của các trường học trong năm trước.

- Các bảng loại này cần được tiến hành theo đúng những thủ tục đã được quy định bằng văn bản nhằm bảo đảm việc theo dõi liên tục trong một thời gian dài. Các thủ tục này có thể cung cấp một khung cơ bản cho tài liệu hướng dẫn cách thức theo dõi.

- Để bảo đảm tính bền vững của một chương trình theo dõi, các chỉ báo cần được lựa chọn theo các cân nhắc thực tế. Các hướng dẫn viên du lịch địa phương có thể có khả năng giúp việc theo dõi, các đại lý du lịch tư nhân quan tâm đến việc theo dõi các sở thích của khách có thể tài trợ cho các cuộc khảo sát thăm dò. Các hãng tổ chức tour có thể sẵn sàng tài trợ các lớp tập huấn dành cho các nhà quản lý và đóng góp vào các hoạt động theo dõi.

- Hiểu được nguyên nhân của những thay đổi trong các chỉ báo có thể chỉ ra được các giải pháp quản lý. Phân tích vấn đề bắt đầu với quá trình theo dõi và trong suốt quá trình đó, các giải pháp được xác định để mang lại những điều kiện mong muốn, hoặc thậm chí cao hơn cả các tiêu chuẩn đã được cụ thể hóa.

**Gợi ý các hoạt động**

**1. Xác định các chỉ báo**

- rà soát lại bảng liệt kê các tác động và nguyên nhân của chúng.
- lên danh sách sơ bộ về các chỉ báo du lịch cùng lời giải thích lý do chọn những chỉ số đó và ước tính các chi phí theo dõi liên quan.
- chuyển các chỉ báo đã lựa chọn cho ban tư vấn xem xét.

**2. Thu thập các dữ liệu cơ bản về các chỉ báo đã được chọn**

- xây dựng chương trình theo dõi và soạn thảo tài liệu hướng dẫn theo dõi.
- huấn luyện nhân viên khu di sản về các phương pháp thu thập dữ liệu đã được thỏa thuận.
- quyết định cách thức các đối tác có lợi ích có thể tham gia trong các hoạt động theo dõi.

**3. Đặt tiêu chuẩn cho các chỉ báo**

- sử dụng các dữ liệu thu thập được trong bước 2 để xây dựng một hệ thống sơ bộ các tiêu chuẩn của chỉ báo.
- nếu sử dụng các loại cơ hội kiểu ROS, thì phải đặt ra các tiêu chuẩn phản ánh những kinh nghiệm khác nhau muốn có ở những nơi khác nhau của khu di sản.
- thảo luận với ban tư vấn du lịch về các tiêu chuẩn đã đưa ra, đi tới đồng thuận và xây dựng thỏa thuận cuối cùng.

**Sách cần tham khảo**

- Gordan Bennett, “*Tính nguyên vẹn để tưởng niệm: Theo dõi thực trạng của các khu di tích lịch sử quốc gia của Canada*” trong Tập san ICOMOS của Canada, tập 4, số 3, trang 6, 1995.
- H. Coccossis và A. Parpairis, “*Đánh giá tác động qua lại giữa di sản, môi trường và du lịch*” trong Phát triển du lịch bền vững do Harry Coccossis và Peter Nijkamp biên soạn, trang 107-125, Hants (Anh), Avebury, 1995.
- Comer, Douglas và Lawrence Belli, “*Năng lực thực hiện ở Petra, Giócđan, Khu di sản văn hóa thế giới*” do Đội quản lý của Mỹ/ICOMOS soạn thảo, Ban quản

lý các vườn quốc gia, Vườn quốc gia Everglades, Hội George Wright, Hancock MI, 1997.

- Scott Cunliffe, “*Theo dõi và đánh giá như những công cụ quản lý thực tế*”, Bản tin ICOMOS Canada, tập 4, số 3, trang 29, 1995.
- Paul Eagles, Stephen F. McCool và Christopher D. Haynes, “*Du lịch bền vững trong những khu vực được bảo vệ: Hướng dẫn vạch kế hoạch và quản lý*”. Ủy ban thế giới về các khu vực được bảo vệ (WCPA), Hướng dẫn những thông lệ tốt nhất đối với các khu vực được bảo vệ, số 8, Liên minh Bảo tồn di sản thế giới của IUCN, 2002.
- Peter Elliott, “*Bảo tồn mãi mãi các công trình kiến trúc phụ: Kinh nghiệm của Quỹ di sản Ontario về việc theo dõi các di sản*”, Bản tin ICOMOS Canada, tập 4, số 3, trang 32-35, 1995
- A.R. Graefe, F.R. Kuss và J.J. Vaske, “*Quản lý tác động của du khách: Khuôn khổ hoạch định kế hoạch*” (tập 2), Hội Bảo tồn các vườn quốc gia, Washington DC, 1990.
- George H. Stankey, “*ROS và giới hạn các hệ thống hoạch định thay đổi có thể chấp nhận: Xem xét lại kinh nghiệm và bài học*” trong Quản lý hệ sinh thái: Các chiến lược thích nghi cho các tổ chức nguồn lợi thiên nhiên trong thế kỷ 21” do Jennifer Aley, William Burch, Beth Conover và Donald Field (biên soạn), NXB Taylor and Francis, Philadelphia, 1999.
- George H. Stankey, D.N. Cole, R.C. Lucas, M.E. Peterson và S.S. Frisell, “*Hệ thống LAC cho việc vạch kế hoạch theo dõi động thực vật hoang dã*”, Báo cáo kỹ thuật INP-176. Ogden Utah: Ban quản lý rừng Mỹ, Trạm thí nghiệm rừng, 1985.
- K.H. Twyford, “*Đánh giá và Quản lý các tác động trên bãi biển trong khu di sản thế giới ở đảo Fraser, Đông Nam Queensland của Ôxtrâyli*”; Các tham luận và kỹ yếu của Hội thảo Các nhà quản lý các khu di sản thế giới, trang 24-28, 4/1996.
- Van Hooff Herman, “*Báo cáo và theo dõi thực trạng các tài sản trong danh sách các khu di sản thế giới*”, Tập san ICOMOS Canada, tập 4, số 3, trang 12-14, 1995.

## Chiến lược và giải pháp đối với các vấn đề quản lý du lịch



Acropolis, Athens, Greece

© UNESCO

Chừng nào khu di sản đáp ứng được những tiêu chuẩn đã được xác lập thì trách nhiệm của các nhà quản lý sẽ mở rộng sang cả khâu bảo quản hàng ngày và giám sát liên tục. Tuy nhiên, nếu các điều kiện sinh thái, vật lý và/hoặc xã hội đã đến mức không thể chấp nhận được nữa, thì cần phải hành động. Kiến thức về các chiến lược và giải pháp quản lý sẽ trang bị cho các nhà quản lý những lựa chọn để khôi phục các điều kiện mà họ mong muốn. Nhận thức về những hậu quả gắn liền với các chiến lược và hành động này cũng giúp ích cho quá trình ra quyết định.

### 7.1. Các vấn đề chung

**7.1.1 Bất cứ biện pháp quản lý nào cũng phải bắt đầu bằng việc xác định những nguyên nhân đích thực của vấn đề đã được xác định.** Sự xuống cấp hiện trạng của khu di sản không nhất thiết do du lịch gây ra. San hô có thể xuống cấp một cách tự nhiên; rác ở một khu khảo cổ có thể do người địa phương thải ra, chứ không phải du khách, v.v. Một khi đã xác định rõ nguyên nhân thì có thể tiến hành các biện pháp khắc phục. Các hoạt động tập trung tốt vào việc xử lý nguyên nhân sẽ tiết kiệm được thời gian và tiền của. Ví dụ, một chiến dịch liên tục có thể duy trì được việc khu vực không bị ảnh hưởng bởi rác thải, nhưng nó có thể rất tốn kém và không giải quyết nguyên nhân của vấn đề. Nếu có thể xác định được nguồn rác thải và kết hợp chương trình duy tu bảo dưỡng với chiến dịch giáo dục để tác động đến lối ứng xử của con người thì sẽ mang lại hiệu quả hơn về mặt chi phí.

**7.1.2. Các biện pháp quản lý có thể là trực tiếp hoặc gián tiếp.** Các biện pháp quản lý trực tiếp xử lý các vấn đề về lối ứng xử của con người thông qua những quy định có thể bắt buộc thực thi, hạn chế các hoạt động hoặc định mức sử dụng. *Biện pháp gián tiếp* tìm cách tác động đến lối ứng xử thông qua giáo dục, thông tin tuyên truyền và thuyết phục. Du khách có thể được thông báo về các tác động liên quan đến một hoạt động nào đó, hoặc được cung cấp những thông tin khuyến khích

việc sử dụng một số khu vực nào đó thay cho những khu vực bị đe dọa xuống cấp. Các biện pháp gián tiếp khác bao gồm những thay đổi về mặt vật chất ảnh hưởng đến hoạt động của du khách, như việc chuyển hướng một tuyến đường sang một khu vực khác trong rừng có khả năng hồi phục cao hơn.

Nhìn chung, các biện pháp gián tiếp thường thành công hơn ở những khu vực xa xôi hẻo lánh, nơi mà sự tự do khám phá cho du khách thường là mục đích đầu tiên. Những cách tiếp cận trực tiếp thường được sử dụng để cấm du khách không ra vào các khu vực dễ bị tác động hoặc nguy hiểm, như một khu di chỉ khảo cổ chẳng hạn, vì họ có thể làm hỏng một bức tranh tường vô giá. Các chuyên gia nói rằng quy định thường thành công khi được công chúng ủng hộ mạnh mẽ, được giải thích cặn kẽ và khi du khách có tiếng nói trong việc nên thực hiện những quy định này thế nào. Du khách phải hiểu tại sao lại cần phải thay đổi cung cách ứng xử. Tất nhiên, một khi được ban hành, các quy định này phải luôn được thực thi.

Trên thực tế, hai biện pháp này thường được kết hợp sử dụng. Ví dụ, các biện pháp trực tiếp và gián tiếp đều có thể được dùng để giảm thiểu tác động của du khách đối với một dải san hô. Nhân viên khu di sản có thể xây dựng chiến dịch thông tin, tuyên truyền rộng rãi tới công chúng với các tài liệu in ấn, quảng bá trực tiếp và các chương trình giáo dục trong nhà trường. Có thể quản lý các hãng tổ chức tour bằng giấy phép hành nghề, các quy định và các hành động bắt buộc nhằm tập trung các hoạt động giải trí vào những khu vực san hô có khả năng đề kháng cao. Việc kết hợp sử dụng cả hai biện pháp cũng được khuyến nghị áp dụng nhằm kiểm soát các hành động phá hoại, bao gồm cả việc sử dụng hệ thống bảo vệ nguồn tài nguyên cùng với tuyên truyền giáo dục, không cho phép xe cộ ra vào khu di sản, tăng giá vé vào cửa và bảo vệ các khu di sản bằng cách không quảng bá cho các khu di sản đó.

**7.1.3. Những yếu tố cần cân nhắc khi lựa chọn các biện pháp quản lý bao gồm**

*việc tính toán liệu các biện pháp đó có đáp ứng các mục tiêu không, khả năng thành công và những khó khăn trong việc thực hiện, đặc biệt là chi phí thực hiện.* Các chiến lược quản lý cần phù hợp với các mục tiêu. Chẳng hạn, nếu mục tiêu quản lý ở một khu vực thuộc vùng Himalaya là bảo đảm quyền tự do khám phá của du khách, thì cách thức quản lý thích hợp là cần mềm mại hơn. Ở đây, các nhân viên có thể muốn tập trung vào việc tuyên truyền giáo dục lữ khách về cách ứng xử ít gây tác động trong suốt chuyến đi. Mặt khác, nếu mục tiêu của khu di sản là bảo vệ một bức tranh khảm vô giá tại một di tích cổ, thì một cách tiếp cận trực tiếp hơn có thể là thích hợp, chẳng hạn tăng cường nhân viên bảo vệ phòng ngừa các hoạt động trộm cắp hoặc phá hoại, và điều chỉnh hoạt động du lịch gần khu vực có tác phẩm đó.

Các biện pháp được tiến hành phải đảm bảo khả năng đạt kết quả mong muốn cao. Trước khi tiến hành các biện pháp để gây phản ứng, điều quan trọng là phải bảo đảm có các quy phạm pháp luật cho phép các nhà quản lý quyết định áp dụng các biện pháp này, và có các hệ thống thực thi có hiệu quả để hỗ trợ cho việc thực hiện quyết định.

Hiểu biết về đặc điểm của du khách cũng góp phần bảo đảm thành công. Ví dụ, một nhóm đông du khách nước ngoài có thể có ý thức cao về việc bảo vệ các loài động vật bị đe dọa, nhưng lại không biết rằng họ đang làm kinh động chúng vào thời điểm chúng đang được cho ăn. Trong trường hợp này, các tài liệu hướng dẫn cách quan sát ít gây tác động có thể là phương pháp giảm thiểu tác động tốt nhất.

Các biện pháp cũng cần tương đối dễ thực hiện và ít tốn kém. Nói chung, các biện pháp trực tiếp được coi là tốn kém thời gian và tiền bạc hơn, trong khi các biện pháp gián tiếp về hiệu quả lâu dài được cho là ít tốn kém hơn.

**7.1.4. Các chuyên gia gợi ý nên hạn chế tới mức tối thiểu các quy định để đạt các mục tiêu quản lý một cách hiệu quả.** Những biện pháp quản lý ít có tính bắt

buộc nhất nhưng lại hiệu quả nhất cần được tiến hành trước. Cần theo dõi những kết quả thu được và có thể áp dụng những biện pháp có tính bắt buộc cao hơn nếu cần, cho tới khi cải thiện được tình hình. Chẳng hạn, để xử lý vấn đề thải rác bừa bãi, có thể tiến hành một chiến dịch tuyên truyền giáo dục, trong đó mô tả rõ vấn đề và khuyến khích mọi người tự nguyện chấp hành quy định chống xả rác tại khu di sản. Nếu phương pháp tự nguyện không đem lại kết quả thì có thể áp dụng biện pháp phạt. Nếu việc này cũng không hiệu quả, thì có thể đóng cửa khu vực đó.

Ở một số khu di sản, những hạn chế về nhân lực và tài chính có thể buộc phải áp dụng các phương pháp trực tiếp ngắn hạn. Các chuyên gia của cả nước phát triển và đang phát triển đều nhấn mạnh sự cần thiết phải xây dựng chương trình tuyên truyền, giáo dục du khách cùng các phương pháp gián tiếp khác. Tuy nhiên, các nhà quản lý thường chọn phương pháp trực tiếp khi phải đối mặt với những vấn đề như khu di sản ở gần các trung tâm dân cư đông đúc và thiếu nguồn nhân lực và tài chính. Trong những tình huống đó, chi phí và thời gian thực hiện các phương pháp gián tiếp sẽ được cân nhắc so với những vấn đề trước mắt, như sự cần thiết phải ngăn chặn sự xuống cấp nhanh chóng của một khu khảo cổ do việc du khách mua các đồ vật ăn cắp từ khu đó.

## **7.2. Giảm bớt lượng người vào khu vực.**

Giảm các chuyến tham quan tới những khu vực có quá nhiều người vào thăm là biện pháp có thể biện minh được nhằm tránh những tác động xã hội như lượng người quá tải, nhưng đó không phải là biện pháp lâu dài để giảm những tác động đối với môi trường sinh thái. Việc giảm lượng người ở một khu vực có thể giảm một cách có hiệu quả tình trạng quá tải hoặc tắc đường ở một di tích lịch sử chẳng hạn. Tuy nhiên, vì tác động đối với môi trường đi theo đường vòng cung như đã đề cập trong chương 3, nên ở những khu thiên nhiên, những biện pháp như vậy lại không thể giải quyết được những vấn đề môi trường trừ phi du khách được hướng sang các khu vực có khả năng đề kháng cao hơn.



**Khái quát về các chiến lược quản lý**

Các chiến lược quản lý ảnh hưởng tới mức độ và bản chất của việc khai thác một khu di sản cùng môi trường vật chất và kinh tế xã hội của nó thường tìm kiếm cách giảm thiểu hoặc hạn chế tác động của từng du khách. Các yếu tố, hoặc các biến số có thể bị tác động hoặc có thể kiểm soát được bao gồm lượng du khách, các loại hình hoạt động, cách ứng xử của du khách và, sức đề kháng và hồi phục về mặt vật chất và xã hội của môi trường. Có một số chiến lược xử lý những biến số này.

Lượng du khách có thể kiểm soát bằng cách giảm số người được phép vào khu di sản hoặc được phép vào một hoặc một số khu vực của khu di sản bằng cách phân tán họ hoặc tập trung họ vào một khu vực cụ thể.

Có thể thay đổi hoặc tác động tới các loại hình hoạt động của du khách bằng cách uốn nắn cách thức hoạt động của họ, ưu đãi những người thực hiện hoạt động cụ thể nào đó, hoặc áp đặt những biện pháp trực tiếp hạn chế các hoạt động.

Có thể sử dụng các cơ sở hạ tầng để thay đổi môi trường vật chất của khu di sản nhằm tăng cường khả năng đề kháng của nó đối với các tác động.

Có thể tác động vào môi trường xã hội của khu di sản bằng cách giảm bớt những xung đột giữa du khách với nhau và giữa du khách với cộng đồng địa phương.

**Các biện pháp giảm lượng du khách đến một khu di sản có thể bao gồm:**

- Hạn chế ra vào hoặc đóng cửa khu vực
- Hạn chế lượng người trong từng nhóm du khách
- Thực hiện hệ thống hạn ngạch hoặc cấp phép
- Tăng giá các khoản phí; hoặc
- Không cung cấp các trang thiết bị cho khu vực

**Các biện pháp phân tán hoặc tập trung du khách nhằm giảm bớt việc sử dụng một khu vực nào đó có thể bao gồm:**

- Hạn chế lượng người được phép vào khu vực bị đe dọa
- Hạn chế thời gian được phép lưu lại khu vực bị đe dọa
- Chỉ tăng giá vé vào cửa ở khu vực bị đe dọa
- Không cung cấp các trang thiết bị cho khu vực bị đe dọa
- Khoanh vùng cho từng loại hoạt động và không cho phép hoạt động trong khu vực bị đe dọa
- Điều chỉnh lượng khách tới các khu vực có khả năng đề kháng cao hơn bằng cách khoanh vùng, giáo dục du khách và cung cấp nhiều hay ít trang thiết bị
- Thay đổi giá vé vào cửa theo một số ngày nhất định trong tuần; và
- Tiến hành chiến dịch quảng bá rộng rãi nhằm tác động đến việc sử dụng khu vực này thay vì khu vực khác

**Hành vi của du khách có thể thay đổi bằng cách:**

- Có các chương trình tuyên truyền giáo dục, chỉ dẫn cách thức tham quan một khu di tích ít gây tác động, ví dụ các kỹ thuật quan sát cuộc sống hoang dã mà không làm kinh động các loài thú;
- Các chương trình quảng bá tạo ra sự tôn trọng các nguồn của khu di sản và những vấn đề liên quan tới việc bảo vệ.

**Các nhà quản lý khu di sản có thể khuyến khích du khách thực hiện các hoạt động nào đó bằng cách:**

- Nâng hoặc giảm giá vé cho các loại du khách khác nhau
- Hạn chế giờ mở cửa, ví dụ mở cửa sớm cho khách quan sát chim muông, hoặc đóng cửa sớm, không nhận thêm khách
- Cung cấp hoặc không cung cấp cơ sở hạ tầng
- Cấm một số hoạt động thông qua các quy định và biện pháp thực thi

**Có thể tăng khả năng đề kháng của môi trường vật chất của khu di sản đối với tác động bằng cách:**

- Sử dụng cơ sở hạ tầng để “gia cố” khu di sản, ví dụ gia cố mặt tuyến đường bằng

một lối đi lát bằng gỗ hoặc dựng dây neo cố định;

- Di chuyển cơ sở hạ tầng tới các khu vực có sức đề kháng cao hơn, ví dụ chuyển nơi trú chân trên núi tới một khu vực ít có khả năng bị sạt lở hơn

**Các biện pháp giảm bớt xung đột giữa du khách với nhau gồm:**

- Khoanh vùng cho các loại hoạt động tương thích;
- Tác động tới các loại hình hoạt động du lịch tại khu di sản bằng cách cung cấp hoặc không cung cấp các trang thiết bị

**Giải pháp giảm bớt xung đột giữa du khách với cộng đồng địa phương gồm:**

- Chuyển lợi ích kinh tế cho dân cư địa phương;
- Đưa các giá trị văn hóa-xã hội vào việc lên kế hoạch và phát triển khu di sản bằng cách tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương

Ngoài ra, những điểm ít bị sử dụng mà vẫn phải chịu thiệt hại đáng kể về mặt môi trường thì việc giảm lưu lượng giao thông trong khu vực cũng có thể không đem lại những tác động tích cực tương ứng. Trong trường hợp đó, việc hạn chế đi lại của du khách có thể không mang lại tác dụng thúc đẩy tốc độ phục hồi của đất và thực vật, và khu vực này có thể phải đóng cửa để phục hồi.

Ở những khu vực thực vật đã bị thoái hoá, việc sử dụng phải thực sự được hạn chế hoàn toàn thì mới có khả năng hồi phục. Tác động đối với nguồn nước và tài nguyên động thực vật hoang dã thường khác nhau, và trong một số trường hợp có thể hồi phục nếu hạn chế được mức độ sử dụng. Ví dụ, gấu trong khu di sản thế giới Vườn quốc gia Yellowstone là một vấn đề lớn hơn đối với những khu vực bị sử dụng nhiều, và việc hạn chế lượng du khách tới tham quan có thể giảm bớt những sự cố do gấu gây ra cho du khách cắm trại.

**7.2.1. Ở một số khu vực, ngay cả khi áp đặt các hạn chế, thì vẫn cần phải thực hiện các biện pháp tập trung và kiểm soát**

**du khách để giảm bớt tác động đến môi trường sinh thái.** Các du khách thường có xu hướng đến cùng một số điểm và đi theo cùng một tuyến đường. Tuy nhiên, một khi đã đến được một địa điểm đã định trước như nơi dựng trại chằng hạn, họ có xu hướng phân tán trong giới hạn địa điểm đó. Việc hạn chế sử dụng, ví dụ bằng cách giảm bớt số lượng các địa điểm có thể dựng trại quanh hồ, có thể làm giảm bớt lượng du khách, nhưng không nhất thiết giảm được tác động đối với sinh thái vì họ tản rộng khắp khu trại. Cần phải có các biện pháp để vừa giảm bớt lượng người, vừa bảo đảm đóng cửa hẳn các khu vực đã chọn. Mặt khác, ở những khu vực ít được sử dụng, việc giảm lượng du khách chỉ có thể giảm thiểu tác động đối với sinh thái chừng nào việc sử dụng được duy trì ở mức thấp, du khách được hướng dẫn những kỹ thuật ít gây tác động và tránh những điểm nhạy cảm với tác động. Chỉ cần một nhóm du khách không được hướng dẫn cụ thể cũng có thể gây ra những tổn hại nghiêm trọng.

**7.2.2. Hạn chế thời gian lưu lại trong khu di sản có thể giảm lượng du khách và giảm nhẹ vấn đề quá tải, nhưng không nhất thiết giảm được tác động đến môi trường.** Có thể hạn chế thời gian lưu lại trong khu di sản nói chung hoặc trong từng khu vực cụ thể nào đó; đây là một biện pháp góp phần giảm bớt tình trạng quá tải. Hạn chế thời gian thăm viếng ở những khu thiên nhiên được sử dụng nhiều không có khả năng ảnh hưởng đến những tác động đối với môi trường sinh thái, trừ phi các biện pháp này được quy định và thực hiện rất chặt chẽ và chỉ nhằm vào mục đích giảm các chỉ báo đã được xác định. Các tác động đối với môi trường sinh thái giảm nhiều nhất khi áp dụng biện pháp hạn chế thời gian thăm viếng ở những khu vực ít được sử dụng; ở những khu vực nhạy cảm với tác động, cuộc thăm viếng dài tại một địa điểm có thể gây ra những tác động không thể chấp nhận.

**7.2.3. Đóng cửa một khu vực có thể là cách hữu hiệu để bảo vệ hoặc phục hồi chất lượng môi trường.** Biện pháp này thúc đẩy việc phục hồi thảm thực vật và

giảm bớt tác động đến động vật hoang dã. Ví dụ, du khách không được tới thăm Vườn quốc gia Big Bend ở bang Texas của Mỹ trong mùa sinh sản của chim ưng cổ trắng để bảo vệ khu vực làm tổ của chúng. Tuy nhiên, việc đóng cửa một khu vực có thể là hành động trực tiếp gây nhiều tranh cãi và có những tác động phân hóa về kinh tế và xã hội. Cần phải giải thích rõ cho người dân địa phương, chứ không phải chỉ cho những du khách có thể tới thăm khu di sản đó về việc đóng cửa tạm thời khu di sản.

**7.2.4. Việc giảm lượng du khách bằng cách hạn chế số lượng du khách trong một nhóm đến tham quan cũng góp phần kiểm chế những tác động về sinh thái và xã hội.** Các nhóm du khách lớn có thể gây quá tải cũng như xung đột giữa họ với nhau. Ở những khu vực đông người, có thể cần giới hạn lượng người trong một nhóm và phát động chiến dịch tuyên truyền nhằm giảm thiểu tác động và bảo đảm sự riêng tư cho từng nhóm du khách. Trong những trường hợp như vậy, các chương trình tuyên truyền cần nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng các khu vực hiện có và giữ chúng sạch đẹp cho những du khách tới sau.

Các nhóm đông người có thể làm xáo trộn trên diện rộng hơn là các nhóm ít người, vì họ có xu hướng tỏa ra trên một khu vực rộng hơn. Họ cũng có thể gây xáo trộn nhanh hơn là những nhóm nhỏ. Tuy nhiên, trong một khu vực đã bị ảnh hưởng nặng, thì nhóm du khách 10 người hay 50 người cũng chẳng có gì khác nhau.

**7.2.5. Việc sử dụng chế độ hạn ngạch có thể làm giảm bớt lượng du khách, nhưng lại làm nảy sinh nhiều vấn đề. Một điểm cần xem xét là chi phí để thực hiện và quản lý chế độ hạn ngạch.** Nếu không có đủ nhân viên thì không thể duy trì lâu dài chế độ hạn ngạch. Ngoài ra, chế độ hạn ngạch có lợi cho những người có khả năng đặt chỗ trước, trong khi gạt bỏ mất nhiều loại du khách tiềm năng.

Bất cứ hạn chế nào cũng có thể làm những du khách yêu thích sự tự do cảm thấy khó chịu. Đặc biệt, hệ thống hạn ngạch có thể

làm những người coi mình là khách quen của khu di sản tức giận. Kết quả là họ có thể chọn đi du lịch nơi khác, và thế là những khu di sản ấy có thể lại không đáp ứng nổi lượng du khách tăng lên. Vì vậy, để chế độ hạn ngạch thực hiện thành công, cần hạn chế khả năng du khách tới các khu vực khác, và làm cho họ hiểu và chấp nhận biện pháp đang được thực hiện.

**7.2.6. Tăng giá vé vào cửa và các loại phí khác có thể giảm lượng du khách.** Luật cung cầu cho thấy vé vào cửa khu di sản càng cao thì lượng du khách tới thăm càng giảm. Một yếu tố cần xem xét khi tăng giá vé là sự co giãn của “cầu”, tức là du khách cảm nhận thế nào đối với việc thay đổi giá vé vào khu vực. Thông tin này có thể chốt lọc từ các cuộc điều tra. Một yếu tố khác cần xem xét là du khách muốn hệ thống giá phải dễ dàng và đơn giản. Họ có xu hướng thích giá trọn gói hơn là giá chính thức cộng thêm các chi phí khác như phí đỗ xe hoặc phí quay phim, chụp ảnh. Đặt mức giá vé đối với du khách cũng có thể bao gồm việc quy định giá vé vào cửa khác nhau giữa người địa phương và người nước ngoài.

#### **Giảm “cầu” bằng giá vé cao hơn**

*Vé vào cửa cao hơn có thể hạ thấp “cầu”, tức là giảm lượng du khách mà không nhất thiết làm giảm tổng thu. Chẳng hạn, việc tăng giá vé vào cửa ở Vườn quốc gia Keoladeo của Ấn Độ làm giảm 11% lượng khách (từ 126.539 năm 1996-97 xuống còn 113.004 năm 1997-98). Nhưng số tiền thu được cùng thời gian đó tăng gấp đôi, do lượng khách nước ngoài tăng 4%, từ 40.894 năm 1996-97 lên 42.532 năm 1997-98.*

**7.2.7. Không cung cấp các phương tiện dịch vụ có thể giảm lượng du khách.** Hạn chế cơ sở hạ tầng như điểm dừng trại hoặc bãi đỗ xe có thể giảm lượng du khách, cũng giống như thêm cơ sở hạ tầng có thể làm tăng lượng du khách. Chỉ đơn giản là làm cho du khách khó tiếp cận khu di sản hơn, chẳng hạn bằng cách đặt bãi đỗ xe xa cửa vào cũng có thể hạn chế lượng du khách. Ở Costa Rica, sức ép cộng đồng đòi

hạn chế du lịch tại một khu bảo tồn thiên nhiên đã làm cho kế hoạch mở đường vào nơi sinh sống của cộng đồng và khu bảo tồn thiên nhiên bị đình chỉ. Mặt khác, tăng cơ sở hạ tầng như đặt thêm các biển báo hoặc biển thông tin chỉ dẫn có thể nâng cao danh tiếng của khu di sản cùng các tài nguyên của nó, như xác tàu đắm chẳng hạn.

Chiến lược này làm nảy sinh một số vấn đề, trong đó có vấn đề an toàn của du khách. Ví dụ, tại một vườn quốc gia có rừng nhiệt đới, ban quản lý có thể muốn dựng hệ thống biển báo, lối đi có lát ván và xây cầu để giúp du khách trở lại điểm xuất phát an toàn thay vì sẽ phải có những hoạt động tìm kiếm cứu nạn rất tốn kém.

Độ co dãn của “cầu” liên quan đến việc phát triển hạ tầng cơ sở có thể khác nhau theo từng khu vực. Nhiều khu Di sản thế giới có thể thu hút lượng khách rất lớn vì sự độc đáo của chúng, ngay cả khi cơ sở hạ tầng rất hạn chế. Chẳng hạn, Đỉnh Everest có lẽ sẽ còn tiếp tục thu hút rất nhiều du khách đi thám hiểm cho dù có hay không có cơ sở hạ tầng và các phương tiện phục vụ. Khu di chỉ khảo cổ Inca ở Machu Pichu sẽ còn tiếp tục thu hút nhiều du khách mặc dù không có thêm cáp treo.

Chính sách loại này đòi hỏi các nhà quản lý phải có hồ sơ về đòi hỏi của khách để theo dõi những thay đổi tương ứng với mức độ phát triển cơ sở hạ tầng khác nhau. Điều còn quan trọng hơn là phỏng vấn tại chỗ các du khách và các hãng tổ chức tour để giúp nhân viên khu di sản xác định hiệu quả của chính sách phát triển cơ sở hạ tầng. Bằng cách duy trì đối thoại thường xuyên với các nhóm có lợi ích, như các hãng tổ chức tour là những thành viên của ban tư vấn du lịch của khu di sản và hiểu biết sâu sắc sở thích và hoạt động của khách, các nhà quản lý khu di sản có thể có được những lời khuyên thực tế về hiệu quả của những chính sách này.

### **7.3. *Cần nhắc việc nên phân tán hay tập trung du khách***

**7.3.1. *Tập trung du khách có thể hạn chế các tác động xã hội và môi trường.*** Chiến lược này cho phép có được sự kiểm soát và bảo vệ ở mức cao đối với các nguồn tài nguyên nhạy cảm. Bằng cách hạn chế sử dụng một vài khu vực đã được lựa chọn trong một khu di sản, đặc biệt là những khu vực có khả năng đề kháng cao hay chí ít cũng không quá nhạy cảm đối với tác động, chính sách này sẽ giới hạn xáo trộn trong một phạm vi nhỏ. Vì vậy, ở những khu di sản có các tài nguyên nhạy cảm, chiến lược tập trung có thể được dùng để hướng du khách tới những khu vực có khả năng đề kháng và phục hồi cao hơn. Ví dụ, một số vùng san hô có sức đề kháng tốt hơn khu khác, vì thế du khách có thể nên tập trung vào những khu vực này. Ở Stonehenge, trừ một số nhóm tôn giáo được tự do ra vào vào thời gian thích hợp, còn lại du khách không được phép vượt qua khu vực ngoại vi của khu di sản.

Ngoài việc hạn chế tác động đối với một số khu vực nào đó, việc sử dụng tập trung có thể mở ra những cơ hội mới. Ví dụ, chính sách này có thể tạo ra cơ hội hiếm có cho những trải nghiệm ở một khu vực tương đối biệt lập như khu di chỉ khảo cổ chẳng hạn. Cơ hội được là thành viên của một nhóm nhỏ thăm khu di tích hoang phế và được bảo vệ nghiêm ngặt là một trải nghiệm độc nhất vô nhị, và du khách cũng có thể sẵn sàng trả chi phí cao hơn.

Chính sách tập trung du khách góp phần giải tỏa những tác động có thể có đối với những khu vực nhạy cảm với tác động do xu hướng phát triển và mở rộng của các doanh nghiệp liên quan đến du lịch như hệ thống khách sạn và vườn quốc gia lớn gây ra. Ở những khu đã bị ảnh hưởng nặng nề, có thể không có giải pháp nào khác ngoài việc khuyến khích hoặc giới hạn du khách trong các loại hoạt động hiện có. Vì các du khách có xu hướng đến thăm cùng một khu vực và đi cùng một tuyến đường, nên việc áp dụng biện pháp này thường không khó và có thực hiện thông qua các quy định hoặc các phương pháp gián tiếp như thuyết phục du khách sử dụng một khu vực nào đó, hoặc cung cấp cơ sở hạ tầng ở những khu vực nhất định.

Tập trung du khách có thể tạo ra những tác động xã hội tích cực bằng cách cho phép dân địa phương thoát khỏi các sức ép liên quan đến du lịch. Ví dụ, ở những khu dựng trại cho du khách trong vùng thôn quê của Senegal, nơi ăn nghỉ của khách được đặt rất xa trung tâm làng mạc. Ở Vườn quốc gia Ujung Kulon miền tây Java của Indonesia, các hoạt động du lịch được hạn chế vào một khu do một công ty tư nhân quản lý; công ty này cung cấp nơi ăn nghỉ và các dịch vụ khác cho du khách.

Điểm bất lợi có thể có của việc tập trung du khách là nó thay đổi môi trường xã hội đối với họ. Ở nhiều khu di sản, khi du khách được tập trung trong những khách sạn nhỏ chẳng hạn, họ mất cảm giác được có những giây phút tĩnh lặng riêng tư. Điều này có thể trái với những trải nghiệm như đã được dự tính và/ hoặc trái với những gì ban đầu thu hút họ khi tới thăm khu di sản.

**7.3.2. Phân tán du khách không đơn giản và chưa chắc đã giảm nhẹ được các tác động.** Hạn chế các tác động đối với môi trường trong các khu thiên nhiên bằng cách phân tán du khách tới những điểm khác nhau có thể hiệu quả ở những khu vực mà mức độ sử dụng còn thấp và khi du khách có ý thức về hành vi ứng xử của họ. Chính sách phân tán phải được hỗ trợ bằng các chương trình kiểm soát để biết được du khách đi đâu và tham gia vào các hoạt động giải trí nào. Chính sách này có thể không khả thi ở những khu di sản thiên nhiên với các nguồn lực phục vụ cho công tác tuyên truyền hoặc kiểm soát du khách còn hạn chế. Thêm vào đó, việc theo dõi cẩn thận chương trình phân tán du khách là cần thiết, vì nhiều vấn đề có khả năng xuất hiện trên diện rộng.

Phân tán du khách bằng cách kéo dài mùa du lịch là một giải pháp có thể gây ra những hậu quả đối với môi trường sinh thái. Chẳng hạn, sử dụng hạn ngạch và giấy phép có thể giảm lượng du khách, nhưng có thể tập trung sử dụng vào mùa mà động thực vật dễ bị tổn thương hơn. Thú hoang dã đặc biệt nhạy cảm trong những tháng sinh sản và tìm kiếm thức ăn cho mùa đông. Trong thời kỳ mưa nhiều và

tuyết tan, đất có thể dễ bị nén và sạt lở. Thực vật cũng dễ bị tác động vào mùa sinh trưởng của chúng.

Ở những khu di sản văn hóa như những di tích có cơ sở hạ tầng tiên tiến và bảo vệ tốt ít có nguy cơ bị tác động môi trường, phân tán du khách là một biện pháp giảm bớt lượng người quá đông một cách có hiệu quả. Phân tán du khách tới các khu vực khác nhau của khu di sản có thể được thực hiện thông qua các quy định hoặc thông tin tuyên truyền và thuyết phục. Biện pháp này cũng có thể được thực hiện thông qua việc lựa chọn địa điểm phát triển các cơ sở hạ tầng. Nếu số lượng nhân viên ít, các biện pháp trực tiếp như cấp phép cũng có thể có hiệu quả. Hệ thống cấp phép sẽ tăng độ giãn cách giữa các đợt du khách vào thăm và hỗ trợ một mục tiêu quản lý là cung cấp cho du khách các trải nghiệm ở những nơi ít gặp người qua lại.

**7.3.3. Quyết định tập trung hay phân tán du khách cần phản ánh các mục tiêu chính sách và mục đích quản lý.** Một mục tiêu chính sách thường gặp là bảo đảm rằng các nguồn lợi du lịch đến tay các cộng đồng sống xung quanh khu di sản. Việc này có thể dẫn tới sức ép mở cửa cho du khách vào những khu vực mới của khu di sản. Du lịch có xu hướng trải rộng, và có thể dẫn sự mở rộng những tác động xã hội và sinh thái. Mặt khác, nếu phát triển kinh tế địa phương là mục tiêu chính, và nếu du lịch có đủ tiềm năng tạo nguồn thu thay thế cho nguồn thu từ các hoạt động kinh tế hiện tại ở một khu vực nào đó, thì mở rộng du lịch sang khu này có thể là thích hợp.

Nhưng nếu mục tiêu chính sách chủ yếu là bảo vệ các loài động thực vật bị đe dọa và khuyến khích các nhà sinh vật học tới thăm, thì việc mở rộng du lịch trong vườn quốc gia có thể hạn chế các cơ hội nghiên cứu vì những tác động ngày càng tăng của du lịch đối với các khu vực nhạy cảm.

#### **7.4. Thay đổi môi trường vật chất để ngăn chặn tác động**

##### **7.4.1. Tăng khả năng đề kháng của khu di sản đối với tác động của du khách bằng**

***cách lắp đặt hoặc thay đổi cơ sở hạ tầng thường được nói đến như là “gia cố” khu di sản.*** Xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, hoặc “gia cố” khu di sản sẽ làm tăng độ bền vật chất của nó. Việc này có thể là trải lại tuyến đường và lối vào, xây chỗ trú chân cho du khách xuyên rừng, hoặc đặt rào cản không cho sò vào những tranh khảm vô giá như đã làm ở khu Taj Mahal. Đền Lớn Abu Simbel ở Ai Cập, nơi mỗi ngày có tới 2.000 du khách viếng thăm làm tắc nghẽn luồng du khách, là một ví dụ về việc gia cố trên diện rộng khu di sản văn hóa. Trong đền, hơi thở của khách làm tăng độ ẩm và khí đi-ô-xít các-bon trong không khí, làm tăng lượng muối đọng trên tường. Để giải quyết vấn đề tắc luồng du khách, ban quản lý thực hiện chế độ đường một chiều. Hệ thống thông gió cũng được lắp đặt để giảm độ ẩm và nhiệt độ trong phòng trưng bày áo quan đựng xác ướp. Một cách tránh tắc động đơn giản khác là dời cơ sở hạ tầng ra xa các khu vực nhạy cảm.

***7.4.2. Gia cố vừa gây ra những bất lợi, vừa có thể đem lại nhiều lợi ích vì nó thay đổi bản chất những trải nghiệm của khách.*** Gia cố có thể làm thay đổi loại du khách. Trong những năm 1980, lượng khách tới các Đường mòn Milford ở New Zealand và Overland ở Tasmania, hai khu vực rất được du khách du lịch ba-lô ưa chuộng, đã tăng lên. Trước những tác động do việc này mang lại, Ban quản lý phản ứng bằng cách hạn chế sử dụng và gia cố mặt đường. Kết quả là, một số du khách cho rằng đường trở nên quá dễ đi nên không đến đó nữa.

Việc gia cố khu di sản nhằm mục đích làm cho du khách tham quan dễ dàng hơn cũng có thể làm tăng mức độ quá tải. Ở Tasmania, một lối đi riêng lát ván được xây dựng để hạn chế du khách tới một số khu vực của sông Vàng. Vì lý do kinh doanh, số lượng du khách trong mỗi nhóm theo tour du lịch không giảm, có thể trên 50. Vì lượng người dồn cả vào lối đi trên nên du khách gặp khó khăn trong việc chụp ảnh một trong những điểm hấp dẫn nhất của khu di sản là cây thông Huôn nổi tiếng 2000 năm tuổi.

Một tác động khác của việc gia cố khu di sản là những vật liệu thêm vào có thể không ăn nhập với môi trường xung quanh, làm giảm giá trị nguyên bản của khu di sản. Một cách giải quyết là sử dụng các vật liệu tự nhiên thay vì sử dụng những vật liệu nhân tạo. Ví dụ, có thể trồng các cây phát triển nhanh để chặn tuyến đường dẫn tới khu vực dễ biến động hoặc hạn chế, hoặc lối vào có thể được lắp bằng các phiến đá tự nhiên.

### ***7.5. Thay đổi thái độ ứng xử của du khách***

***7.5.1. Các chương trình quảng bá và tuyên truyền giáo dục có thể giảm nhẹ những tác động xã hội và môi trường.*** Các chương trình giáo dục hướng dẫn cách ứng xử tốt nhất trong khu di sản. Các chương trình quảng bá thông báo và giải thích cho du khách về các tài nguyên và ý nghĩa quan trọng của khu di sản.

Du khách có thể được chỉ dẫn các kỹ thuật ít gây tác động ở cả khu di sản thiên nhiên và di sản văn hóa. Ở Mỹ, trong “Chiến dịch cứu loài lợn biển”, các tài liệu hướng dẫn được phát cho du khách và việc này dẫn đến kết quả là tỷ lệ lợn biển bị chết hoặc bị thương giảm hẳn. Ở Khu di sản Luxor của Ai Cập, ban quản lý cho biết, bằng cách giải thích cho du khách hiểu rõ các vấn đề liên quan đến quản lý, họ đã thành công trong việc giảm đều các hoạt động của du khách trên toàn khu vực. Các chương trình quảng bá và tuyên truyền, giáo dục tuy phải mất nhiều thời gian mới có kết quả, nhưng đáng ưu tiên hơn là phát triển cơ sở hạ tầng vì chúng ít có khả năng thay đổi những trải nghiệm của khách và không làm mất đi các nhóm khách đã được dự tính.

Có thể loại trừ được một số tác động bằng cách hướng dẫn du khách các kỹ thuật ít gây tác động nhất. Ở Tasmania, trên tuyến Overland trong Vườn quốc gia Cradle Mountain-Lake St Clair, du khách sau chuyến đi thường bị đau bụng đi ngoài vì họ chôn rác thải quá gần trại, làm nguồn nước và cung cấp thực phẩm bị ô nhiễm. Đã có lúc có tới một nửa du khách bị ốm. Để khắc phục tình trạng này, ban quản lý

vườn quốc gia gửi tài liệu tới các câu lạc bộ đi bộ ngoài trời, các nhóm môi trường và các cửa hàng bán trang thiết bị cắm trại nói rõ những vấn đề và giải pháp cần thiết là du khách phải chôn rác thải cách lều trại, sông suối ít nhất là 100 mét. Mùa hè năm sau, chỉ có khoảng 8-10% du khách cho biết là bị đau bụng đi ngoài. Người ta cũng đã thu được những kết quả tương tự từ các chiến dịch tuyên truyền khuyến khích việc quan sát động vật hoang dã ít gây tác động nhất, cũng như những việc làm không ảnh hưởng tới môi trường sinh thái như sử dụng bếp lò thay vì đốt lửa, gói ghém đồ thừa và không cho muông thú. Phần lớn các chuyên gia bảo vệ di tích cũng ủng hộ việc đưa tuyên truyền giáo dục du khách thành một phần của chiến lược chống lại những vấn đề như hành động phá hoại di tích.

**7.5.2. Các chiến dịch quảng bá và tuyên truyền giáo dục không nhất thiết phải quá tốn kém.** Cần nghiêm túc đánh giá các mục tiêu để xác định liệu có thể vẫn đạt được các mục tiêu đó chỉ bằng các phương tiện rẻ tiền hay không. Thay vì phải phân bổ lượng tiền lớn cho các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng như các trung tâm phục vụ du khách phức hợp, các phương pháp ít tốn kém hơn có thể lại hiệu quả hơn, như chương trình gặp gỡ cá nhân giữa du khách và nhân viên ban quản lý chằng hạn. Trong một số tình huống, cần cử đoàn đi từ khu này sang khu khác để cập nhật và hoàn thiện tài liệu và phương tiện quảng bá, cũng như huấn luyện các nhà quản lý và bảo vệ rừng ở địa phương. Các chiến dịch quảng bá và tuyên truyền giáo dục có thể được tiến hành với chi phí thấp nhất. Ví dụ, trong một đoạn đường tự nhiên ngắn để đi bộ, chỉ cần có các bảng nhỏ ghi tên thông thường và tên khoa học của các loại thực vật là đủ, trong khi những bảng chỉ dẫn lớn hơn lại có nội dung là các chủ đề rộng hơn.

**7.5.3. Thay đổi cách ứng xử của du khách không phải là một quá trình đơn giản.** Các chiến dịch quảng bá và tuyên truyền giáo dục bắt nguồn từ mong muốn thay đổi hành vi của du khách, một nguyên tắc đơn giản về lý thuyết, nhưng lại phức

tạp trên thực tế. Có thể thấy rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới hành vi của du khách, bao gồm:

Du khách thường muốn biết tại sao họ lại phải làm việc đó. Nếu chỉ đơn giản nói rằng đây là khu vực hạn chế sử dụng, thì không đủ lượng thông tin cho họ.

Chương trình quảng bá phải phù hợp với thực tế, nếu không sẽ gây ra nhiều nhầm lẫn. Ví dụ, các bức ảnh và mô tả trong các tài liệu quảng bá có thể không đúng như kinh nghiệm của khách. Một ví dụ cụ thể là khi Ủy ban Lâm nghiệp Tasmania trong các tài liệu quảng bá và tuyên truyền giáo dục của mình đã nhấn mạnh đến những sự hấp dẫn mang tính giải trí của rừng trên đảo. Ý kiến phản hồi của khách cho thấy trước đó họ không trông đợi việc sẽ thấy những mảng rừng bị cắt trụi dọc theo các lối mòn và quanh khu vực nghỉ ngơi giải trí. Một giải pháp là đưa những hình ảnh về các hoạt động sản xuất lâm nghiệp vào các tài liệu quảng bá khu di sản.

Thái độ ứng xử của nhân viên, như nhân viên duy tu bảo dưỡng chằng hạn, phải góp phần đề cao những giá trị đã được phản ánh trong các tài liệu quảng bá và tuyên truyền giáo dục.

Kinh nghiệm của du khách và những điều họ biết trước đó có thể ảnh hưởng tới hiệu quả của các tài liệu tuyên truyền. Nghiên cứu cho thấy các tài liệu tuyên truyền tỏ ra hiệu quả hơn đối với du khách ít có kinh nghiệm hoặc thông tin về một khu di sản nào đó. Cần đặc biệt quan tâm tới nội dung cách thức phổ biến của các tài liệu quảng bá tuyên truyền đối với những khách đã quen thuộc với khu vực. Các chuyên gia khuyến nghị nếu không có khả năng phát hành cả hai loại tài liệu, thì tốt hơn là nên bỏ qua tài liệu dành cho loại du khách có kinh nghiệm hơn.

Du khách phải tin rằng một vấn đề nào đó là có thực và nghiêm túc, rằng một hành động nào đó là cần thiết, và rằng họ có thể góp phần làm sự thể khác đi. Các tài liệu cần đưa ra vấn đề cùng các thông tin về việc giải quyết nó thế nào, gắn kinh

những trải nghiệm của du khách với những hành động trong tương lai. Các tài liệu có thể gồm thông tin về các câu lạc bộ của các nhà bảo vệ môi trường, những nơi khác họ có thể đến thăm và tìm hiểu về chủ đề đó, hoặc các thông tin bổ sung khác.

Một người phải tin rằng mình có thể đóng góp vào giải pháp, như trồng một cây trong dự án trồng rừng, hoặc giúp sức trong việc khai quật một di chỉ khảo cổ chẳng hạn. Phần thưởng cá nhân có thể mang ý nghĩa vật chất, nhưng “phần thưởng tinh thần”, tức là sự mãn nguyện khi giúp được người khác, thường có ý nghĩa hơn.

**7.5.4. Một số yếu tố khác cũng góp phần vào việc thực hiện có hiệu quả các chương trình tuyên truyền quảng bá.** Cần có mục tiêu và mục đích rõ ràng để quyết định nên quảng bá cái gì, cho ai và bằng cách nào và ai chịu trách nhiệm xây dựng chiến lược ấy. Bước quan trọng trong việc xác định thông điệp chủ yếu và các đối tượng tiếp nhận là khâu yếu nhất trong quá trình phát triển ý tưởng và chủ đề.

Tài liệu cần tập trung vào loại du khách mà cách ứng xử được coi là cần thay đổi nhất. Thông điệp cần mô tả rõ những vấn đề chính yếu và các cách ứng xử cần thiết.

Các chiến dịch tuyên truyền hiệu quả nhất thường sử dụng kết hợp các phương pháp dành cho các nhóm du khách khác nhau, với những thông điệp khác nhau. Những tài liệu này dựa trên số liệu lưu trữ về du khách như độ tuổi, lai lịch, sở thích, nguồn gốc (nước ngoài hay địa phương), mức độ thông thạo trong các hoạt động mà khu di sản có khả năng đáp ứng, các nhu cầu đặc biệt, cách thức tiếp cận khu di sản (đường bộ, đường thủy, phương tiện công cộng hay tư nhân). Các số liệu này cũng tính đến việc du khách đi một mình, đi cả vợ chồng hoặc gia đình, hay đi theo nhóm có tổ chức.

Các tiêu chuẩn quảng bá có thể thay đổi theo những thay đổi xã hội, như sự chuyển dịch của các nhóm sắc tộc hoặc trình độ học vấn ở địa phương. Những sự chuyển dịch này có thể tạo ra nhu cầu cần những

thông điệp mới, có thể bằng các thứ tiếng khác nhau. Một cuộc triển lãm có thể sẽ thỏa mãn nguyện vọng của các du khách không thường xuyên, cũng như mong đợi của cư dân địa phương và du khách thường xuyên. Những bảng chỉ dẫn nhiều lớp ghi các thông tin chi tiết với cỡ chữ in nhỏ hơn nhằm thu hút sự chú ý của các khách thường xuyên.

Các nghiên cứu cho thấy cần phải phân tích kỹ các mối quan tâm của du khách. Nhiều người thăm các khu di sản thế giới vì họ có mối quan tâm tới di sản nói chung. Phần lớn du khách thăm các khu di sản thế giới không có kiến thức hoặc các lợi ích chuyên môn: những đặc trưng của một thành cổ hay các khu di tích lịch sử khác đối với họ có tầm quan trọng thứ yếu.

Cần đánh giá các chương trình quảng bá có đáp ứng các mục đích và mục tiêu quản lý hay không. Nếu không thì quả là lãng phí nguồn tài chính vốn ít ỏi, ảnh hưởng tới các chương trình khác và uy tín của ban quản lý. Các chuyên gia cảnh báo rằng cần chống xu hướng sản xuất các chương trình mới thay vì xét lại các chương trình cũ, mà không có lập luận về việc ủng hộ chương trình này hay chương trình kia.

Cách làm thông thường nhất và dễ nhất để đánh giá hiệu quả của chương trình quảng bá, như triển lãm chẳng hạn, là xem xét khả năng thu hút và duy trì sự chú ý của du khách. Trong trường hợp này, triển lãm được đánh giá trên cơ sở có bao nhiêu người dừng lại xem và/hay đọc các tài liệu trưng bày và trong thời gian bao lâu. Trực giác của các nhân viên trông coi triển lãm về sự thay đổi trong thái độ của du khách nói chung là đáng tin cậy và có thể giúp cho việc đánh giá tình hình.

Có thể tiếp cận với các nhóm mục tiêu bằng nhiều cách khác nhau, tùy thuộc vào loại tài liệu sử dụng. Nói chung, du khách phải sử dụng các phương tiện giao thông công cộng hoặc dịch vụ mà ban quản lý khu di sản cung cấp để tới khu di sản là loại du khách không thể rời khu di sản lúc nào họ muốn. Các nhân viên cần thông báo cho khách về những quy định của vườn



quốc gia, cho họ lời khuyên về việc bảo đảm an ninh và chỉ dẫn hướng đi.

Để khuyến khích du khách trở lại, các hiện vật cần được thay đổi thường xuyên, hoặc thỉnh thoảng phải tổ chức các cuộc triển lãm đặc biệt. Ở Bảo tàng Hoàng gia British Columbia ở Vancouver, lượng khách hàng năm giảm hẳn vì các hiện vật trưng bày không thay đổi do thiếu kinh phí. Kết quả là tiền thu được cũng giảm và điều này càng làm vấn đề phức tạp thêm.

Các hướng dẫn viên có thể đóng vai trò vô giá trong việc chuyển tải thông tin đến du khách. Ví dụ, ở những khu rừng nhiệt đới lớn, du khách không có hướng dẫn viên giỏi đi cùng có thể mất nhiều thời gian mà chẳng xem được cuộc sống hoang dã. 80-95% du khách tới thăm các khu rừng nhiệt đới ở một vùng thuộc Peru cho biết họ không thỏa mãn với những gì đã thấy về cuộc sống hoang dã.

Khi xây dựng các chương trình, việc lôi cuốn hướng dẫn viên vào ngay từ khâu lên kế hoạch sẽ góp phần bảo đảm có được các thông tin thống nhất cho du khách. Các hướng dẫn viên và nhân viên khu di sản cần liên hệ chặt chẽ với nhau để các hướng dẫn viên không đi chệch các mục tiêu của khu di sản và cung cấp những thông tin chính xác và thống nhất.

**7.5.5 Các phương pháp quảng bá tuyên truyền khác nhau có thể có khả năng thu hút du khách và thay đổi hành vi của họ ở mức độ khác nhau.** Các tài liệu sau đây được cho là có hiệu quả:

Ban quản lý Vườn quốc gia Tasmania thấy rằng hầu hết các tài liệu quảng bá có hiệu quả đều dễ đọc và vui nhộn. Cái được nhiều người thích và có hiệu quả nhất là băng hình. Vì băng hình cung cấp những thông tin sống động về cách thức sử dụng các kỹ năng trong thực tiễn cho nên chúng thường được chọn sử dụng trong trường học và cho các nhóm du khách ít kinh nghiệm.

Các biếm họa, tài liệu nghe nhìn và các chương trình thông tin đại chúng cũng tỏ ra có hiệu quả.

Một khi các tài liệu trên đã làm du khách chú ý thì phương pháp nhằm thay đổi cách ứng xử của họ có hiệu quả nhất là có thêm các tiếp xúc cá nhân. Ví dụ, để thuyết phục du khách bộ hành không sử dụng bếp lò hơn khi các nhân viên kiểm lâm trực tiếp thông báo cho họ về các quy định liên quan và đẩy mạnh chiến dịch tuyên truyền. Nếu chỉ dựng biển "*chỉ được sử dụng bếp ga*" thì không hiệu quả bằng.

Trong trường hợp không có nhân viên kiểm lâm, các hướng dẫn viên du lịch có thể được huấn luyện trở thành người cung cấp các thông tin tuyên truyền. Các cuộc hội thảo dành cho hướng dẫn viên tour du lịch thương mại có thể tập trung vào các kỹ thuật ít gây tác động và các vấn đề quản lý khác. Các hướng dẫn viên người địa phương ở đảo Nan Madol vùng Nam Thái Bình Dương, nơi có một di chỉ khảo cổ quan trọng, đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền cho du khách và kiểm soát các hành động viết vẽ bậy và các hình thức phá hoại khác.

Các chương trình đòi hỏi mọi người cùng tham gia cho thấy nhiều hứa hẹn. Chúng thường được ưa chuộng hơn triển lãm trưng bày ở dạng tĩnh và có hiệu quả cao trong việc thay đổi hành vi của du khách. Sự tham gia chủ động dường như thúc đẩy hơn thái độ tích cực, nhất là khi nó mang lại những trải nghiệm mới cho du khách. Các chương trình tạo cơ hội có ý kiến phản hồi có thể bao gồm việc cử các nhân viên lưu động hoặc "cắm" họ tại một số điểm cố định để cung cấp thông tin; tổ chức hội nghị hoặc hội thảo, các buổi trình diễn như múa rối, kịch hoặc nhạc kịch, hoặc tổ chức các hoạt động như tự làm và đánh giá đồ vật, các trò chơi và tái hiện các sự kiện lịch sử. Các ấn phẩm, băng hiệu, các hoạt động tự sáng tạo, các trung tâm thông tin cho du khách, phương tiện nghe nhìn, triển lãm trong nhà và hoạt động ngoài trời như đi bộ, đi xe và bơi lội trong các khu công viên biển ít tạo cơ hội giao tiếp hơn, nhưng

cũng đỡ tốn thời gian của các nhân viên hơn.

Các hội thảo mang tính thực hành có thể kết hợp với các chuyến đi và các tour quan sát. Một giáo viên dạy khoa học của Puerto Rico cho rằng cách tốt nhất để hiểu các hệ sinh thái miền duyên hải là thông qua các chuyến đi thực địa, trong đó những người tham gia có thể đặt câu hỏi và trao đổi với các chuyên gia cùng đi. Bảo tàng Tropen ở Amsterdam giới thiệu một chương trình trong đó du khách có thể có được lời khuyên của các du khách có kinh nghiệm về những sự kiện đang diễn ra ở một quốc gia nào đó, và những cái nên hay không nên làm phù hợp với các tập quán văn hóa khác nhau.

Các hiện vật nguyên bản dựa trên những hoạt động kinh tế sử dụng các đồ vật và chất liệu thật ngày càng được ưa chuộng. Ví dụ, ở Trung tâm đánh bắt cá Quốc gia Grimsby của Anh, những ngư dân kỳ cựu kể lại những kinh nghiệm của họ và khuyến khích du khách tham gia bằng cách chỉ cho họ cách buộc dây câu như thế nào. Các trung tâm di sản ngày càng cung cấp nhiều kinh nghiệm thực thông qua các buổi diễn giải giàu hình ảnh về lịch sử địa phương. Từ những năm 1980, tuy đã được xây dựng từ lâu đời nhưng nhờ công nghệ mới, các viện bảo tàng đã giới thiệu các hoạt động giải trí cũng như tuyên truyền giáo dục, làm giảm đi sự khác biệt giữa những trải nghiệm ở các công viên theo chủ đề và ở viện bảo tàng.

Lịch sử được lưu bằng con đường truyền khẩu là một tài sản nghiên cứu đặc biệt có ích và là nguồn tư liệu quan trọng. Vì vậy, cần lôi cuốn người địa phương cùng tham gia để họ cảm thấy có vai trò. Việc này đặc biệt quan trọng nếu cách diễn đạt của người địa phương khác với các tư liệu của ban quản lý khu di sản. Mang tiếng nói của người địa phương vào các chương trình giới thiệu sẽ đặt họ ở vai trò trung tâm, khuyến khích họ ủng hộ chương trình.

## **7.6. Khuyến khích thực hiện một số hoạt động**

**7.6.1. Có thể chuyển hướng du khách bằng thời khoá biểu.** Ví dụ, khu di sản có thể mở sớm cho du khách quan sát chim muông hoặc đóng cửa sớm để hạn chế các loại du khách khác. Khu Bảo tồn rừng Monteverde ở Costa Rica mở cửa sớm để các du khách quan sát chim có thể tận hưởng những giây phút tương đối yên tĩnh. Kéo dài thời gian mở cửa khu di sản có thể phụ thuộc vào việc có đủ nguồn tài chính để trả cho nhân viên làm thêm giờ hay không. Chi phí phát sinh đó có thể được bù lại bằng việc nâng giá vé vào cửa hoặc tăng cường quảng cáo.

**7.6.2. Cung cấp hay không cung cấp hạ tầng cho một số hoạt động có thể ảnh hưởng đến loại hoạt động được thực hiện.** Địa điểm xây dựng cơ sở hạ tầng có thể khuyến khích sử dụng khu vực này thay vì khu vực khác. Các biển chỉ dẫn có thể cổ súy khu này thay vì khu khác, và việc loại bỏ biển chỉ dẫn có thể làm giảm tỷ lệ sử dụng. Ở những khu vực có khả năng xảy ra xung đột giữa các nhóm du khách khác nhau, hoặc việc xé lẻ các nhóm có thể làm tăng trải nghiệm của du khách, việc xây dựng các cơ sở hạ tầng chi phí thấp có thể khuyến khích việc phân tán du khách. Ví dụ, các biển báo có thể chỉ dẫn du khách cắm trại tránh xa các khu vực mà ban ngày có nhiều khách khác sử dụng.

## **7.7. Thay đổi hoạt động bằng quy định**

**7.7.1. Các quy định hạn chế loại hoạt động và/hoặc cách thức hoạt động có thể ảnh hưởng mạnh đến tác động xã hội và sinh thái. Một số hoạt động giải trí gây nhiều tác động hơn các hoạt động khác.** Có thể hạn chế một số loại hoạt động của du khách. Ví dụ việc như cấm ô tô và xe máy chạy ngoài tuyến đường được phép hay sử dụng ngựa làm phương tiện đi lại nhằm làm giảm độ xói mòn của đất. Để hạn chế các vấn đề giao thông và ô nhiễm, Bermuda đã thực hiện chính sách không công nhận bằng lái xe nước ngoài, khiến du khách không thể thuê được xe. Cũng tương tự, ô tô của người không phải dân sở tại bị cấm trên các đảo Capri, Ischia và Procida của Italia.

Để giảm thiểu tác động tiêu cực do các cuộc chạm trán giữa du khách và cá voi ở Vịnh Glacier, Alaska, các nhà quản lý đã hạn chế lượng tàu du lịch ra vào Vịnh và đưa ra những quy định duy trì khoảng cách tối thiểu giữa tàu và cá voi là 400 mét. Vịnh Viscano ở Baja, California cũng có các quy định về việc quan sát cá voi để các hướng dẫn viên địa phương theo dõi thực hiện.

Các biện pháp mang tính quy định cũng đòi hỏi phải có đủ nguồn lực thực hiện. Các biện pháp gián tiếp có thể hỗ trợ cho các biện pháp trực tiếp. Ví dụ, ở một số vườn thú của châu Phi, lái xe thường không chấp hành các quy định duy trì khoảng cách từ xe đến chỗ đàn thú. Để khắc phục tình trạng này, có thể đào rãnh hai bên đường để ngăn không cho họ vượt khỏi tuyến đường quy định.

### **7.8. Thay đổi môi trường xã hội của khu di sản bằng cách giảm bớt xung đột của du khách**

**7.8.1. Tách các hoạt động có thể gây xung đột sẽ làm giảm xung đột.** Phân bổ các hoạt động cụ thể tới các khu vực khác nhau góp phần làm giảm xung đột giữa các loại du khách khác nhau. Ví dụ, các nhóm bơi lội và câu cá có thể xung đột với nhau nếu họ sử dụng cùng một khu vực. Ý tưởng phân tán các nhóm du khách có liên quan đến các Đài cơ hội giải trí (ROS). Một vấn đề then chốt khi sử dụng kỹ thuật này là phải bảo đảm rằng các khu vực khác nhau sử dụng cho các hoạt động khác nhau được giữ ở tình trạng môi trường tốt trong thời gian dài. Du khách và các hãng tổ chức tour có thể được thông báo nếu khu vực dành cho họ bị hư hại, sẽ không có khu vực nào khác tương tự.

**7.8.2. Việc xây dựng các chương trình quảng bá và tuyên truyền giáo dục có sự hợp tác chặt chẽ với cộng đồng dân cư có thể giúp tránh làm họ xa lánh vì cảm thấy bản sắc văn hóa của họ bị thuyết minh sai lệch.** Không dễ dàng chuyển tải tới du khách ý thức của người dân địa phương về mảnh đất sinh sống cũng như giá trị tinh thần và bản sắc văn hóa của họ. Với cộng

đồng địa phương, những ký ức, sự gắn bó và biểu tượng thời xa xưa thường là hết sức quan trọng. Ngược lại, du khách dường như làm giảm những giá trị của địa phương vì bị thu hút bởi những gì xa lạ, kỳ thú và sống động. Các chương trình quảng bá và tuyên truyền, nếu được xây dựng với sự hợp tác chặt chẽ của cộng đồng, có thể giúp ngăn chặn tình trạng xem nhẹ những giá trị truyền thống của địa phương.

### **7.9. Phân bổ nguồn lợi tới các cộng đồng bị ảnh hưởng bởi khu di sản**

**7.9.1. Người địa phương sẽ tham gia các hoạt động bảo toàn khi các hoạt động này giúp cải thiện mức sống của họ.** Các nhà quản lý Vườn Quốc gia Ujung Kulon ở Tây Java của Indonesia cho biết, các hoạt động du lịch, quản lý và bảo vệ mang lại thu nhập cho người địa phương đã khuyến khích họ ủng hộ những nỗ lực bảo vệ và bảo toàn vườn quốc gia. Nếu chỉ có các chương trình bảo toàn môi trường và tuyên truyền giáo dục không thôi thì sẽ không có kết quả. Ở Gambia, một nước vùng Tây Phi, việc cộng đồng địa phương chấp nhận Vườn Quốc gia mới thành lập Tây Kiang hoàn toàn xuất phát từ sự mong đợi của họ là muốn được nhận một phần lợi ích kinh tế từ du lịch.

Tuy nhiên, việc tăng lợi ích cho địa phương, ví dụ bằng cách đào tạo hướng dẫn viên người địa phương, cũng không nhất thiết thu hút được dân chúng tham gia các hoạt động bảo toàn và bảo vệ. Kinh nghiệm cho thấy bảo toàn và phát triển kinh tế phải gắn với nhau. Vì vậy cần tuyển những hướng dẫn viên luôn quan tâm đến việc bảo toàn hoặc đến sự tham gia của cộng đồng. Việc đánh giá kết quả huấn luyện các hướng dẫn viên người địa phương ở Costa Rica cho thấy cần có quá trình tuyển chọn toàn diện, tìm kiếm cả những người có tài và có ý thức môi trường và cộng đồng.

**7.9.2. Kinh nghiệm cho thấy các dự án du lịch cộng đồng sẽ bền vững khi được mọi người đóng góp sức lao động và tiền của.** Các dự án thành công khi mọi người đều có lợi ích trong đó. Khi thấy được lợi

ích của dự án, họ sẽ sẵn sàng góp công góp sức. Ở Dự án Khu Bảo toàn Annapurna của Nepal, người ta hy vọng mọi người sẽ đóng góp tiền bạc và sức lao động vào các dự án phát triển cộng đồng. Chủ nhà nghỉ nào nâng cấp các phương tiện thì được hỗ trợ về kỹ thuật và đào tạo, kể cả việc giúp nâng cao tiêu chuẩn của các nhà nghỉ đó.

**7.9.3. Các chương trình du lịch cộng đồng có thể có hiệu quả hơn nếu được giới thiệu từng bước và gắn với các chương trình phát triển kinh tế khác.** Người ta khuyên nên giới thiệu dần dần vì những tác động tiêu cực tiềm ẩn về kinh tế xã hội. Các cộng đồng dân cư cần có thời gian để thích nghi với thực tế của ngành công nghiệp này, để giải quyết những vấn đề bắt nguồn từ lượng du khách đổ tới và để có kế hoạch nắm bắt và duy trì lợi ích kinh tế từ du lịch một cách có hiệu quả.

Mong đợi các lợi ích kinh tế thường làm mọi người thất vọng vì những bất cập tại địa phương. Ví dụ, khách nước ngoài có thể đòi hỏi các tiêu chuẩn ăn ở vượt quá khả năng đáp ứng ngay tức thì của địa phương. Vì vậy, chỉ sau khi những vấn đề cơ bản đã được giải quyết thì dân địa phương mới có thể thấy được các lợi ích kinh tế. Việc thực hiện từng bước có thể làm tình hình thêm phức tạp, vì dân chúng sốt ruột chờ đợi các lợi ích kinh tế.

Những vấn đề như vậy có thể sẽ giảm bớt khi các chương trình tạo thu nhập được thực hiện đồng thời và cộng đồng không chỉ trông chờ vào du lịch. Ví dụ, các dự án ở những khu vực được bảo vệ có thể gồm các chương trình phát triển nông-lâm nghiệp và phát triển các nguồn lực khác mang lại lợi ích kinh tế như các vụ thu hoạch lương thực và gỗ làm củi. Những giải pháp này có thể làm dịu đòi hỏi phải phát triển du lịch nhanh hơn.

**7.9.4. Khả năng mang lại lợi ích cho người dân địa phương của du lịch là một chức năng của nguồn lực và kỹ năng hiện có có thể được sử dụng để tạo thu nhập.** Các dự án du lịch cộng đồng cần bắt đầu bằng việc đánh giá các nguồn lực và kỹ năng tại địa phương để xem các hoạt

động nào là phù hợp. Ví dụ, trong nhiều trường hợp, cần có phương tiện vận chuyển của địa phương hay hiểu biết về địa hình phức tạp ở địa phương để hỗ trợ cho các hoạt động du lịch; ví dụ, tại Vườn Quốc gia Corcovado của Costa Rica, nơi mà giao thông đường bộ tới vườn rất khó khăn, nhưng đi máy bay lại quá tốn kém. Các hoạt động khác cần đến kỹ năng hướng dẫn và chuyên chở của địa phương là leo núi, bộ hành xuyên rừng, câu cá, bơi lặn và cưỡi ngựa. Các hoạt động chuyên ngành hơn như quan sát chim muông và đi bè trên sông suối thường đòi hỏi phải được đào tạo và chỉ dẫn nhiều hơn. Cơ hội cho các hoạt động này thường phụ thuộc vào các chương trình đào tạo của chính quyền hoặc các NGO và các hãng tổ chức tour có quan tâm đến việc thu hút sự tham gia của người địa phương.

#### **Phân phối lợi ích cho địa phương thông qua việc tạo các cơ hội việc làm**

*Khi Vườn chim Keoladeo của Ấn Độ trở thành vườn quốc gia, những quy định mới cấm lấy củi và thả gia súc đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến dân địa phương là những người mà cuộc sống phụ thuộc vào các nguồn lợi thiên nhiên nằm trong khu vực vườn quốc gia. Để giảm nhẹ tác động của việc này, người ta khuyến khích phát triển du lịch làm nguồn thu nhập thay thế. Keoladeo nằm trong tuyến du lịch “Tam giác vàng” nối New Dehli, Agra và Jaipur là một trong những khu thiên nhiên được ưa chuộng nhất ở châu Á, hàng năm thu hút khoảng 125.000 du khách mà 79% là từ Ấn Độ.*

*Với lượng chim di cư và định cư lớn, bao gồm cả loài sếu Siberia, Keoladeo nằm trong danh sách những địa danh thu hút du khách của nhiều hãng tổ chức tour du lịch chuyên biệt. Để tận dụng các cơ hội du lịch, phó giám đốc vườn quốc gia đã xây dựng một chiến lược có tính sáng tạo nhằm tạo nguồn thu nhập cho địa phương. Việc chuyên chở và diễn giải do 108 người đạp xích lô cùng 98 hướng dẫn viên hiểu biết về thiên nhiên đảm nhận. Các loại thuyền không lắp động cơ cũng được đưa vào sử dụng, do các nhân viên được tuyển*

dụng dài hạn từ các khu vực lân cận điều khiển, tạo thêm việc làm cho người địa phương. Thêm vào đó, 60% nhân viên vườn quốc gia được tuyển dụng từ các làng xã gần các khu vực được bảo vệ. Ban quản lý vườn quốc gia đăng báo địa phương tìm người đạp xích lô. Những người này được đào tạo ba tháng về lịch sử tự nhiên và văn hóa của vườn quốc gia, cũng như của cộng đồng và của các khu du lịch. Xe xích lô được gắn biển đăng ký màu vàng bằng kim loại, được phép hoạt động cả bên trong và bên ngoài khu vực vườn quốc gia. Một hệ thống quay vòng được sử dụng để tránh việc tranh cãi vì tranh giành khách.

Các hướng dẫn viên du lịch người địa phương cũng được đào tạo về lịch sử tự nhiên, các kỹ năng diễn giải, quản lý du khách và ngôn ngữ. Giấy phép hành nghề hướng dẫn du lịch được đổi vào tháng 7 hàng năm sau khi họ hoàn thành tốt khóa bổ túc nghề. Những năm gần đây người ta có xu hướng tuyển dụng người từ các nhóm thu nhập thấp không có việc làm, nhất là thanh niên ở các vùng thôn quê. Khoảng 1/3 số hướng dẫn viên du lịch được tuyển từ các cộng đồng dân cư lân cận. Trước đây, người ta đòi họ phải có bằng tốt nghiệp trường dạy bằng tiếng Anh, nhưng các hướng dẫn viên nói tiếng Hindi cũng được chấp nhận vì 70% du khách là khách nội địa.

#### **Các vấn đề tài chính theo mùa du lịch**

Mặc dù thu nhập hàng ngày của người đạp xích lô là khá cao trong mùa cao điểm ở Keoladeo, khi lượng khách giảm đi theo mùa chim di cư thì chỉ còn một ít người có thể tiếp tục hành nghề. Trong khi nhiều người có việc làm trong khu vực trong thời gian cuối mùa du lịch, một số được thuê thu dọn cỏ rác trong những khu vực đầm lầy của vườn quốc gia.

#### **Phụ thu sinh thái**

Các hãng tổ chức tour và du khách có thể đóng góp trực tiếp cho vườn quốc gia Keoladeo và những dự án phát triển của vườn. 75% tiền lệ phí và đóng góp tự

nguyện được đưa vào quỹ dự án đặc biệt do Hội Phát triển Vườn quốc gia Keoladeo bao gồm ban quản lý vườn, chính quyền quận, đại diện cộng đồng làng xã, các NGO địa phương và đại diện của các ban quản lý nông nghiệp, chăn nuôi, giáo dục, thủy lợi, du lịch và các cơ quan thủy nông. Thành công của dự án phụ thuộc vào tính minh bạch, trong đó vai trò của những người tham gia được xác định rõ ràng.

**7.9.5. Chi phí lao động cần được xem xét thực tế khi phân tích tiềm năng của cộng đồng.** Chẳng hạn, nếu chi cần rất ít vốn hoặc không cần vốn, ví dụ để xây dựng một nhà khách nơi trước đây dành cho trẻ em nay chuyển thành phòng dành cho du khách, thì dự án có thể sẽ hấp dẫn. Ngoài ra, nếu thời gian làm du lịch không thể được sử dụng tốt hơn cho những mục đích khác, chẳng hạn vì ngoài du lịch có rất ít các cơ hội việc làm khác, thì dự án du lịch cộng đồng có thể vẫn đáng thực hiện cho dù mức lương có thể thấp.

**7.9.6. Kinh nghiệm cho thấy du lịch thường không đem lại lợi ích kinh tế chung cho địa phương nếu ít sử dụng các hướng dẫn viên người địa phương.** Các công ty du lịch và các khách sạn thường có khuynh hướng không thích sử dụng hướng dẫn viên người địa phương. Tại một số nước và một số khu vực được bảo vệ, người ta buộc phải sử dụng các hướng dẫn viên không đủ kỹ năng, một việc bị coi là lãng phí tài chính.

Có thể giảm nhẹ vấn đề này bằng cách đào tạo chuyên sâu về ngôn ngữ và kỹ năng thuyết minh cho các hướng dẫn viên du lịch người địa phương. Những người có chuyên môn cao dễ được các hãng du lịch chấp nhận hơn. Khi các hãng lữ hành và chính quyền nhận thức được rằng việc bảo vệ khu di sản và sự thành công của thương mại du lịch phụ thuộc vào sự ủng hộ của địa phương, thì họ bắt đầu hiểu rằng chấp nhận việc tuyển dụng và đào tạo người địa phương cũng có lợi cho họ.

**7.9.7. Tăng thu nhập của khu di sản để mang lại lợi ích cho địa phương.** Chi phí

và nguồn lợi từ cơ sở hạ tầng và các giải pháp công nghệ cao cần được đánh giá theo mục đích mang lại lợi ích cho địa phương. Các nhà vạch kế hoạch ở Khu di tích Copan Maya của Honduras nhận ra rằng các khách sạn sang trọng có xu hướng được xây dựng cách xa các trung tâm dân cư, do đó hạn chế cơ hội việc làm cho người địa phương. Nhận thấy phần lớn khách nội địa có nguồn tài chính eo hẹp và thích chỗ ăn nghỉ ngay tại địa phương, họ đề nghị nâng cấp cơ sở hạ tầng và các dịch vụ liên quan hiện có. Họ cũng cho rằng các phương tiện du lịch tập trung, đơn giản nhưng chất lượng tốt mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng địa phương hơn là các khách sạn hay nhà hàng cao cấp, đắt tiền và các dịch vụ hướng dẫn khác. Những dịch vụ này thường sử dụng lao động đưa từ nơi khác đến, do bên ngoài đầu tư kiểm soát và cố ý đặt xa các khu dân cư địa phương.

Không nên thông qua các giải pháp kỹ thuật cao đối với các vấn đề quản lý nếu chưa xem xét nghiêm túc giá thành, lợi ích và khả năng dễ áp dụng trên thực tế. Ở một số nước có tỷ lệ thất nghiệp vốn đã cao, những biện pháp này có thể làm nhiều người mất việc hơn nữa. Ví dụ, sử dụng lao động địa phương để lợp và duy trì mái lá cọ nhằm bảo vệ các hiện vật bằng đá khỏi bị hư hỏng thay vì sử dụng các hóa chất là việc nên làm và rất hiệu quả. Tương tự, máy cắt cỏ chạy điện rõ ràng hiệu quả hơn cắt bằng tay, nhưng máy cần có phụ tùng thay thế mà rất có thể là phải nhập từ nước ngoài.

Lệ phí thu của khách có thể mang lại lợi ích cho cả các khu vực được bảo vệ và các cộng đồng địa phương. Hầu hết các nghiên cứu về việc quản lý khu vực được bảo vệ đều kiến nghị chính phủ nên có chính sách cho phép lấy thu bù chi. Có thể thu phí vào thăm vườn quốc gia hoặc khu di tích, lệ phí cho các hoạt động khác như bơi lội và du lịch xuyên rừng, và cho nơi ăn nghỉ và các dịch vụ cứu hộ.

Thu phí cũng là hợp lý vì người nào sử dụng khu di sản thì phải trả tiền. Phí vào cửa các khu vực công cộng như công viên

hoặc viện bảo tàng được duy trì ở mức thấp, tạo điều kiện cho mọi người thuộc nhiều tầng lớp xã hội có thể vào thăm. Để thu được nhiều ngoại tệ hơn và tăng nguồn thu, một số khu di sản đặt mức thu đối với người nước ngoài cao hơn người trong nước (ví dụ, 5.25 đô la đối với người nước ngoài và 60 xu đối với khách nội địa tại Khu di tích Copan Maya của Honduras). Ở những nước mà hệ thống hai giá là bất hợp pháp, có thể tiến hành quyên góp từ du khách nước ngoài và các hãng lữ hành. Cần lưu ý là ở nhiều khu di sản, tiền thu được phải chuyển vào kho bạc trung ương, chứ không dành cho các hoạt động ở khu di sản.

Các chuyên gia cho biết ngành du lịch có thể phân đối việc thu phí, cho dù du khách sẵn sàng trả phí vào cửa cao hơn. Du khách có xu hướng chấp nhận tăng lệ phí nếu biết số tiền thu sẽ được dùng vào việc bảo vệ và bảo toàn khu di sản, vì vậy họ muốn biết tiền được sử dụng thế nào. Có thể thu thập các số liệu về sở thích của du khách để hỗ trợ cho việc tăng giá vé vốn gặp sự chống đối của một số đối tượng có lợi ích trong ngành du lịch.

Giảm mức thu từ các cá nhân, hoặc nhóm được phép cung cấp dịch vụ trong khu di sản cũng có thể tạo nguồn thu cho cả khu di sản và cộng đồng địa phương. Những thứ được giảm giá gồm đồ ăn thức uống, nơi ăn nghỉ, chuyên chở, hướng dẫn viên và dịch vụ bán lẻ. Phí miễn giảm và tiền thuê bao có thể tạo thu nhập đáng kể cho các khu di sản có nhiều khách tới thăm. Vì vé miễn giảm thường thấp hơn so với mức tổng thu cho nên các doanh nghiệp có thể sẵn sàng trả phí cao hơn.

Khách lưu lại dài ngày hơn sẽ làm tăng nguồn thu mà vẫn giữ được lượng khách ở mức có thể kiểm soát. Việc có hệ thống dịch vụ đa dạng cho du khách sẽ tăng thời lượng trung bình mà khách lưu lại khu di sản. Ở Copan, việc xây dựng chương trình quảng bá, làm thêm những tuyến đường mới, xây thêm trung tâm đón khách, phát triển các dịch vụ hướng dẫn tự nhân và các chương trình nghe nhìn vào buổi tối trong thị trấn gần đó đã góp phần tăng thời lượng

khách lưu lại. Ở những khu di sản văn hóa với cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp, các chương trình quảng bá có thể nhấn mạnh đến những thắng tích có sức thu hút lớn.

Các hãng lữ hành có thể sẵn sàng mở rộng lộ trình sang các danh lam thắng cảnh và dịch vụ khác, do đó tăng thêm nguồn lợi cho địa phương. Tại một địa điểm như khu nghỉ mát chẳng hạn có thể bổ sung lộ trình tham quan trong ngày cho du khách lựa chọn. Những nơi này cần mang đến cho du khách những trải nghiệm mới mẻ.

Việc thuê nhân viên người địa phương có thể cải thiện công tác quản lý và mang lại lợi ích cho địa phương. Kinh nghiệm ở Australia cho thấy tầm quan trọng của việc tạo công ăn việc làm và đào tạo thổ dân thành nhân viên bảo vệ, liên lạc và cố vấn chính sách.

Cho phép người địa phương bán sản phẩm sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế cộng đồng nhưng cũng nảy sinh nhiều vấn đề. Du khách có thể cảm thấy lo ngại trước những người bán hàng rong quá xông xáo, hoặc người địa phương không đủ tiền trả cho những thứ được ưu tiên miễn giảm có thể sẽ sử dụng các khu vực không được phép tại khu di sản. Ở Vườn Quốc gia Grand Canyon của Mỹ, người da đỏ trước đây bán đồ thủ công gần cửa ra vào và ở nhiều nơi quan trọng khác, nay được gom vào một khu chợ dành riêng cho họ.

### 7.10. Gợi ý và Khuyến nghị

- Trong quá trình giải quyết các vấn đề đề đưa ra các giải pháp quản lý, bước đầu tiên là phân tích toàn bộ các chỉ báo và xác định vì sao các tiêu chuẩn không được đáp ứng. Thu thập thông tin về các nhóm gây ra vấn đề (ví dụ, người sử dụng ban ngày so với du khách lưu lại dài hơn, v.v.) sẽ giúp tập trung được các nỗ lực đúng hướng.

- Khi đánh giá các biện pháp, việc xem xét các phương pháp trực tiếp và gián tiếp khác nhau có thể là việc làm bổ ích. Có thể có được các thông tin đầu vào có giá trị bằng cách rà soát lại các mục đích và mục

tiêu qua thảo luận với nhân viên và thành viên ban tư vấn trong khi nghiên cứu các kịch bản là hệ quả của các chiến lược và biện pháp khác nhau. Nên bắt đầu bằng cách bàn về các chiến lược gián tiếp như quảng bá, truyền truyền giáo dục; sau đó chuyển sang các hành động trực tiếp như cường chế, phạt, hệ thống cấp phép, v.v.

- Các biện pháp gián tiếp có thể đủ để giải quyết những vấn đề chưa bức thiết lắm: chẳng hạn một khu vực nguy hiểm nhưng chưa đến mức phải đóng cửa, hoặc lượng khách tham quan tăng nhưng không quá nhanh. Có thể đánh giá tác động của các biện pháp này trước khi đưa ra các biện pháp hạn chế chặt hơn. Những khu di sản với số lượng nhân viên và nguồn tài chính hạn hẹp có thể không có lựa chọn nào hơn là các biện pháp gián tiếp.

- Cần kết hợp các biện pháp để có được kết quả tốt nhất. Ví dụ, chiến dịch thông tin tuyên truyền có thể kết hợp với kế hoạch theo kiểu ROS (*Dải cơ hội giải trí*) phân tán người sử dụng. Chiến dịch tuyên truyền giáo dục có thể khuyến khích việc phân tán các nhóm sử dụng tới các khu vực tách biệt nhau. Chẳng hạn, những người đạp xe leo núi được khuyến khích sử dụng nhiều tuyến đường chất lượng tốt, tránh xa các khu vực có du khách quan sát chim muông hoạt động.

- Tính toán chi phí cho các biện pháp khác nhau trên cơ sở nguồn nhân lực và các nguồn lực khác cũng sẽ thấy được biện pháp nào là hiệu quả.

- Không được tiến hành các biện pháp quản lý nếu chưa phân tích thấu đáo và hiểu rõ tầm quan trọng về mặt văn hóa-xã hội của một khu di sản đối với người dân trong cộng đồng, như xây dựng cơ sở hạ tầng ở một khu vực linh thiêng đối với họ chẳng hạn.

- Có thể tạo bầu không khí tích cực để giới thiệu các biện pháp quản lý bằng cách lôi cuốn những người có lợi ích vào việc vạch kế hoạch. Quan hệ đối tác giữa những nhóm có lợi ích sẽ thúc đẩy đối thoại hoặc với nhóm làm nảy sinh vấn đề hoặc với các nhóm bị ảnh hưởng. Có thể giới thiệu cho các nhóm này về yêu cầu của khu di sản và

lý do đằng sau một chính sách nào đó. Hội đồng tư vấn du lịch là một cơ chế có hiệu quả trong việc thu hút nhiều đối tác có lợi ích liên quan vào các vấn đề quản lý du khách. Ngoài ra, các quy định sẽ đưa ra cũng cần sự ủng hộ của công chúng nếu muốn thực hiện thành công.

- Nói chung, ở những khu di sản thiên nhiên với các nguồn lực hạn chế, cần khuyến khích các chiến lược tập trung du khách. Cần tránh chiến lược phân tán trừ phi có đủ nguồn lực cho các chiến dịch tuyên truyền giáo dục và kiểm soát việc thực hiện các quy định. Nếu cần mở cửa một khu vực cho một nhóm người mới, chẳng hạn mở tuyến đường mới cho người đạp xe leo núi, thì chí ít cũng cần đối thoại thân mật, không mang tính đối đầu với các du khách mới tới.

- Ở các khu di sản văn hóa, việc phân tán du khách sẽ hiệu quả nếu có đủ nhân viên bảo đảm công tác bảo vệ.

- Lôi cuốn những người có lợi ích vào các hoạt động quản lý có thể hỗ trợ cho quá trình thực hiện. Các chủ khách sạn có thể sẵn sàng đóng góp vào việc thực hiện các chương trình tuyên truyền, phổ biến thông tin cho người sử dụng về những cách ít gây tác động nhất. Học sinh các trường cũng có thể đóng góp công sức của mình. Các nhân viên khu di sản có thể liên hệ với báo chí và tiến hành các chiến dịch tuyên truyền giáo dục với sự hỗ trợ của một đối tác có lợi ích nào đó, phổ biến tin tức về các chính sách quản lý và các hoạt động ở khu di sản.

- Quan hệ liên kết giữa các đối tác cũng góp phần thúc đẩy các nỗ lực thực hiện chung. Đối tác trong các cộng đồng địa phương, những người đồng tình với chương trình bảo vệ và bảo tồn chính là lực lượng phòng thủ tốt nhất trước các hành vi phi pháp. Chi phí cho các nhân viên thực thi pháp luật như kiểm lâm hoặc tuần tra an ninh tại những khu di chỉ khảo cổ thường là cao, vì vậy có thể sử dụng người địa phương, đồng minh của khu di sản để thông báo về những hành vi phi pháp. Tuyên truyền giáo dục người địa phương về những nỗ lực kiểm soát các

hành vi phi pháp tại khu di sản, tuy chắc chắn không phải là phương thuốc chữa bách bệnh, nhưng có thể có thêm sự ủng hộ và khuyến khích hợp tác trong các nỗ lực phát hiện kẻ vi phạm.

- Hiểu được khả năng của địa phương sẽ giúp xác định hoạt động nào là khả thi. Nên biết rằng không phải ai cũng mưu cầu lợi trực tiếp, nhưng lợi ích từ dự án sẽ hỗ trợ cho các hoạt động phát triển cộng đồng. Cần cho mọi người thấy rõ mối liên hệ giữa dự án du lịch, những nguồn lợi nó mang lại và các hoạt động bảo toàn.

### *Gợi ý hoạt động*

#### *1. Nếu các tiêu chuẩn không được đáp ứng, cần tìm hiểu tại sao*

- rà soát lại danh mục các chỉ báo và các yếu tố nhân-quả liên quan
- nếu tác động là do du khách gây ra, cần xác định rõ các loại khách liên quan
  - tiến hành đối thoại với nhóm đó rồi quyết định các biện pháp quản lý
  - đánh giá hiệu quả của các biện pháp trực tiếp và gián tiếp đối với một tác động nào đó, kể cả các yếu tố kinh tế, xã hội và văn hóa của địa phương; bắt đầu bằng các biện pháp gián tiếp, sau đó nhanh chóng chuyển sang các chiến lược trực tiếp
  - thảo luận với nhân viên và các thành viên ban tư vấn về các tình huống mà các biện pháp khác nhau có thể dẫn đến
  - ước tính chi phí cho các biện pháp khác nhau, có tính đến nhu cầu về nhân lực, và quyết định có nên kết hợp một số biện pháp với nhau hay không

#### *2. Thông báo cho những người liên quan về các biện pháp đang được tiến hành.*

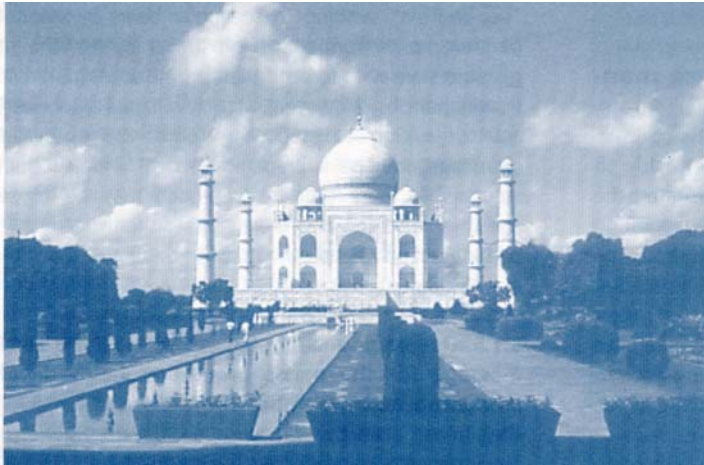
- đưa các biện pháp được đề xuất ra thảo luận tại hội đồng tư vấn du lịch
- đối thoại với những người có thể bị ảnh hưởng, chứng minh cho họ thấy yêu cầu của khu di sản và giải thích tại sao cần áp dụng một số biện pháp nào đó và cách thức áp dụng
- cố gắng đi tới thỏa thuận giữa các đối tác và lôi cuốn những người có lợi ích vào việc thực hiện các biện pháp quản lý



**Gợi ý sách tham khảo**

- Pauline Chase-Harrell: “*Sử dụng các kỹ thuật phiên dịch để tăng sự hiểu biết của khách và giảm sức ép đối với các nguồn lực dễ biến động: Bờ Tây sông Nin ở thung lũng Lu-xo*” trong Các khía cạnh quốc tế của Các công viên văn hóa: Kỷ yếu Hội nghị Thế giới lần thứ nhất, Vườn quốc gia Mesa Verde, Colorado, 1984.
- David N. Cole, Margaret E. Petersen và Robert C Lucas: “*Quản lý việc sử dụng các khu giải trí nơi hoang dã: Các vấn đề chung và Giải pháp tiềm năng*”, Báo cáo kỹ thuật chung INT-230, Bộ Nông Lâm nghiệp Mỹ, Trạm nghiên cứu liên sơn, Ogden Utah, 1987.
- Bernard M. Felden và Jukka Jolilehto: “*Hướng dẫn quản lý các khu di sản văn hóa thế giới*”, Rome, ICCROM, 1993.
- John Glasson, Kerry Godfrey và Brian Goodrey cùng Helen Absalom và Han Van der Borg: “*Tiến tới quản lý tác động của du khách: Các tác động do du khách gây ra, Năng lực thực hiện và Các giải pháp quản lý ở Các thị trấn và thành phố lịch sử của châu Âu*”, Avebury, Aldershot, Anh, 1995.
- William E. Hammitt và David N. Cole: “*Các điểm giải trí nơi hoang dã*”, *Môi sinh và Quản lý (tái bản có sửa đổi)*, NXB John Wiley & con trai, 1/1999.
- Ấn phẩm của *Chương trình không để lại dấu vết*, trong Trường quốc gia đào tạo lãnh đạo các chương trình dã ngoại, Lander Wyoming, Mỹ.
- Antoine Leclerc: “*Phí sử dụng ở các vườn quốc gia: Các vấn đề và quản lý*” trong Tạp chí Vườn quốc gia, tập 4, số 2, trang 2-12, 6/1994.
- Peter E. Murphy: “*Quản lý chất lượng trong du lịch đô thị*”, NXB John Wiley & con trai, 1997.
- John Swarbrook: “*Phát triển và Quản lý Danh lam thắng cảnh*”, NXB Butterworth-Hainemann, 1995.
- Michael Wells, Scott Guggenheim, Asmeen Khan, Wahjudi Wardojo và Paul Jepson: “*Đầu tư vào Đa dạng sinh học: Xem xét lại các dự án bảo tồn và phát triển lòng ghép của Indonesia*”, Ngân hàng thế giới khu vực Đông Á, Ngân hàng thế giới, 1999.

## Quảng bá khu di sản



**Quảng bá có thể đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng các mục đích và mục tiêu về mặt giáo dục và tài chính. Nếu khu di sản có thể có sức chứa lớn hơn, và có cơ chế giữ lại nguồn thu từ du lịch, thì nên quảng bá khu di sản để thu hút thêm du khách và tạo thêm nguồn thu bảo đảm cho các hoạt động lâu dài, giải quyết các vấn đề quản lý và đáp ứng các mục đích và mục tiêu đã đề ra. Có thể có nhiều hoạt động quảng bá đơn giản và chi phí thấp; nhà quản lý có thể lựa chọn tiến hành những hoạt động thuộc thẩm quyền của khu di sản. Ngoài ra, nhiều kỹ năng và tư liệu quảng cáo liên quan trùng lặp với những cái đã được sử dụng trong các chương trình tuyên truyền quảng bá khác.**

### **8.1. Quảng bá khu di sản để góp phần tìm vốn cho các hoạt động quản lý**

**8.1.1. Một phần lệ phí thu từ du khách phải được dành riêng để tài trợ cho các hoạt động quảng bá.** Đây là khởi đầu của chu kỳ thu hút thêm du khách, do đó tăng nguồn thu bảo đảm cho các hoạt động khác. Cần phải có cơ chế giữ lại một phần số tiền thu được. Nó sẽ tạo động cơ cần thiết thu hút thêm lượng khách tới thăm. Ngay cả khi đã có cơ chế như vậy, một số khu di sản sẽ vẫn cần nguồn tài chính bên ngoài để bắt đầu phát triển các tài liệu quảng bá; có thể tiếp cận các tổ chức quốc tế để tìm thêm nguồn tài trợ.

**8.1.2. Trên cơ sở chính sách và các mục tiêu quản lý của khu di sản, nhà quản lý cần quyết định loại khách nào là mục tiêu của chiến dịch quảng bá.** Một số loại hình du lịch phù hợp với mục đích và mục tiêu của khu di sản hơn các loại khác. Trong bất cứ hoạt động quản lý nào, các chiến dịch quảng bá cần phải phản ánh tầm nhìn, chính sách và các mục tiêu của khu di sản đã được công bố. Ví dụ, ở những

khu di sản thiên nhiên, nếu phát triển kinh tế địa phương là một mục tiêu, thì các nhà quản lý có thể muốn quảng cáo các hoạt động quan sát chim muông hoặc lễ hành xuyên rừng ở những nơi có thể thuê được người địa phương làm hướng dẫn viên

hoặc lái xe. Tại một di chỉ khảo cổ có hiện tượng ăn cắp cổ vật bán cho thị trường đồ trộm cắp, có thể xây dựng một chương trình quảng bá thu hút những khách khá giả hơn sẵn sàng trả thêm lệ phí để hỗ trợ cho một hợp tác xã thủ công mỹ nghệ làm các phiên bản cổ vật chất lượng cao. Sau đó, những thứ này sẽ được bày bán để thỏa mãn một phần nhu cầu mà lâu nay giới buôn bán đồ cổ phi pháp vẫn đáp ứng.

**8.1.3. Việc chia du khách thành các nhóm theo đặc điểm, thường được gọi là “phân đoạn thị trường”, sẽ cho phép các nhà quản lý thiết lập mối liên kết quảng cáo có chỉ đạo giữa khách hàng và các tổ chức khác nhau.** Quá trình phân đoạn đòi hỏi phải nghiên cứu đặc điểm và sở thích của du khách muốn đến thăm khu di sản. Các bộ phận khách hàng nổi bật có thể gồm những người thuộc các hội bảo tàng hoặc các tổ chức bảo vệ động thực vật hoang dã. Việc xác định những người có động cơ và nhu cầu giống nhau sẽ cho phép nhà quản lý tính toán cần loại tài liệu quảng cáo nào. Lấy một ví dụ đơn giản: đối với du khách lớn tuổi, tài liệu quảng cáo phải in chữ to hơn và có thể ghi rõ những dịch vụ đặc biệt dành cho người cao tuổi.

Để được lựa chọn trong hoạt động quản lý, một phân đoạn thị trường phải có đủ ba đặc điểm sau đây:

- có thể đánh giá được.
- dễ tiếp cận thông qua các hệ thống phân phối quảng bá.
- hứa hẹn thu nhập sẽ tăng lên đủ và cao hơn các chi phí cho việc phát hành các tài liệu và các hoạt động quảng cáo.

**8.1.4 Hiểu được cách du khách tìm kiếm thông tin về khu di sản mà họ muốn tới thăm sẽ giúp xác định cần tập trung các nỗ lực quảng bá theo hướng nào.** Ví dụ, vì phần lớn “khách du lịch sinh thái” muốn được xem gấu bắc cực ở Manitoba của Canada và thường tìm kiếm thông tin từ các đại lý du lịch cho nên các nhà quản lý khu vực này rất khôn ngoan, gửi ngay các tài liệu quảng bá tới các đại lý du lịch. Tuy nhiên, vì ít đại lý du lịch có thể hoặc sẵn

sàng “ôm” hàng đồng tài liệu quảng cáo, và họ cũng không được chuẩn bị tốt để trả lời du khách về những vấn đề chuyên môn, nên tốt hơn là gửi một cuốn sách quảng cáo mỏng, sau đó tiếp xúc riêng với họ để thông báo ngắn gọn về những thắng tích của khu di sản và các vấn đề hậu cần liên quan để đến khu di sản.

**8.1.5 Phát triển một chủ đề, sử dụng một thông điệp chính để quảng cáo sẽ góp phần mở rộng tiếp thị và các tài liệu quảng bá khu di sản.** Kết hợp những yếu tố hấp dẫn nhất của khu di sản để đưa ra những khẩu hiệu quảng bá dễ nhớ, “*nghe kêu*” sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc thiết kế và soạn thảo các tờ rơi và vật trưng bày. Ví dụ, một vườn quốc gia có thể được quảng bá là “*một bí mật được giữ gìn cẩn mật nhất ở vùng biển Caribe*”, hoặc là nơi mà “*thiên nhiên hàng tỷ năm gặp lịch sử hàng ngàn năm*”.

**8.1.6 Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, các cơ hội và mối đe dọa (SWOT) có thể được dùng để xác định những khoảng trống giữa chiến lược quảng bá của khu di sản với các xu hướng du lịch.** Phân tích kiểu SWOT là một công cụ marketing được sử dụng để đánh giá năng lực quảng bá bằng cách xem xét những điểm mạnh và điểm yếu trong việc tổ chức quảng cáo, các nguồn tài chính/nhân lực và trong chiến lược quảng bá hiện tại. Điểm mạnh và điểm yếu được coi là những yếu tố trong tầm kiểm soát của khu di sản, còn cơ hội và nguy cơ là những yếu tố bên ngoài. Phân tích trên sẽ cho ta một biểu bảng để so sánh các kết quả với nhau.

**Điểm mạnh và điểm yếu bao gồm:**

- cách tiếp thị về khu di sản; ngân sách dành cho tiếp thị; các biện pháp tiến hành, mức độ cũng như thực chất việc nhân viên tham gia vào các nỗ lực tiếp thị.
- các sản phẩm du lịch, bao gồm cả chất lượng dịch vụ, hình ảnh và danh tiếng của khu di sản.
- một hồ sơ về loại du khách phổ biến.
- các nguồn cung cấp, chất lượng hàng hóa và dịch vụ.

- những người đảm nhận tiếp thị và hình ảnh mà họ quảng bá; ví dụ cách thức các công ty lữ hành xây dựng hình ảnh về khu di sản so với chính các tài liệu quảng bá của khu di sản.

**Các cơ hội và mối đe dọa bao gồm:**

- các yếu tố chính trị, trong đó có những quy định pháp lý của chính phủ.
- các yếu tố kinh tế.
- các yếu tố xã hội.
- cạnh tranh, xác định các đối thủ cạnh tranh và phân tích điểm mạnh, điểm yếu của họ.

Phương pháp phân tích này có điểm hạn chế là nó được tiến hành ở một thời điểm nhất định, nhưng lại định hướng chính sách trong nhiều năm; trong thời gian đó, nhiều khả năng có những thay đổi bên trong và bên ngoài đòi hỏi cần thay đổi chiến lược quảng bá.

**8.1.7 Các nhà quản lý không có đủ thời gian hoặc nhân lực để thực hiện các nhiệm vụ quảng bá có thể xem xét tìm kiếm sự trợ giúp từ bên ngoài.** Những việc như viết bài cho các nhà xuất bản sách hướng dẫn du lịch, tạp chí và báo chí để quảng bá các thắng tích của khu di sản và thông báo về những vấn đề quản lý hiện tại đòi hỏi nhiều thời gian và sự đua tranh đối với nhà quản lý. Cách giải quyết là giao cho một tổ chức quảng cáo độc lập đại diện cho các nhóm lợi ích khác nhau. Tổ chức này có thể phân tích thị trường du lịch và thực tế quản lý của khu di sản. Một đặc điểm khác của tổ chức độc lập loại này là nó có thể làm cầu nối giữa các nhóm lợi ích đang cạnh tranh nhau.

Một tổ chức như một NGO có quan hệ với khu di sản, hiểu biết hoạt động của ngành du lịch, hay một tổ chức của chính phủ có quyền điều phối tất cả những người cùng lợi ích cũng có thể đảm nhận vai trò này. Một tổ chức độc lập được thành lập để thúc đẩy quảng bá du lịch và vườn quốc gia vùng Hồ Baikal của Nga đã cho in cuốn sách hướng dẫn du lịch, trong đó có tên các hãng tổ chức tour và hướng dẫn du

lich địa phương, và phân phối sách này ở Bắc Mỹ, châu Âu và Nhật Bản.

Nếu huy động tổ chức bên ngoài thì phải cho họ biết rõ phương hướng hành động, để kết quả thu được phản ảnh mục tiêu và mục đích của khu di sản. Ví dụ, nếu mục tiêu là hỗ trợ các nhà doanh nghiệp địa phương, như các hãng công ty tổ chức tour du lịch đường bộ, thì tổ chức này phải đảm bảo thúc đẩy cả các hãng tổ chức tour du lịch lớn nhỏ của địa phương, hoặc các công ty quốc gia và khu vực.

**8.1.8 Phát triển “bản sắc du lịch” của khu di sản là một yếu tố chủ yếu của chiến lược quảng bá.** Dựa trên các mục đích, mục tiêu và tiềm năng thị trường của khu di sản, bản sắc này dễ hội nhập với khu di sản và in đậm trong tâm trí của các du khách tiềm năng. Chẳng hạn, có thể tập trung vào việc sử dụng một tranh tường nổi tiếng hoặc một loài động vật có nguy cơ tuyệt chủng để xây dựng biểu trưng cho các hoạt động quảng cáo trong tương lai.

**8.2 Chiến lược quảng bá khu di sản**

**8.2.1 Sách hướng dẫn du lịch quốc tế có thể là nguồn quảng bá không mất tiền.** Các sách hướng dẫn là nguồn thông tin được du khách ưa chuộng khi họ lên kế hoạch du lịch, và chúng có sẵn ở hầu hết các nước và các khu vực trên thế giới. Vì các thông tin thường xuyên thay đổi, cho nên sách tái bản luôn được cập nhật và các biên tập viên thường sẵn sàng cung cấp thông tin miễn phí. Việc này tạo cơ hội chuyên tải tới người đọc trên diện rộng các thông tin về khu di sản, những danh lam thắng cảnh và dịch vụ du lịch ở địa phương.

**Mẫu Phiếu dữ liệu cung cấp cho các biên tập viên sách hướng dẫn du lịch, tạp chí và các báo.**

Dự án \_\_\_\_\_ là sáng kiến du lịch mới ở khu di sản thế giới \_\_\_\_\_ (tên di sản) với sự tham gia của các thành viên cộng đồng địa phương và các tổ chức phi chính phủ. Ý tưởng của dự án là phát triển một tuyến đường lịch sử chạy

qua \_\_\_\_\_ (tên cộng đồng) nhằm thu hút du khách, tạo việc làm và thu nhập cho người địa phương. Nguồn lợi kinh tế thu được từ dự án này sẽ khuyến khích dân địa phương bảo tồn di sản văn hóa phong phú của khu vực.

Khu vực này chỉ cách \_\_\_\_\_ (địa danh) \_\_\_\_\_ km. Tuyến du lịch bắt đầu từ cửa chính, quanh qua các phố xá và khu vườn cổ của \_\_\_\_\_ (tên địa danh), tạo cho du khách cơ hội thăm thú nhiều khu nhà lịch sử và các chùa Phật. Các đồ thủ công mỹ nghệ chất lượng cao được bày bán trong các chợ địa phương dọc hai bên đường.

**Đi lại**

Ra vào \_\_\_\_\_ (tên địa danh) tương đối dễ. Từ \_\_\_\_\_ (tên thị trấn hoặc thành phố gần đó) có thể đi ô tô hoặc tắc xi đến rất thuận tiện, chỉ mất khoảng nửa tiếng. Ở \_\_\_\_\_ (tên thị trấn, thành phố), có thể thuê tắc xi tại khách sạn \_\_\_\_\_ với giá \_\_\_\_\_ đô la. Du khách cũng có thể đi xe buýt số \_\_\_\_\_ và số \_\_\_\_\_ liên tục chạy từ quảng trường chính.

**Chỗ ăn ở**

Nếu du khách muốn nghỉ qua đêm, sẽ có hai nhà trọ do địa phương quản lý là \_\_\_\_\_ và \_\_\_\_\_. Nơi ăn nghỉ đơn giản nhưng sạch sẽ. Giá thuê phòng đơn là \_\_\_\_\_ đô la và phòng đôi là \_\_\_\_\_ đô la. Quý khách có thể gọi điện hoặc fax đặt chỗ theo số dưới đây. Hai khách sạn tuyệt hảo phục vụ các món ăn sạch sẽ, bổ khỏe cũng nằm ngay trong khu vực cộng đồng và sẵn sàng chào đón khách doanh nhân.

**Các nỗ lực bảo tồn**

Vì tâm điểm của dự án là bảo tồn và bảo vệ di sản, nên các thành viên cộng đồng quản lý tuyến du lịch luôn quan tâm đến tác động của du lịch đối với các toà nhà lịch sử cũng như với văn hóa địa phương. Du khách được khuyến khích tôn trọng và có ý thức đối với các giá trị văn hóa địa phương và tuân thủ những quy tắc đơn

giản khi thăm các di tích và đền chùa. Nếu du khách đi theo nhóm nhỏ thì tốt hơn, phù hợp với mục tiêu của ban quản lý là tạo điều kiện giúp du khách có được những trải nghiệm thanh bình và thành thoi. Dự án cũng tích cực theo dõi (tác động đối với các toà nhà lịch sử, văn hóa địa phương, vãn vãn...) để bảo đảm các danh thắng này được bảo vệ. Phí vào cửa \_\_\_\_\_(ví dụ 5 đô la Mỹ) sẽ do nhân viên địa phương thu ở đầu tuyến du lịch, trong đó du khách sẽ được cung cấp một tờ rơi về tuyến đường và các hướng dẫn cần thiết khi tới thăm cộng đồng. Lệ phí này sẽ được trực tiếp sử dụng trong các nỗ lực bảo tồn và bảo vệ khu di sản. Số tiền thu hiện cũng đang được dùng để đầu tư cho giáo dục văn hóa tại các trường ở địa phương (nếu ví dụ cụ thể về những dự án được thực hiện từ phí du lịch thu được).

Nếu quý khách muốn có hướng dẫn viên người \_\_\_\_\_ địa \_\_\_\_\_ phương, xin gọi \_\_\_\_\_(tên) theo số máy \_\_\_\_\_

Để có thêm thông tin, xin vui lòng liên hệ:

Tên \_\_\_\_\_  
 Điện thoại \_\_\_\_\_  
 Fax \_\_\_\_\_  
 Thư điện tử \_\_\_\_\_

**8.2.2 Cung cấp thông tin cho các tạp, các báo du lịch, đài phát thanh và Internet cũng là một cách quảng bá đỡ tốn kém.** Các tạp chí và báo chí du lịch cung cấp miễn phí các thông tin về các địa danh du lịch, còn đài phát thanh và truyền hình địa phương phát các thông tin này như một dịch vụ công cộng. Đây có thể là những nguồn quảng bá hữu ích cho khu di sản. Các tạp chí trên chuyến bay của các hãng hàng không sẽ tới tay nhiều bạn đọc, và vì chúng được phát hành theo quý hoặc hai tháng một lần, cho nên các bài viết sẽ được lưu hành trong thời gian khá dài. Phần lớn các ấn phẩm này với lượng thông tin cần chuyển tải đều có trên Internet.

**Mẫu đăng báo**

Dự án \_\_\_\_\_ (tên dự án, địa chỉ khu Di sản thế giới, thuộc thành phố, bang, mã vùng, nước)

**ĐỂ ĐĂNG NGAY**

Địa chỉ liên hệ \_\_\_\_\_  
 Điện thoại \_\_\_\_\_  
 Fax \_\_\_\_\_

(Tít lớn)  
 (Thành phố, Nước, Ngày tháng)

Cộng đồng \_\_\_\_\_(thành phố, bang, mã vùng, nước), một bộ phận thuộc Di sản thế giới----- đón mời du khách tới thăm tận mắt những thắng tích văn hóa của trung tâm tôn giáo cổ kính này. Theo một sáng kiến bảo tồn mới, dự án \_\_\_\_\_(nêu tên đầy đủ) là tuyến du lịch có hướng dẫn đi qua cộng đồng đã được xây dựng nhằm gây quỹ và thúc đẩy kinh tế để bảo tồn và bảo vệ những di sản văn hóa phong phú của khu vực.

Con đường lịch sử chạy xuyên qua trung tâm cộng đồng văn hóa phong phú này. Ở nhiều nơi, nó len qua các di tích Phật giáo cổ kính được làm từ gỗ tứ thiết sơn son thếp vàng và chạm trổ tinh tế, qua một số ngôi nhà được trùng tu đặc biệt nằm ngay cạnh khu đền đài miếu mạo đẹp nhất.

Lệ phí \_\_\_\_\_(ví dụ 5 đô la Mỹ) được thu ở đầu tuyến đường ngay cổng vào thị trấn. Phí này sẽ được sử dụng trực tiếp vào các nỗ lực bảo tồn và bảo vệ di sản. Hiện thời, số tiền thu được đang góp phần tài trợ cho các nỗ lực trùng tu đang được tiến hành và giáo dục văn hóa ở các trường của địa phương. Để hỗ trợ cho dự án, nhiều cư dân đã mở mang những nơi ăn nghỉ giản dị nhưng sạch sẽ trong những ngôi nhà truyền thống được trùng tu. Tuyến du lịch này được vạch rõ trong tờ rơi bằng tiếng Anh, Pháp, Đức và Nhật. Cùng đi với du khách sẽ có các hướng dẫn viên du lịch thông thạo tiếng Anh, Pháp, Đức và Nhật.

Cộng đồng \_\_\_\_\_(tên đầy đủ) chỉ cách khu du lịch chính \_\_\_\_\_(tên địa

danh) khoảng nửa giờ; có thể thuê xe ca hoặc tắc xi. Quý khách có thể sắp xếp chương trình trước qua văn phòng\_\_\_\_\_ ở\_\_\_\_. Xin liên hệ với\_\_\_\_\_ (tên người), theo số điện thoại\_\_\_\_\_ fax\_\_\_\_\_ thư điện tử\_\_\_\_\_. Quý khách có thể biết thêm thông tin và tờ rơi qua Hội đồng du lịch\_\_\_\_\_ (ví dụ New York, Paris—cho địa chỉ, số điện thoại, vân vân...).

**8.2.3 Có thể sử dụng tờ rơi để chuyển tải thông tin về khu di sản tới nhiều người đọc.** Tờ rơi có thể gửi qua bưu điện tới các văn phòng du lịch quốc gia, gồm những thông tin như đã gửi cho các hãng tổ chức tour du lịch, báo chí, tạp chí, đài phát thanh truyền hình và các khách sạn. Tuy nhiên, không giống như các tài liệu quảng bá khác, tờ rơi thường tốn kém và cần soạn thảo sao cho có thể sử dụng trong một thời gian dài. Phần lớn mọi người đều đọc khi nhận được tờ rơi. Tuy nhiên, nghiên cứu cho thấy tờ rơi có tác động nhiều hơn đối với người chưa tới thăm khu vực lần nào nhưng ít khả năng thu hút những người đã tới thăm.

**Soạn thảo tờ rơi ( số tay du lịch)**

1. Kích cỡ và cách sắp xếp trình bày phụ thuộc vào mục đích của nó. Ví dụ, nếu tờ rơi, số tay du lịch là để phân phát quốc tế, nó cần được trình bày ở khổ 21x10cm theo tiêu chuẩn quốc tế và trên giấy mỏng để tiết kiệm bưu phí. Nếu nó được bày trên giá tại các đại lý du lịch ở Mỹ, kích thước tiêu chuẩn của tờ rơi là 4"x9" (10x20cm-ND). Nếu có bản đồ hoặc các thông tin thực tế khác cho du khách tới thăm khu vực, nó cần khổ nhỏ để có thể bỏ túi áo hoặc túi xách. Những khổ lớn hơn có thể được sử dụng nếu không phải gửi qua bưu điện, mà phân phát ngay tại khu di sản chẳng hạn. Hình thức thông dụng nhất là gấp ba hoặc gấp bốn.

2. Các minh họa, ảnh và tí nhỏ cần được sắp xếp sao cho có thể thu hút sự chú ý của người đọc. Cần sử dụng ngôn ngữ ngắn gọn, sinh động và chân thực để miêu tả cộng đồng và các danh lam thắng cảnh. Nhấn mạnh những điểm chính, chẳng hạn,

“những di tích còn lại của nghệ thuật trang trí khảm Mông Cổ được bảo tồn tốt nhất”, hoặc “12 cây số đường rừng đẹp nhất, mở mang tốt nhất và dễ đi nhất”.

3. Tờ rơi cần miêu tả ngắn gọn những danh thắng và những nơi kỳ thú của khu di sản. Nếu những thắng tích gần đó có thể thu hút thêm du khách tới khu vực thì cũng nên đưa vào.

4. Nếu tờ rơi để bày trên giá thì tí lớn cần đặt ngay đầu trang bìa. Nếu trang bìa không có ảnh, thì cần có những tí nhỏ để thu hút mọi người đọc tiếp các trang sau. Ví dụ, một tờ rơi có thể chạy tí lớn “Vườn Thượng uyển Chitwan” với tí nhỏ “Thiên đường Hoang dã”. Tất cả các tí lớn nhỏ, phụ đề và nội dung phải được viết cẩn thận thì tờ rơi mới có hiệu quả. Sắp xếp các khoảng trống, ảnh và hình vẽ trong tờ rơi là rất quan trọng. Tham khảo ý kiến trước khi quyết định khuôn khổ của tờ rơi sẽ rất có ích. Bìa sau của tờ rơi nên có các thông tin chi tiết như tên và địa chỉ các khách sạn tại địa phương cũng như các dịch vụ du lịch khác.

5. Trang trước của tờ rơi cần phải thu hút sự chú ý của đối tượng người đọc, tạo được hình ảnh đẹp thuận lợi về điểm đến của du lịch và kích thích họ đọc lại lần nữa. Những tờ rơi chỉ liệt kê các danh lam thắng cảnh thường không thành công. Thay vì làm như vậy, cần ghi rõ những địa chỉ bán tour nơi đến đọc đáo, chú ý tới các phân đoạn thị trường đặc biệt. Các nhà nhiếp ảnh, thiết kế và soạn thảo nội dung cũng như các nhà quản lý cần phối hợp nỗ lực để nội dung bài viết bổ trợ và làm nổi bật ảnh đi kèm. Tờ rơi cần trung thực về điều kiện và thay đổi của các mùa vì du khách khi xem những ảnh minh họa thấy khu di sản trong những điều kiện thuận lợi nhất có thể sẽ hăng hụi nếu tới thăm vào ngoài mùa du lịch.

6. Tờ rơi không cần có quá nhiều thông tin; chỉ có một vài ảnh nhỏ thường cũng sẽ chẳng giúp người đọc nắm bắt được những đặc điểm chủ yếu của khu di sản. Cũng nên tránh ngôn ngữ quá trang trọng hay có vẻ cửa quyền. Người ta thường không đọc các

quảng cáo về các điểm du lịch từ đầu đến cuối như đọc tiểu thuyết. Họ thường đọc lướt tít lớn, nhìn qua các ảnh minh họa và xem những chú giải trước khi quyết định có đọc tiếp bài viết hay không.

#### 7. Những chỉ dẫn quan trọng:

- Luôn dùng khổ tờ rơi đúng theo tiêu chuẩn quốc tế.
- Nếu không có những lý do xác đáng để theo phương pháp in nhiều ảnh, thì tốt hơn chỉ cần một ảnh đẹp ở trang bìa.
- Tờ rơi cần có bản đồ ghi rõ các địa danh, thành phố và điểm đến khác gần khu di sản.
- Các địa chỉ liên hệ và số điện thoại cần có mã gọi quốc tế và các văn phòng ở nước ngoài nếu được.

**8.2.4 Liên hệ trực tiếp với các hãng tổ chức tour là một biện pháp hữu ích làm họ quan tâm tới khu di sản.** Các hãng tổ chức tour bao giờ cũng tìm kiếm những danh lam thắng cảnh mới để bán tour cho khách hàng. Các hãng tổ chức tour, đặc biệt là những hãng chuyên về du lịch chuyên biệt rất thích nhận được tờ rơi và thông tin về cộng đồng địa phương. Liên hệ trực tiếp với các tổ chức tour sẽ tránh phải thông qua các đại lý du lịch và do đó tăng cường cơ hội họ có phản hồi tích cực.

#### Mẫu chỉ dẫn du khách

Một cuốn sách bỏ túi hướng dẫn du khách tới các khu người da đỏ ở Alberta và khu Columbia thuộc Anh ở Canada đã mô tả các hãng kinh doanh do cộng đồng và nhà thầu địa phương điều hành, cũng như quan hệ đối tác giữa thổ dân và người không phải dân bản xứ. Sách cũng chứa đựng thông tin về những nơi hấp dẫn liên quan mà không nhất thiết do người da đỏ quản lý, như bảo tàng chẳng hạn. Nó có những lời khuyên thực tế về việc du khách có thể có những cuộc gặp gỡ lý thú với nền văn hóa bản xứ của Canada ở đâu và bằng cách nào.

**8.2.5 Việc xây dựng một bộ thông tin đầy đủ về những danh thắng và dịch vụ của khu vực có thể góp phần hướng nguồn lợi tới tay dân cư địa phương.** Nếu

một trong những mục tiêu của chương trình du lịch ở khu di sản là mang lại lợi ích cho các cộng đồng địa phương, thì một cuốn sách hướng dẫn bằng nhiều thứ tiếng trong cộng đồng có thể là một công cụ quảng bá có giá trị. Nó có thể hướng du khách đến những địa điểm và danh thắng ở khu vực xung quanh, cung cấp một bức tranh chi tiết về những gì khu vực có thể đáp ứng, như ăn tối, mua sắm và nghỉ ngơi ở đâu. Thông tin này đặc biệt có ích trong việc thu hút những du khách đi lẻ. Một tập tài liệu như vậy cần được phân phát tại những điểm then chốt như khách sạn trong các thành phố lớn, các văn phòng du lịch quốc gia, hoặc các cơ quan đại diện ở nước ngoài. Nếu khu di sản có hệ thống internet, những thông tin trên có thể được phổ biến qua mạng. Bằng cách bàn về những quy định, những điều cấm kỵ và những việc làm có ích cho việc bảo tồn, sách hướng dẫn cũng có thể được sử dụng như một công cụ quản lý nhằm đem lại cho du khách một cách ứng xử như mong đợi. Cộng đồng địa phương cũng có thể soạn thảo một cuốn sách như vậy với sự giúp đỡ của ban quản lý khu di sản. Một tổ chức phi chính phủ địa phương có thể cung cấp thời lượng sử dụng máy tính và các dịch vụ dịch thuật miễn phí. Bán sách này cho dù nó rất đơn giản có thể giúp trang trải các chi phí sao chụp trong tương lai.

#### Các chương trình tài trợ từ bên ngoài

Ngành công nghiệp du lịch cho thấy càng ngày người ta càng quan tâm đến việc tài trợ các hoạt động quản lý khu di sản thông qua các chương trình như “Sáng kiến mới của các hãng tổ chức tour” của UNEP, WTO và UNESCO. Cơ hội tăng cường đang có khả năng dâng lên để thu hút các hãng tổ chức tour tham gia vào việc tài trợ các nỗ lực quản lý khu Di sản thế giới.

Kết quả là các nhà quản lý khu di sản được khuyến khích gợi ý cho Trung tâm Di sản thế giới những sáng kiến quản lý du khách và du lịch; hồ sơ ghi lại những sáng kiến này có thể trao cho các hãng tổ chức tour để tìm kiếm các cơ hội tài trợ cho các dự án Di sản thế giới.



Lúc đầu, chỉ cần có một cuốn sách du lịch 10 trang có thể sao chụp dễ dàng và ít tốn kém là đủ. Bản sao cần lưu trên máy tính để có thể dễ dàng cập nhật khi cần thiết. Nếu và khi đã có thể thu hút được nhiều du khách hơn thì có thể soạn thảo ra một cuốn hướng dẫn du lịch tinh tế hơn và bày bán để trang trải chi phí phát hành.

### Những nét khái quát khi soạn thảo sách hướng dẫn du lịch

#### Phần giới thiệu

Nói rõ mục đích của cuốn sách, nêu những quan tâm về việc bảo toàn và bảo tồn lịch sử các khu Di sản thế giới, và tầm quan trọng của du lịch đối với việc phát triển cộng đồng địa phương.

Những thông tin nền:

- giới thiệu ngắn gọn lịch sử văn hóa và tự nhiên của khu di sản, sử dụng các sự kiện để thu hút sự chú ý.
- danh mục các hoạt động có thể có như xe leo núi, bơi thuyền, đi máng trên sông suối, quan sát chim muông, chụp ảnh động thực vật hoang dã, thăm các lâu đài lịch sử và các di chỉ khảo cổ...
- các thông tin về thời gian đi thăm thích hợp nhất, miêu tả các mùa, lượng mưa và nhiệt độ ở cả hai hệ thống dùng độ C và độ F.

Việc đi lại:

- các tuyến đường, phương thức đi lại và tần số chuyên chở đến khu di sản và các cộng đồng dân cư địa phương, trong đó đánh giá trung thực về độ an toàn và tin cậy.
- có thể lấy bản đồ khu vực ở đâu trong thành phố thủ đô.

Các chi tiết về khu di sản:

- những thắng tích văn hóa/lịch sử, động thực vật hoang dã, quan sát chim muông, chụp ảnh, khảo cổ, vân vân...
- lệ phí và tại sao phải thu lệ phí.
- hành vi ứng xử cần thiết khi đến thăm khu di sản.
- an toàn của du khách.
- các hướng dẫn viên địa phương, phương tiện chuyên chở.
- bản đồ sơ lược các tuyến đường.
- gợi ý trang phục và trang bị dùng cho các hoạt động khác nhau.

- các loài động thực vật nổi tiếng.
- các quy tắc khi quan sát muông thú, khi tới thăm các phế tích và lâu đài lịch sử, kể cả các gợi ý về những kỹ thuật ít gây tác động.

Các chi tiết về cộng đồng địa phương:

- tập quán, truyền thống và phép xã giao thông thường của địa phương.
- các lễ hội khu vực và địa phương.
- nơi ăn nghỉ, giá thuê phòng hiện thời, chất lượng phục vụ, số lượng phòng và giường của từng khách sạn/nhà nghỉ.
- các nhà hàng, quán rượu... cùng lời khuyên những gì nên và không nên ăn.
- các điều kiện vệ sinh (cần rất trung thực), các biện pháp bảo đảm sức khỏe cho du khách
- cơ sở y tế, nơi có thể mua thực phẩm trước chuyến leo núi và các hoạt động khác, trang thiết bị và các vật dụng cần thiết khác.
- nơi mua sản vật và đồ thủ công mỹ nghệ của địa phương.
- hướng dẫn viên/phiên dịch nói tiếng Anh, Đức, Pháp và Nhật.

Du khách có thể đóng góp gì vào những nỗ lực bảo tồn và bảo vệ khu di sản.

**8.2.6 Các văn phòng du lịch quốc gia hoặc các đại sứ quán có thể là kênh phân phát tài liệu quảng bá miễn phí có hiệu quả.** Các hãng tổ chức tour luôn tìm kiếm sức hấp dẫn mới để bán cho khách của họ. Các hãng tổ chức tour, đặc biệt là các công ty chuyên về những hoạt động tại khu di sản, sẽ rất muốn nhận được tờ rơi và bất cứ thông tin nào về cộng đồng địa phương. Tiếp xúc trực tiếp với các hãng tổ chức tour sẽ tránh được việc phải thông qua các đại lý du lịch, do đó tạo thêm cơ hội có những phản hồi tích cực.

**8.2.7 Tổ chức ngày báo chí có thể là một cách có hiệu quả để giới thiệu khu di sản với các phương tiện thông tin đại chúng.** Ngày báo chí có thể sắp xếp trùng với một lễ hội văn hóa ở khu di sản, hoặc có thể tổ chức hàng năm vào đầu mùa du lịch. Có thể sử dụng vai trò của các hãng tổ chức tour du lịch, chủ khách sạn và quan chức chính phủ thuộc ban tư vấn của khu

di sản. Những bên có lợi ích này thường có các cuộc tiếp xúc với báo chí và có thể quan tâm tới việc được báo chí, đài phát thanh truyền hình phản ánh các hoạt động kinh doanh của họ.

Các văn phòng du lịch quốc gia đôi khi cũng tổ chức các chuyến đi làm quen thực địa cho các những người viết về du lịch; chi phí cho chuyến đi do chính phủ hoặc các công ty du lịch lớn trang trải. Để đưa được một khu di sản vào lộ trình của chuyến đi làm quen thực địa không phải dễ, nhưng nhà quản lý có thể tiếp cận Bộ du lịch (Tổng cục du lịch) hoặc hệ thống khách sạn liên kết để trao các tài liệu quảng cáo. Nếu không có nguồn tài trợ từ bên ngoài, những người có lợi ích có thể cung cấp hoặc tăng mức hỗ trợ tài chính. Nếu mời được báo chí nước ngoài, nhiều khả năng giới kinh doanh địa phương sẽ đóng góp thời gian và nguồn lực vào sự kiện này.

Các chuyến tham quan làm quen thực địa cho báo chí truyền thông quốc tế thường rất thành công nếu các nhà báo được mời có quan tâm đặc biệt phù hợp với các hoạt động của khu di sản, như bảo vệ ngành săn khấu hoặc động thực vật biển. Một cách để xác định các nhà báo thích hợp là tìm kiếm những bài viết của họ trên báo chí quốc tế.

### 8.3 Gợi ý và Khuyến nghị

- xem xét lại các mục đích và mục tiêu chính sách sẽ xác định được định hướng cho chiến dịch quảng cáo. Các vấn đề đặt ra trong quá trình phát triển chương trình quảng cáo phải phản ánh lại những vấn đề nêu trong quá trình dự thảo tuyên bố tầm nhìn chính sách và các mục tiêu quản lý.
- Hiểu rõ cách thức một phân đoạn thị trường đặc biệt hoặc một nhóm nào đó tìm kiếm các điểm du lịch sẽ giúp người quản lý quyết định nên tập trung các nỗ lực quảng bá vào đâu. Thảo luận với ban tư vấn và các môi tiếp xúc du lịch khác sẽ có được đường hướng đi tới quyết định cách tốt nhất để triển khai chiến dịch quảng bá đối với những thị trường này và các tài liệu cần gửi tới đâu.

### Mẫu Thư viết cho các hãng tổ chức tour.

(Dùng giấy có tiêu đề)

(Ngày tháng...)

(Địa chỉ Hãng du lịch)

Thành phố, bang, mã vùng, mã nước)

Thưa quý bà/quý ông;

Cho phép tôi được mời quý vị tới thăm sáng kiến du lịch mới gần đây tại khu Di sản thế giới\_\_\_\_\_ (tên). Sáng kiến này là một dự án phát triển kinh tế được chính quyền khu vực và thành phố thông qua và được \_\_\_\_\_ (ví dụ, UNESCO) tài trợ một phần. Dự án nhằm tạo cho cư dân địa phương một động lực kinh tế để bảo tồn và giữ gìn di sản văn hóa phong phú của khu vực.

Tuyến đường\_\_\_\_\_ chạy qua cộng đồng lịch sử\_\_\_\_\_ (tên địa danh) ở ngay trong khu Di sản thế giới rất quen thuộc với các nhà khảo cổ vì có nhiều chùa Phật được bảo tồn tốt nhất, đại diện cho giai đoạn\_\_\_\_\_. Tuyến đường dài khoảng 2,5km (khoảng 1.5 dặm) bắt đầu từ\_\_\_\_\_ và chạy qua cộng đồng với các biển chỉ dẫn về các di tích lịch sử và đền chùa. Một cuốn sách nhỏ về tuyến đường này đã được phát hành bằng tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Đức và tiếng Nhật. Các hướng dẫn viên địa phương cũng nói được các thứ tiếng này. Tuyến đường này sẽ tạo ra cơ hội khám phá, cũng như mua đồ thủ công mỹ nghệ được bán dọc hai bên đường. Ngoài ra, nhiều người trong cộng đồng có thể cung cấp nơi ăn nghỉ cho quý vị trong các\_\_\_\_\_ (ví dụ khách sạn nhỏ, nhà nghỉ....).

Kèm theo đây là\_\_\_\_\_ (tư liệu về khu vực, tờ rơi và chỉ dẫn) giới thiệu sơ qua những thắng tích của khu vực. Tôi sẽ rất vui mừng cung cấp thêm mọi thông tin về khu di sản, cộng đồng hoặc về toàn bộ khu vực. Thêm vào đó, chúng tôi sẽ mời quý vị ăn nghỉ miễn phí nếu quý vị muốn tham quan khu di sản và làm quen với tuyến đường.

Xin vui lòng liên hệ với tôi theo địa chỉ trên, hoặc gọi điện theo số máy

\_\_\_\_\_ (điện thoại). Tôi mong nhận được câu trả lời và hy vọng quý vị có thể ủng hộ những nỗ lực của chúng tôi nhằm giữ được cân bằng giữa các hoạt động bảo tồn và phát triển kinh tế.

Xin gửi quý vị lời chào trân trọng,

\_\_\_\_\_ Giám đốc

\_\_\_\_\_ Khu Di sản thế giới.

- Phân tích tiềm năng thị trường có thể bắt đầu bằng tiến hành đợt khảo sát mới những điểm thu hút du khách và nguồn lực của khu di sản. Liệu có nên thu hút thêm lượng khách bằng cách hướng vào thị trường độc lập, hay thị trường này đã sẵn sàng với tới các hãng tổ chức tour chuyên về một hoạt động chuyên môn như quan sát chim muông chẳng hạn? Khu di sản và các vùng xung quanh có đủ các điểm hấp dẫn và cơ sở hạ tầng để lôi cuốn một thị trường du lịch có tính chất chung hơn không? Liệu khu di sản có thể hoạt động như một điểm thu hút khách du lịch vào ban ngày vốn có thể gộp vào một tour du lịch chung của khu vực hay không, và nếu đúng như vậy thì trong trường hợp nào cần phải liên hệ với các hãng quan tâm đến các điểm thu hút khách để đưa thêm vào danh sách không? Tiếp theo, cần quyết định các loại tài liệu quảng cáo cần thiết; có thể phân tích các dữ liệu về du khách hiện có hoặc mới thu thập được để tìm ra những ý tưởng tốt hơn về các phân đoạn thị trường. Nếu các bước nêu trong tài liệu này được tuân thủ, thì hầu như sẽ có đủ những thông tin như vậy. Rà soát lại dữ liệu về các phân đoạn thị trường và phân tích theo kiểu SWOT sẽ giúp các nhà quản lý có những quyết định và xây dựng các chiến lược thâm nhập các thị trường này.

- Nếu khu di sản ít khách và nguồn tài chính hạn hẹp thì có thể bắt đầu các nỗ lực quảng bá bằng cách nhắm vào các du khách độc lập, đặc biệt là tìm cách có tên trong các sách hướng dẫn. Du khách độc lập là nguồn có giá trị trong việc quảng bá truyền khẩu đến tại các hãng tổ chức tour du lịch chuyên biệt. Danh sách địa chỉ của các nhà biên soạn sách hướng dẫn du lịch cần được cập nhật để có thể hàng năm gửi cho họ các tài liệu quảng cáo.

- Cần một phiếu dữ liệu nói ngắn gọn về lịch sử của khu di sản và mô tả các cộng đồng xung quanh, các loại động thực vật đáng chú ý, hoặc các đặc điểm địa chất hoặc khảo cổ, cũng như những hoạt động dành cho du khách. Nó phải cung cấp được một cái nhìn súc tích về những điểm thu hút du khách và các dịch vụ, kể cả phương tiện chuyên chở đến khu di sản, chỗ ăn nghỉ, nhà hàng hoặc tiệm cà phê tại địa phương, và các chi tiết như chạy xe từ những trung tâm dân cư gần nhất đến khu di sản mất bao nhiêu thời gian. Các dịch vụ địa phương cũng cần được mô tả một cách hiện thực và trung thực; nếu chỗ ăn nghỉ thô thiển và hướng dẫn viên không biết ngoại ngữ thì phiếu dữ liệu cũng phải nêu đúng như thế. Cách tốt nhất là phải có một đầu mối biết nhiều thứ tiếng ở nước mục tiêu được ghi vào danh sách, vì các du khách tiềm năng thường không thích phải gọi ra nước ngoài để hỏi thông tin.

- Các nỗ lực quảng cáo cần tập trung vào việc phát triển một sắc thái riêng cho khu di sản, để được phản ánh trong các tài liệu quảng bá dưới hình thức một biểu trưng, một linh vật hoặc khẩu hiệu giúp tạo cho khu di sản một hình ảnh. Các nhà chuyên nghiệp trong ngành du lịch như các hãng tổ chức tour quen thuộc với các thị trường quốc tế có thể là một nguồn tư vấn khi xây dựng sắc thái riêng này.

- Có thể gửi phiếu dữ liệu, tờ rơi và sách hướng dẫn cho các hãng tổ chức tour cùng thư giới thiệu để cung cấp một cái nhìn thuận lợi về những gì khu di sản và các khu vực xung quanh hiện có. Thư gửi đi cần nhắm vào các hãng có những hoạt động phù hợp với những điểm thu hút du khách của khu di sản, như các hãng chuyên về du lịch quan sát chim muông chẳng hạn. Các chủ nhà hàng và nhà nghỉ ở các cộng đồng gần đó có thể được chuẩn bị để sẵn sàng cung cấp thêm nơi ăn nghỉ miễn phí cho các nhà tổ chức tour du lịch để tăng cường tính hấp dẫn khi đến thăm thú khu di sản. Một hãng tổ chức tour nào đó có thể sẵn sàng giúp đỡ bằng cách giải đáp các câu hỏi hoặc cung cấp thông tin về khu di sản trên trang mạng của họ.

- Tờ rơi có thể là một công cụ quảng cáo hữu ích cho cả khu di sản và các cộng đồng xung quanh. Nó có thể được gửi qua bưu điện hoặc thư điện tử tới các hội đồng hoặc ủy ban du lịch quốc gia, các hãng tổ chức tour, các biên tập viên báo chí và tạp chí. Nó cũng có thể được trưng bày trong các khách sạn và nhà nghỉ ở các trung tâm du lịch, cũng như ở các thị trấn và thành phố lân cận, và cả ở thủ đô các nước. Nếu khu di sản có nhiều lượt du khách trở lại thì tờ rơi cần được cập nhật thường xuyên, hoặc in kèm thêm thông tin cho thấy những địa danh hấp dẫn mới của khu vực. Nếu phát triển kinh tế địa phương là mục đích được ưu tiên thì tờ rơi cần làm nổi bật những đặc điểm độc đáo của cả khu vực di sản lẫn các cộng đồng xung quanh.

- Một cuốn sách hướng dẫn du lịch cho một cộng đồng cần phải hướng vào phục vụ phân đoạn thị trường thích hợp, cho dù đó là thị trường du lịch độc lập, chuyên ngành hay thị trường du lịch thông thường. Văn phong có thể thay đổi theo từng phân đoạn thị trường. Ví dụ, sách hướng dẫn du lịch tới một cộng đồng vùng núi của Nepal có thể nhấn mạnh đến những dịch vụ sẵn có cho khách du lịch mạo hiểm. Bản sao của sách cần được gửi miễn phí hoặc qua thư điện tử tới các biên tập viên sách hướng dẫn du lịch, tạp chí và báo chí cũng như các hãng tổ chức tour du lịch. Có thể bán sách hướng dẫn ở các nơi khác để trang trải chi phí nhân bản.

- Tiếp xúc trực tiếp với các hãng tổ chức tour du lịch có thể thúc đẩy họ tới thăm khu di sản để đánh giá tiềm năng du lịch của nó và có thể làm gia tăng hữu hiệu việc công nhận danh tiếng của nó. Cũng nên thông báo về các hoạt động của khu di sản cho các hãng tổ chức tour du lịch đường bộ ở thủ đô vì họ có mối liên hệ với các hãng tổ chức tour du lịch nước ngoài. Cũng có thể tiếp cận các nhà khoa học tiến hành nghiên cứu tại khu di sản hoặc ở gần đó để thu hút các du khách chuyên ngành khác.

- Gửi thư cho các biên tập viên phụ trách mảng du lịch của các tạp chí, báo chí và đài phát thanh truyền hình nếu có thể được; việc này gồm thư giới thiệu cùng bản

thông cáo báo chí về khu di sản và tốt nhất là viết bằng ngôn ngữ ở nơi nhận. Nếu có thể thì gửi các tài liệu bằng fax hoặc qua thư điện tử sẽ chắc chắn hơn.

- Một bản thông cáo báo chí không được dài quá 4 đoạn để không làm người đọc thấy chán. Câu ngắn, gạch đầu dòng tốt hơn là bài viết dài dòng. Nếu có ảnh chất lượng tốt do thợ ảnh chuyên nghiệp chụp để đưa vào bản thông cáo báo chí thì càng tốt.

- Có thể lập một danh mục thư tín các tờ chí, đài phát thanh và truyền hình địa phương lấy từ các Trang Vàng trong Danh bạ điện thoại theo các mục dưới đây:

Sở thông tin.

Báo và tạp chí.

Các đài phát thanh.

Đài truyền hình.

Các hệ thống vệ tinh và cáp.

Các trạm phát thanh

Truyền hình cáp.

Các nhà phát hành sách và tạp chí

Các nhà xuất bản danh bạ điện thoại và sách hướng dẫn.

Có thể có các địa chỉ của các tạp chí trên chuyến bay của các hãng hàng không bằng cách gọi đến văn phòng của họ tại địa phương. Các hãng hàng không định liên hệ cần có đường bay nối khu di sản với các điểm lấy khách ở Mỹ và châu Âu, chẳng hạn như hãng Hàng không Trung Quốc và Hàng không Thái. Các biên tập viên báo và tạp chí thích những chuyện có tính chất tự sự như chuyện về một hướng dẫn viên du lịch người địa phương, hoặc một nhân viên của khu di sản.

Chuyến đi dành cho báo chí cần được sắp xếp qua lời mời chính thức, sử dụng một trong những mẫu thư dưới đây và thay đổi tùy thích cho thích hợp với mục đích này. Các hãng tổ chức tour du lịch của địa phương, thành viên trong nhóm tư vấn, có thể sẵn sàng gọi điện thúc đẩy thêm. Tổ chức các bữa ăn trưa hoặc tiệc đứng do chủ nhà hàng địa phương tài trợ để các nhà báo viết về du lịch có cơ hội trao đổi thông tin với nhau.

**Gợi ý hoạt động**

**1. Những nét khái quát trong chiến dịch quảng cáo**

- khảo xét lại mục đích chính sách và mục tiêu quản lý và xác định xem một phân đoạn thị trường hoặc một nhóm du khách nào đó chọn điểm đến và đặt chỗ như thế nào.
- khảo xét lại tiềm năng du lịch của khu di sản và tiến hành một nghiên cứu kiểu SWOT. Thảo luận với ban tư vấn và các đầu mối liên lạc khác về cách phát triển các tài liệu quảng bá tốt nhất cho các thị trường này và về việc phải gửi những tài liệu đó tới những đâu.

**2. Tiếp xúc với các biên tập viên sách hướng dẫn du lịch**

- có thể sử dụng mẫu thư trong tài liệu này như là một tài liệu hướng dẫn
- gửi kèm một phiếu dữ liệu cần thiết kèm theo thư hoặc thư điện tử.
- duy trì danh sách các địa chỉ thư tín và hàng năm gửi các tập tài liệu quảng cáo mới qua bưu điện hoặc thư điện tử.

**3. Soạn thảo tờ rơi**

- mô tả các dịch vụ của cộng đồng và các danh lam thắng cảnh của khu vực.
- gửi tờ rơi kèm theo tất cả thư từ.
- trưng bày tờ rơi trong các khách sạn và nhà nghỉ.

**4. Biên soạn sách hướng dẫn du lịch cộng đồng**

- khái quát các dịch vụ mà cộng đồng có thể đáp ứng cho từng mảng thị trường du lịch.
- cung cấp các thông tin chính xác và trung thực.
- gửi sách hướng dẫn du lịch cho các biên tập viên báo chí và tạp chí cũng như các hãng tổ chức tour qua đường bưu điện hoặc qua thư điện tử .

**5. Tiếp xúc với những người điều hành du lịch**

- gửi các tài liệu quảng cáo bao gồm thư giới thiệu, phiếu dữ liệu, tờ rơi và sách hướng dẫn cho các hãng tổ chức tour chuyên ngành qua đường bưu điện hoặc qua thư điện tử.
- liên hệ với những người điều hành tour đường bộ ở thủ đô và các nhà khoa học đang nghiên cứu tại khu di sản hoặc gần đó để thông báo với họ về các hoạt động có thể có.
- tiếp cận các chủ nhà hàng và nhà nghỉ ở các cộng đồng gần đó để họ cung cấp ăn ở miễn phí cho đại diện các hãng tổ chức tour tới tham quan làm quen khu vực.

**6. Liên hệ với biên tập viên tạp chí, báo chí du lịch, đài phát thanh và truyền hình**

- soạn một thông cáo báo chí cùng thư giới thiệu, sử dụng các mẫu có sẵn trong tài liệu này.
- gửi tài liệu qua fax, thư điện tử hoặc qua bưu điện.

**7. Gửi đăng bài trong tạp chí hàng không**

- tiếp xúc với văn phòng các hãng hàng không tại địa phương.
- tập trung vào các hãng hàng không có đường bay tới Bắc Mỹ và châu Âu.
- cung cấp các mẫu chuyện nhân tình thế sự.
- sắp xếp chuyến đi cho các nhà báo, xác định những phóng viên cần quan tâm đặc biệt đến khu di sản.
- điều chỉnh mẫu thư ở trang 120 và gửi thư mời chính thức.
- thuyết phục những người điều hành tour địa phương từ nhóm tư vấn tiếp tục gọi điện thoại thúc đẩy thêm.

**Sách cần tham khảo**

- Michael C. Hall và Simon McArthur, “*Quản lý di sản: Không khổ ban đầu*” trong “*Quản lý di sản ở New Zealand và Australia, Quản lý du khách, Tuyên truyền quảng bá và Tiếp thị*” do Michael C. Hall và Simon McArthur (biên soạn), trang 1-17, Auckland, Oxford University Press, 1993.

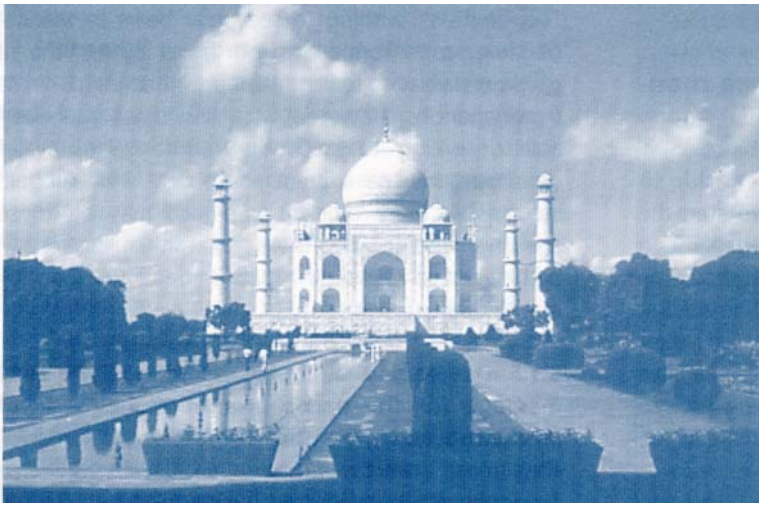
- Alan Jefferson và Lichkorish Leonard, *“Tiếp thị Du lịch: Hướng dẫn thực tế”* (tái bản lần 2), Essex, Longman UK Ltd, 1991.
- A.V. Seaton và M.M. Bennett, *“Tiếp thị các sản phẩm du lịch: Khái niệm, Các vấn đề và Các trường hợp cụ thể”*, London, International Thomson Business Press, 1996.
- Sanda Weber và Vrodiljak, *“Sự cần thiết phải đánh giá chất lượng tờ rơi quảng cáo điểm đến của du lịch”*, trong *Kỷ yếu Hội nghị thường niên lần thứ 25 của Hội Nghiên cứu du lịch lữ hành*, 10/1994.
- Zhou Zongqing, *“Phương pháp tiếp cận khác nhau đối với việc đánh giá hiệu quả của tờ rơi”* trong *“Tiếp thị điểm đến, Thời trình diễn cho du lịch, Các sản phẩm và*

*công nghệ mới: Hội nghị thường niên lần thứ 27, 16-19/6/1996, Nevada, trang 358, Kentucky: Hội Nghiên cứu du lịch và lữ hành, 1996.*



# Phụ lục 1

*Khảo sát du khách:  
Kỹ thuật và Mẫu Phiếu*





### *Thời gian và các việc chuẩn bị*

Thời điểm tiến hành khảo sát hoặc phỏng vấn phụ thuộc vào thể thức du lịch hàng ngày, hàng tuần hay theo mùa. Có thể tránh được sai sót nếu nghiên cứu cách thức hoạt động của du khách trong cả năm, rồi thực hiện nhiều cuộc khảo sát vào thời kỳ cao điểm du lịch hơn là vào thời kỳ vắng khách. Nếu cách làm này không tiến hành được thì các kết quả có thể phải được đánh giá bằng phương pháp thống kê.

Dù là khảo sát hay phỏng vấn cũng cần phải tạo môi trường thoải mái, ít căng thẳng và không bị áp lực bên ngoài, ví dụ do những người bán rong ở địa phương gây ra. Địa điểm tiến hành, dù là chỗ để khách điền vào các phiếu khảo sát hoặc phỏng vấn trực diện, cũng cần phải bảo đảm chọn đúng đối tượng tin cậy và tỷ lệ đồng ý trả lời cao.

- phỏng vấn nhằm thu thập thông tin về đặc điểm của du khách có thể được tiến hành trước hoặc sau khi họ đến tham quan khu di sản.
- phỏng vấn với những câu hỏi gợi ý cho du khách góp ý cần tiến hành sau khi họ đã thăm khu di sản.
- phỏng vấn để xác định tại sao du khách quyết định đến thăm khu di sản sẽ cho những thông tin chính xác hơn nếu được thực hiện trước khi họ tham quan.
- phiếu khảo sát để biết du khách đánh giá thế nào về khu di sản cần được phân phát ở cửa ra. Nếu khu vực không có cửa ra chính thức thì cần quan sát để xác định các cửa ra “tự nhiên”.
- phiếu khảo sát có thể được phát cùng với vé vào cửa, hoặc có người trực tiếp phân phát. Cần có hướng dẫn rõ nộp lại phiếu này ở đâu.

### *Cơ cấu mẫu khảo sát*

Mẫu nhắm vào để khảo sát phụ thuộc vào mục tiêu của khảo sát. Để lập một hồ sơ chung về du khách, cần phải khảo sát một bộ phận tiêu biểu trong số du khách tới thăm khu vực. Để đưa ra được nhiều câu hỏi cụ thể hơn, cuộc khảo sát có thể giới hạn trong một số nhóm đặc trưng, chẳng

hạn như nam giới mang theo máy ảnh. Cơ cấu mẫu để khảo sát được quyết định bởi những đặc trưng riêng của một du khách, và đơn vị mẫu là một cá nhân nào đó với những đặc trưng này, chẳng hạn như một du khách người Đức, hoặc một phụ nữ trong một tour du lịch. Có thể tiến hành phỏng vấn hoặc khảo sát với từng người đi qua cửa. Tuy nhiên, để tránh sai sót, điều quan trọng là phải có hướng dẫn cụ thể về đối tượng cần phỏng vấn. Đối với các nhóm đông du khách, nếu cứ 10 người lại chọn khảo sát 1 người thì có thể không có giá trị. Những du khách tự nguyện tham gia phỏng vấn có thể không mang tính đại diện tiêu biểu.

### *Cỡ dạng của mẫu có thể được quyết định trên cơ sở một số yếu tố:*

- mức độ chính xác mong muốn;
- yêu cầu của các phương pháp thống kê;
- các nguồn lực hiện có;
- tỷ lệ đáp ứng của du khách theo ước tính.

Biên độ sai sót phụ thuộc vào cỡ dạng và tính đại diện của mẫu khảo sát.

### *Soạn thảo Phiếu khảo sát*

Các câu hỏi đặt ra trong các cuộc phỏng vấn hoặc khảo sát có thể ở dạng mở hoặc đóng.

**Câu hỏi dạng đóng** ấn định một số câu trả lời có thể có. Trả lời các câu hỏi đóng thường dễ dàng mã hóa và cách sắp xếp phiếu khảo sát làm nhanh và rẻ hơn các phương pháp khảo sát khác. Với phiếu khảo sát, người được hỏi chỉ việc đánh dấu vào ô vuông và trong phỏng vấn trực diện các lựa chọn khác nhau được đọc to hoặc đã được ghi sẵn trên một tờ phiếu. Các câu hỏi đóng đặc biệt thích hợp với các thông tin cụ thể về đặc điểm của du khách như tuổi tác, giới tính, trình độ học vấn, phương tiện đi lại, nơi ăn nghỉ, vv... Cũng có thể thu thập một cách kín đáo các số liệu về thu nhập cá nhân. Ngay cả với những vấn đề thông thường chỉ cần trả lời “có” hoặc “không”, các câu hỏi đóng cũng có thể đưa ra một dãy những quan niệm có

sẵn. Tuy nhiên, những câu hỏi như vậy có thể làm người được hỏi bực mình vì họ không được trả lời một cách tự nhiên. Có thể không có được các câu trả lời chi tiết vì các câu trả lời cho sẵn đã hạn chế các câu trả lời của người được khảo sát.

**Các câu hỏi mở** không có các câu trả lời sẵn mà cho phép người được hỏi diễn đạt quan điểm của mình một cách thoải mái. Chúng rất có ích trong việc đánh giá cảm tưởng và quan điểm của du khách, và giải quyết những vấn đề bí ẩn như tại sao du khách không tới thăm một khu Di sản thế giới nào đó. Một lợi thế quan trọng của các câu hỏi mở là người được hỏi có thể tự phát mà đưa ra những câu trả lời đầy đủ, có chiều sâu. Điều này có thể báo hiệu một giai đoạn khám phá trước khi soạn thảo phiếu khảo sát với các câu hỏi đóng. Cái bất lợi của câu hỏi mở là chúng khó mã hóa và khó phân tích hơn. Chúng cũng tốn nhiều thời gian ghi chép và nguy cơ sai sót về phía người phỏng vấn là lớn hơn.

**Câu chữ trong các câu hỏi** có thể làm giảm thiểu những thiên lệch và tối đa đạt tỷ lệ đáp ứng. Phiếu khảo sát phải hấp dẫn, không làm phật ý người được hỏi và chỉ cần rất ít thời gian điền vào các câu trả lời. Các câu hỏi càng đơn giản, thì càng ít khả năng hiểu lầm. Tuy nhiên, câu hỏi khảo sát không được quá chung chung. Ví dụ, những câu hỏi như “bao lần”, “bao nhiêu”, “bao xa” có thể cho những kết quả không thể dùng để so sánh. Cũng cần tránh các câu hỏi vạch sẵn hướng trả lời cũng như giả định trước. Một phiếu khảo sát thí điểm có thể phát hiện ra những vấn đề tiềm ẩn liên quan tới câu chữ hoặc nội dung các câu hỏi và đánh giá được phản ứng của du khách đối với cuộc khảo sát. Phỏng vấn có thể phân biệt sự thờ ơ với sự do dự và giúp chỉnh sửa lại câu chữ của các câu hỏi trong một cuộc khảo sát. Khi dịch phiếu khảo sát sang ngôn ngữ địa phương, cần thảo luận với người biên dịch để bảo đảm không dịch sai làm lệch kết quả khảo sát.

Cũng cần sắp xếp câu hỏi theo thứ tự để bảo đảm tỷ lệ đáp ứng tối đa. Bất cứ cuộc phỏng vấn hoặc khảo sát nào cũng cần bắt đầu bằng việc giải thích mục tiêu cũng như bảo đảm giữ kín các câu trả lời. Các câu

hỏi đầu tiên cần thu hút sự chú ý của người được hỏi, trong khi những câu nhạy cảm hơn cần được hỏi vào cuối. Các chi tiết về cá nhân cũng cần để vào phần cuối và phải bảo đảm giữ kín các câu trả lời của người trả lời. Các câu hỏi quan trọng tốt nhất là nên để vào khoảng giữa phiếu khảo sát hoặc phỏng vấn, và cần tránh việc đang từ chủ đề này nhảy ngay sang chủ đề khác.

### Các câu hỏi mẫu

#### Xây dựng hồ sơ cá nhân về du khách

*Bạn tự cho mình thuộc nhóm khách nào dưới đây?*

- người địa phương.
- du khách vào ngày nghỉ riêng.
- du khách theo tour trọn gói.
- thăm bạn/thăm thân.
- kinh doanh
- các loại khác \_\_\_\_\_

*Nếu vào kỳ nghỉ, tính từ đầu năm, thì chuyến đi này của ông/bà*

- có phải chỉ là để đi nghỉ?
- có phải là một trong hai kỳ nghỉ chính?
- có phải là kỳ nghỉ ngắn ngày, không quan trọng?

*Mục đích chuyến đi?*

- thư giãn, nghỉ ngơi, giải trí.
- thăm thân/bạn bè.
- kinh doanh/chuyên môn.
- chữa bệnh.
- tôn giáo/hành hương.
- các mục đích khác \_\_\_\_\_

*Bạn đi theo tour trọn gói?*

- đúng
- không đúng

*Bạn dự định nghỉ đêm ở khu vực này bao lâu?*

- 0 ngày
- 1-3
- 4-7
- 8-28
- 29-91
- 92-365

*Đây có phải lần đầu bạn thăm khu này*

- đúng
- không đúng

*Trong nhóm của bạn có bao nhiêu người từ 15 tuổi trở lên, kể cả bạn?*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- trên 5 \_\_\_\_\_

*Có bao nhiêu trẻ em từ 15 tuổi trở xuống?*

- 1    2    3    4    5  
 trên 5 \_\_\_\_\_

**Xác định động cơ của du khách**

*Đặc điểm nào của khu di sản làm bạn quyết định tới thăm (xếp thứ tự ba đặc điểm cao nhất)?*

- Dễ ra vào    thu hút lịch sử  
 thanh bình/yên tĩnh    Vui chơi/ giải trí  
 chất lượng ăn ở  
 phong cảnh thôn quê  
 nhiều hoạt động đặc biệt  
 thân thiện/hiếu khách  
 thăm thân/bạn bè  
 vắng lai  
 danh lam thắng cảnh đặc trưng  
 các điểm khác \_\_\_\_\_

**Câu hỏi mẫu về phương tiện đi lại**

*Bạn đến (tên nước) \_\_\_\_\_ bằng phương tiện gì.*

*Bằng máy bay*

- chuyến bay thường kỳ  
 đặt ngày cố định  
 các chuyến bay khác \_\_\_\_\_

*Bằng đường thủy*

- tàu thủy hoặc phà  
 tàu vượt đại dương  
 các loại khác \_\_\_\_\_

*Bằng đường bộ*

- tàu hỏa  
 xe buýt theo tuyến  
 phương tiện công cộng, xe buýt đường dài, hoặc các phương tiện khác  
 xe riêng (tối đa 8 chỗ)  
 xe thuê  
 các phương tiện đi lại đường bộ khác.

**Câu hỏi mẫu về các hoạt động và các điểm thu hút du lịch của khu di sản mà họ đã tới thăm**

Trong phỏng vấn, người được hỏi có thể chỉ trên bản đồ những nơi đã tới thăm, và người phỏng vấn ghi lại câu trả lời. Trong phiếu khảo sát do khách tự điền, có thể yêu cầu họ ghi ra đặc điểm của những nơi đã tới thăm, hoặc trao cho khách một danh

mục những điểm thu hút du lịch với các ô vuông để khách đánh dấu. Nếu phiếu khảo sát có thể hoàn thành trước hoặc sau chuyến thăm, thì câu hỏi sẽ đặt ra để lựa chọn là “có ý định tới thăm” và “đã thăm” để tránh nhầm lẫn. Lựa chọn thứ ba có thể là “nghe nói”. Có thể sử dụng mẫu dưới đây:

nghe nói   đã thăm   có ý định tới thăm

- Danh thắng A   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_  
Danh thắng B   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_  
Danh thắng C   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_  
Danh thắng D   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_   \_\_\_\_\_  
vân vân...

*Có thể sử dụng câu hỏi sau để ghi lại sự tham gia của du khách vào các hoạt động tại khu di sản văn hóa:*

*Trong thời gian ở thăm \_\_\_\_\_ (tên Di sản thế giới), bạn có tham dự vào các hoạt động này không?*

- nhà hát    khiêu vũ    lễ hội, vân vân...

**Ở khu di sản thiên nhiên, các hoạt động có thể được trình bày trong một câu hỏi như sau:**

*Trong thời gian ở thăm \_\_\_\_\_ (tên Di sản thế giới), bạn đã tham gia vào hoạt động nào?*

- leo núi  
 đi bộ dã ngoại  
 câu cá  
 bơi thuyền hoặc lướt ván, ...  
 không tham gia  
 các hoạt động khác

**Câu hỏi mẫu về nơi ăn nghỉ**

*Trong thời gian thăm \_\_\_\_\_ (tên Di sản thế giới), bạn nghỉ ở đâu?*

- khách sạn/khách sạn cho người có ô tô/nhà trọ  
 nhà nghỉ  
 nơi nghỉ có giường và điểm tâm/chỗ ở nơi trang trại  
 nơi nghỉ tự nấu lấy

## Khảo sát du khách: Kỹ thuật và Mẫu Phiếu

- nhà lưu động
- dựng trại
- chung phòng
- khách sạn thanh niên
- nhà bạn bè/người thân
- nhà thứ hai
- các loại khác

*Bạn đặt chỗ qua nơi nào?*

- trung tâm thông tin du lịch hoặc văn phòng du lịch
- trực tiếp tại nơi cho thuê chỗ ăn nghỉ.
- đại lý du lịch
- dịch vụ đặt chỗ ở trung tâm
- các nơi khác

*Bạn đặt chỗ khi nào?*

- trước khi đi (khi nào?)
- khi đến

***Câu hỏi mẫu đánh giá tài liệu quảng cáo.***

*Đã có tài liệu nào ảnh hưởng tới quyết định của bạn đến thăm khu di sản này?*

- đã thăm
- theo lời khuyên của bạn bè/người thân
- lời khuyên của Trung tâm thông tin du lịch
- qua tờ rơi
- sách hướng dẫn du lịch
- các bài viết trên báo, tạp chí ở trong nước
- các quảng cáo trên báo và tạp chí ở trong nước
- các bài viết trên báo/tạp chí ở \_\_\_\_ (ghi tên nước)
- các quảng cáo trên báo/tạp chí ở \_\_\_\_ (ghi tên nước)
- chương trình phát thanh (ở đâu?)
- chương trình truyền hình (ở đâu?)
- các loại khác \_\_\_\_\_.

*Nếu bạn có thông tin (tờ rơi, sách hướng dẫn du lịch) về khu di sản này trước khi tới thăm, bạn lấy từ đâu?*

- đại lý du lịch trong nước
- đại lý du lịch ở \_\_\_\_ (tên nước)
- hãng tổ chức tour trước khi đi
- người thân/bạn bè
- triển lãm lễ hội và du lịch

- trên máy bay
- các trung tâm thông tin du lịch ở nơi nào đó trong nước.

*Khi nào (tháng nào) bạn bắt đầu suy nghĩ nghiêm túc về việc tới thăm \_\_\_\_\_ (tên địa danh)*

*Khi nào (tháng nào) bạn bắt đầu yêu cầu được cung cấp thông tin \_\_\_\_\_*

*Bạn đặt chỗ trước khi nào? \_\_\_\_\_*

***Câu hỏi mẫu về chi phí của du khách***

Chỉ được tiến hành hỏi về chi phí của du khách khi họ đã đi khỏi khu du lịch. Người được hỏi cần nói cụ thể số người trong nhóm của mình. Cần cho biết rõ về những chi phí nào cần đưa vào, chẳng hạn trả tiền trước, người khác trả thay (chẳng hạn như cơ quan của bạn), chi phí đặt chỗ, trả bằng thẻ tín dụng.

*Về chuyến thăm của bạn tới khu di sản, cho tới thời điểm này, bạn đã chi tổng cộng bao nhiêu cho bản thân và các thành viên khác trong gia đình?*

Nơi ăn nghỉ (nếu chưa đưa vào) \_\_\_\_\_

Thực phẩm và đồ uống \_\_\_\_\_

Chi phí đi lại \_\_\_\_\_

Giải trí, văn hóa và thể thao \_\_\_\_\_

Mua sắm \_\_\_\_\_

*Bạn đã mua những sản phẩm gì và sử dụng dịch vụ nào của địa phương trong chuyến đi này \_\_\_\_\_*

Trong phỏng vấn trực diện, câu hỏi có thể được trình bày là “bạn ước tính đã chi phí bao nhiêu cho \_\_\_\_\_ (một số hoạt động nào đó?)”. Cuối phỏng vấn, cộng vào tất cả các mục trên và để người được hỏi khẳng định tổng số tiền đã chi.

***Câu hỏi mẫu về đánh giá chuyến đi***

*Các câu hỏi đóng có thể được dùng để thu thập các đánh giá của du khách về khu di*

## Khảo sát du khách: Kỹ thuật và Mẫu Phiếu

sản, thường là trên thang 5, từ 1 (*rất tốt*) đến 5 (*rất kém*). Câu hỏi mở có thể hỗ trợ cho câu hỏi đóng để thu thập các lý giải về việc tại sao họ ghi ra như thế, ví dụ:

*Nếu bạn sử dụng bất cứ phương tiện nào và thăm bất cứ địa danh nào dưới đây tại khu di sản, bạn đánh giá thế nào:*

1. Rất tốt      2. Tốt      3. Trung bình  
4. Kém      5. Rất kém

Phương tiện A \_\_\_\_\_

Phương tiện B \_\_\_\_\_

Phương tiện C \_\_\_\_\_

vv...

Địa danh A \_\_\_\_\_

Địa danh B \_\_\_\_\_

Địa danh C \_\_\_\_\_

vv...

Nếu câu trả lời của bạn là Kém hoặc Rất Kém, xin vui lòng nói rõ thêm lý do

---

---

---

Bạn có bình luận gì thêm xin ghi vào phần dưới đây

---

---

---

---

Trong tương lai, bạn có dự định trở lại không?

- rất có thể  
 có thể  
 có thể không  
 hầu như không  
 không biết

Nếu bạn trả lời “có thể không” hoặc “hầu như không”, xin vui lòng cho biết lý do \_\_\_\_\_

---

---

---

**Các câu hỏi mở khác:**

Bạn cho biết chúng tôi có thể làm gì cụ thể nhằm nâng cấp khu di sản để chuyến thăm của bạn dễ chịu hơn?

---

---

---

---

Xin bạn vui lòng cho biết nơi nào của (tên di sản) \_\_\_\_\_ làm bạn thích nhất? \_\_\_\_\_

Và nơi nào làm bạn ít thích nhất? \_\_\_\_\_

Bạn sẽ giới thiệu khu này với người khác?

Không giới thiệu \_\_\_\_\_ Sẽ giới thiệu \_\_\_\_\_

Nếu câu trả lời của bạn là Không, xin vui lòng nói rõ thêm tại sao

---

---

---

Xin cho biết khả năng bạn giới thiệu \_\_\_\_\_ (tên di sản) với người khác?

- nhiều khả năng  
 có khả năng  
 có thể không  
 hầu như không  
 không biết

### **Các câu về đời tư**

Một số người được hỏi lúc đầu không muốn trả lời vì sợ làm phật lòng người hỏi có thể thành thật hơn trong phần này.

Phần này nên đặt cuối, nói rõ những thông tin này sẽ được sử dụng thế nào. Phần giới thiệu có thể như sau:

Chúng tôi sẽ rất cảm ơn nếu bạn có thể trả lời những câu hỏi ngắn sau đây về bản thân bạn. Những thông tin này sẽ giúp chúng tôi so sánh cách đánh giá và những trải nghiệm của nhiều nhóm du khách khác nhau đã tới thăm khu di sản của chúng tôi.

Bất cứ thông tin nào về bạn sẽ được giữ kín tuyệt đối.

Bạn là  nữ giới  nam giới

Xin cho biết tuổi của bạn.

15-24  25-34  35-44  
 45-54  55-64  >=65

Đời tư của bạn?

độc thân  đã kết hôn/sống chung  
 góa bụa  ly hôn/ly thân

Xin vui lòng cho biết bạn thuộc loại nào trong các cột dưới đây?

có việc làm đầy đủ (trên 30 giờ/tuần)  
 có việc bán thời (dưới 30 giờ/tuần)  
 sinh viên  
 thất nghiệp  
 hưu trí  
 làm việc tại gia  
 các loại khác \_\_\_\_\_

Các câu hỏi về mức thu nhập có thể nhiều loại như khi hỏi độ tuổi. Đô la Mỹ là ngoại tệ thông dụng trong các chuyến đi và trong ngành du lịch, nhưng một số người được hỏi có thể thích trả lời tính theo đơn vị tiền tệ của nước họ.

### **Một số lời khuyên trong khi khảo sát và phỏng vấn**

Các du khách không thỏa mãn với chuyến đi thường có xu hướng sẵn sàng điền vào phiếu khảo sát.

Người phỏng vấn cần được huấn luyện để bảo đảm tính nhất quán. Các câu hỏi cần được rà soát lại kỹ để tránh hiểu lầm và người phỏng vấn cần hiểu rõ mục đích và phương pháp luận phỏng vấn, đặc biệt là những hướng dẫn về việc chọn ai để khảo sát, phỏng vấn.

### **Người phỏng vấn cần tránh:**

- nói quá nhiều về các chủ đề khác.
- làm người được hỏi hiểu lầm về độ dài và/hoặc nội dung các câu hỏi.

- nhận xét về các câu trả lời của khách.
- cho phép người được hỏi xem các câu hỏi.
- phỏng vấn trẻ em khi chưa nhận được sự cho phép thích hợp

### **Nguồn gốc chung của lệch lạc trong phỏng vấn:**

- lừa dối- người phỏng vấn có thể xuyên tạc dữ liệu bằng cách tự trả lời các câu hỏi.
- gây tác động đến người được phỏng vấn, nhất là trong những câu hỏi nhạy cảm; diện mạo của người phỏng vấn nhiều khi cũng có thể ảnh hưởng tới người được phỏng vấn.
- sai sót khi đặt câu hỏi.
- sai sót khi ghi trả lời—câu trả lời đánh dấu vào các ô và/hoặc ghi không chính xác, hoặc ghi không đầy đủ câu trả lời trong các câu hỏi mở.

### **Phân tích dữ liệu**

Xử lý dữ liệu không cần cầu kỳ. Tính toán % đơn giản có thể cung cấp những thông tin cực kỳ bổ ích về tình hình của khu di sản. Cũng như với việc theo dõi, việc xử lý dữ liệu cần nhất quán trong một thời gian dài để có thể nhận xét về các loại hình chung.

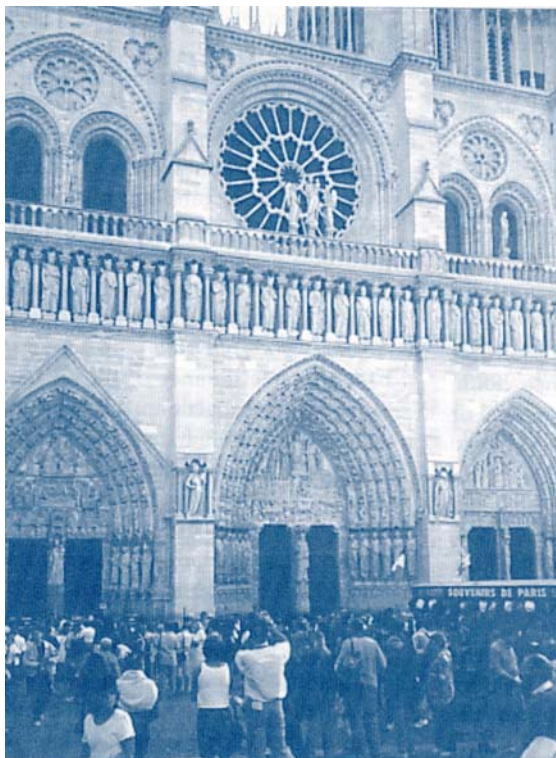
Cần định ra điểm quy chiếu trước khi tiến hành xử lý số liệu để định ra số % tối thiểu cần có của các câu trả lời được điền để có thể coi là cuộc khảo sát có giá trị.

### **Số liệu thống kê**

Số liệu thống kê là kết quả của những tính toán cụ thể các dữ liệu định lượng. Nhiều tổ hợp phần mềm máy tính có thể thực hiện các phân tích thống kê, nhưng cần phải có hiểu biết về các nguyên tắc và kỹ thuật phân tích chính.



## *Hiến chương Quốc tế về Du lịch Văn hóa*





### **Nguyên tắc 1**

Vì du lịch nội địa và quốc tế là một trong những phương tiện trao đổi văn hóa hàng đầu cho nên các hoạt động bảo tồn cần tạo những cơ hội chịu trách nhiệm và quản lý tốt cho các thành viên cộng đồng địa phương và du khách để họ trực tiếp trải nghiệm và hiểu được các di sản và nền văn hóa của cộng đồng đó.

**1.1. Di sản thiên nhiên và di sản văn hóa là nguồn tinh thần và vật chất cho một bài tường thuật về các giai đoạn phát triển lịch sử.** Nó đóng vai trò quan trọng trong đời sống hiện đại và cần tạo điều kiện cho công chúng tiếp cận được về mặt vật chất, tri thức và tình cảm. Các chương trình bảo vệ và bảo tồn các thuộc tính vật thể, các khía cạnh phi vật thể, các biểu đạt văn hóa đương đại và một bối cảnh lớn cần tạo điều kiện thuận lợi cho cộng đồng địa phương và du khách hiểu được và đánh giá đúng tầm quan trọng của di sản một cách hợp lý, trong khả năng của mình.

**1.2. Các khía cạnh riêng biệt của di sản thiên nhiên và văn hóa có giá trị ở mức độ quan trọng khác nhau, một số có giá trị toàn cầu trong khi một số khác có tầm quan trọng quốc gia, khu vực hoặc địa phương.** Các chương trình tuyên truyền quảng bá cần nêu được tầm quan trọng đó một cách thích hợp và tạo điều kiện cho cộng đồng địa phương và du khách tiếp cận thông qua những hình thức khuyến khích thích hợp trong giáo dục, thông tin đại chúng, công nghệ và quảng bá về những thông tin lịch sử, môi trường và văn hóa.

**1.3. Các chương trình thể hiện và giới thiệu cần tạo điều kiện thuận lợi cho công chúng nâng cao nhận thức và thúc đẩy sự ủng hộ cần thiết cho sự trường tồn của di sản thiên nhiên và văn hóa.**

**1.4. Các chương trình thể hiện phải giới thiệu được tầm quan trọng của các địa danh di sản, các truyền thống và tập tục văn hóa trong các trải nghiệm thời xưa và sự đa dạng thời nay của khu vực và cộng đồng sở tại, kể cả của các nhóm văn**

**hóa hoặc ngôn ngữ thiểu số.** Du khách cần luôn được thông báo về những giá trị văn hóa khác nhau có thể gắn với một nguồn di sản riêng biệt.

### **Nguyên tắc 2**

Quan hệ giữa các khu di sản và du lịch có tính chất năng động và có thể bao gồm những giá trị trái ngược nhau. Mỗi quan hệ đó cần được quản lý một cách bền vững cho các thế hệ hiện tại và tương lai.

**2.1. Các địa danh có tầm quan trọng về di sản có một giá trị nội tại đối với mọi người với tư cách là cơ sở quan trọng cho tính đa dạng văn hóa và phát triển xã hội.** Việc bảo vệ và bảo tồn lâu dài các nền văn hóa sống, các khu di sản, các bộ sưu tập, tính nguyên vẹn vật chất và sinh thái, và môi trường bao quanh cần phải coi là một thành tố quan trọng trong các chính sách phát triển xã hội, kinh tế, chính trị, lập pháp, văn hóa và du lịch.

**2.2. Quan hệ qua lại giữa các nguồn hoặc giá trị di sản và du lịch là năng động và luôn thay đổi, làm nảy sinh ra cả cơ hội lẫn thách thức cũng như những xung đột tiềm ẩn.** Các dự án, các hoạt động và phát triển du lịch cần đưa tới những kết quả tích cực và giảm thiểu những tác động nghịch đối với di sản và lối sống của cộng đồng địa phương, mà vẫn đáp ứng được những nhu cầu và hoài vọng của du khách.

**2.3. Các chương trình bảo tồn, thể hiện và phát triển du lịch cần dựa trên sự hiểu biết toàn diện về các khía cạnh cụ thể nhưng thường phức tạp hoặc xung đột, về tầm quan trọng của một di sản ở một nơi riêng biệt.** Tiếp tục nghiên cứu và tham vấn là rất quan trọng để tăng cường phát triển hiểu biết và đánh giá đúng tầm quan trọng đó.

**2.4. Việc duy trì tính nguyên bản của các khu di sản và các bộ sưu tập là điều quan trọng.** Nó là yếu tố quan trọng xác định ý nghĩa văn hóa của các khu này, như được thể hiện trong vật thể tự nhiên, trong những hồi ức được sưu tập và trong các

truyền thống phi vật thể vẫn còn tồn tại từ thời xưa. Các chương trình cần giới thiệu và thể hiện đúng tính nguyên bản của khu di sản cùng những trải nghiệm văn hóa để nâng cao việc đánh giá chính xác và hiểu đúng về di sản văn hóa đó.

**2.5. Phát triển du lịch và các dự án cơ sở hạ tầng cần tính đến các khía cạnh thẩm mỹ, xã hội và văn hóa, cảnh quan thiên nhiên và văn hóa, đặc điểm đa dạng sinh học và toàn bộ khung cảnh rộng lớn hơn của khu di sản.** Cần ưu tiên sử dụng các chất liệu tại địa phương và tính đến phong cách kiến trúc hoặc truyền thống bản địa.

**2.6. Trước khi các khu di sản được quảng bá hoặc phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch ngày càng tăng, các kế hoạch quản lý cần đánh giá các giá trị thiên nhiên và văn hóa của tài nguyên này.** Sau đó phải xác lập những giới hạn thích đáng cho có thể chấp nhận, đặc biệt khi liên quan đến tác động của lượng du khách đối với đặc điểm vật thể, tính nguyên vẹn, môi trường sống và đa dạng sinh học của khu vực, khả năng tiếp cận của địa phương, các hệ thống giao thông chuyên chở, phúc lợi xã hội, kinh tế và văn hóa của cộng đồng sở tại. Nếu những thay đổi ở mức độ không thể chấp nhận thì dự án phát triển cần phải được chỉnh sửa cho phù hợp.

**2.7. Cần có các chương trình tiếp tục đánh giá để ước định những tác động tăng dần của các hoạt động và phát triển du lịch đối với một địa danh hoặc cộng đồng đặc biệt.**

### Nguyên tắc 3

Kế hoạch bảo tồn và du lịch cho các khu Di sản cần bảo đảm rằng các trải nghiệm của du khách là đáng giá, thỏa mãn và thú vị.

**3.1. Các chương trình bảo tồn và du lịch cần giới thiệu những thông tin chất lượng cao để làm du khách hiểu tới đa những đặc điểm quan trọng của di sản và sự cần thiết phải bảo vệ chúng, để làm**

**cho du khách thích thú địa điểm một cách thích đáng.**

**3.2. Du khách có thể có những trải nghiệm ở khu di sản theo nhịp độ của mình nếu họ muốn.** Các đường di chuyển cụ thể có thể cần phải có để giảm thiểu các tác động đối với tính nguyên vẹn và kết cấu vật thể cũng như các đặc điểm tự nhiên và văn hóa của di sản.

**3.3. Tôn trọng tính thiêng liêng của những nơi thờ cúng, các tập tục và truyền thống địa phương là điều quan trọng đối với các nhà quản lý khu di sản, các du khách, các nhà hoạch định chính sách, các nhà vạch kế hoạch và các hãng tổ chức tour.** Cần khuyến khích du khách ứng xử như những vị khách được chào đón, tôn trọng các giá trị và lối sống của cộng đồng địa phương, chống việc trộm cắp hoặc buôn bán phi pháp các tài sản văn hóa và ứng xử một cách có trách nhiệm; chính việc này sẽ làm người địa phương chào đón du khách nếu họ trở lại thăm.

**3.4. Hoạch định các hoạt động du lịch cần cung cấp các tiện nghi thích hợp nhằm mang lại sự thoải mái, an toàn và phúc lợi của du khách, làm tăng thêm niềm vui thích của chuyến đi, nhưng không được tác động tiêu cực tới các đặc tính quan trọng hoặc đặc điểm sinh thái của khu vực.**

### Nguyên tắc 4

Các cộng đồng địa phương và người bản địa cần được tham gia vào việc hoạch định kế hoạch bảo tồn và du lịch.

**4.1. Cần phải tôn trọng quyền và lợi ích của cộng đồng địa phương, ở cấp khu vực và sở tại, của chủ sở hữu tài sản và người bản địa liên quan; họ có thể thực thi quyền và trách nhiệm theo truyền thống đối với đất đai và các khu vực quan trọng trên vùng đất đó.** Cần lôi cuốn họ vào việc xây dựng các mục tiêu, chiến lược, chính sách và quy chế cho việc xác định, bảo tồn, quản lý, giới thiệu, tuyên truyền cho các nguồn di sản, tập tục văn

hóa và cách biểu đạt văn hóa đương đại của họ trong bối cảnh du lịch hiện nay.

**4.2. Tuy khi di sản ở một địa danh hoặc khu vực cụ thể nào đó có thể có tầm cỡ toàn cầu, nhưng vẫn cần phải tôn trọng các nhu cầu và nguyện vọng của một số cộng đồng hoặc nhóm người bản xứ muốn hạn chế hoặc quản lý việc tiếp cận vật chất, tinh thần hoặc tri thức đối với các tập tục văn hóa, kiến thức, đức tin, các hoạt động, đồ thủ công mỹ nghệ hoặc các khu di sản.**

### Nguyên tắc 5

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

**5.1. Các nhà hoạch định chính sách cần thúc đẩy các biện pháp phân phối nguồn lợi từ du lịch một cách công bằng hợp lý trong cả nước hoặc khu vực, cải thiện trình độ phát triển kinh tế-xã hội và đóng góp vào việc giảm nghèo ở những nơi cần thiết.**

**5.2. Quản lý bảo tồn và các hoạt động du lịch cần cung cấp lợi ích kinh tế, xã hội và văn hóa công bằng cho nam giới và phụ nữ của cộng đồng địa phương ở mọi cấp thông qua giáo dục, đào tạo và tạo cơ hội có việc làm đầy đủ.**

**5.3. Một phần quan trọng của thu nhập đặc biệt từ các chương trình du lịch tới các khu di sản cần được phân bổ cho việc bảo vệ, bảo tồn và giới thiệu các khu này, bao gồm cảnh quan tự nhiên và văn hóa của chúng.** Khi có điều kiện, có thể thông báo cho du khách biết về việc phân bổ này.

**5.4. Các chương trình du lịch cần khuyến khích đào tạo và sử dụng hướng dẫn viên và phiên dịch viên tại khu di sản từ cộng đồng địa phương để nâng cao kỹ năng của người địa phương trong việc tuyên truyền giới thiệu các giá trị văn hóa của họ.**

**5.5. Các chương trình tuyên truyền giáo dục về di sản trong dân chúng địa phương cần khuyến khích sự tham gia của các phiên dịch viên địa phương làm việc tại khu di sản.** Các chương trình này cần thúc đẩy hiểu biết và tôn trọng di sản của họ, khuyến khích dân địa phương quan tâm trực tiếp đến việc bảo vệ và bảo toàn di sản ấy.

**5.6. Các chương trình quản lý bảo tồn và du lịch cần bao gồm các cơ hội giáo dục và đào tạo cho các nhà hoạch định chính sách, vạch kế hoạch, các nhà nghiên cứu, các nhà thiết kế, kiến trúc sư, phiên dịch viên, các nhà làm công tác bảo tồn và các hãng tổ chức tour.** Những người tham gia cần được khuyến khích hiểu biết và đôi khi góp phần giải quyết những vấn đề xung đột, những cơ hội và các vấn đề mà đồng nghiệp của họ vấp phải.

### Nguyên tắc 6

Các chương trình quảng bá du lịch phải bảo vệ và làm nổi bật đặc điểm của di sản thiên nhiên và văn hóa.

**6.1. Các chương trình quảng bá du lịch cần tạo ra những mong đợi thực tế và thông báo một cách có trách nhiệm cho các du khách tiềm năng về những đặc điểm cụ thể của một di sản hoặc cộng đồng địa phương, từ đó khuyến khích họ ứng xử một cách thích hợp.**

**6.2. Các địa danh và các bộ sưu tập có tầm quan trọng về di sản cần được khuyến khích và quản lý theo cách có thể bảo vệ tính nguyên bản của chúng và đề cao kinh nghiệm của du khách bằng cách giảm thiểu tình trạng lượng khách bấp bênh và tránh quá tải vào một thời điểm nào đó.**

**6.3. Các chương trình quảng bá du lịch cần phân phối các lợi ích trên diện rộng và giải tỏa sức ép đối với những khu vực được nhiều người ưa chuộng bằng cách khuyến khích du khách trải nghiệm rộng hơn về những đặc điểm di sản văn hóa**

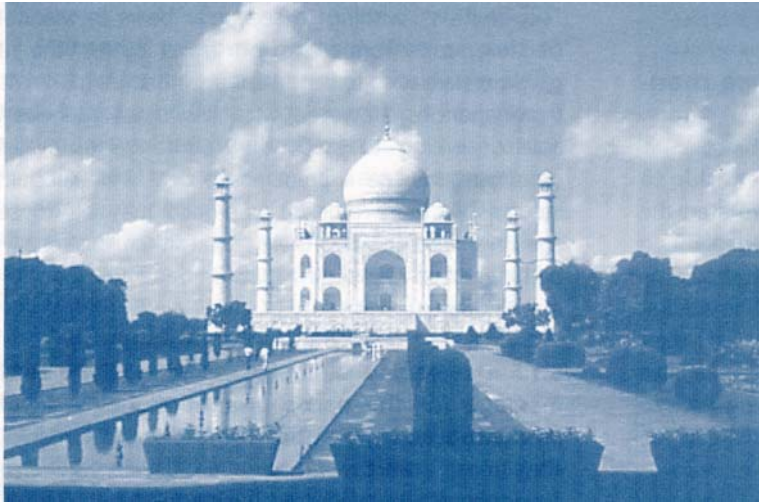
*thiên nhiên rộng lớn hơn của khu vực hoặc địa phương.*

*6.4. Việc quảng bá, phân phối và bán các đồ thủ công của địa phương và các sản vật khác cần mang lại lợi ích kinh tế xã hội thỏa đáng cho địa phương, mà vẫn bảo đảm tính nguyên vẹn văn hóa không bị xuống cấp.*



# Phụ lục 3

*Các NXB Sách hướng dẫn  
du lịch, Tạp chí và Báo chí*



Lưu ý: Tên và địa chỉ trong Danh sách này

Có thể thay đổi từ ngày sách được in

## SÁCH HƯỚNG DẪN

### ■ Ở AUSTRALIA:

**Lonely Planet Publications**  
A.C.N. 055 607 983  
PO Box 617  
Hawthorn, Victoria 3122  
Australia  
e-mail: [talk2us@lonelyplanet.com.au](mailto:talk2us@lonelyplanet.com.au)  
website: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

### ■ Ở ANH:

**Bradt Publishing** 41 Nortoft Rd.  
Bucks, SL9 OLA  
UK

**Insight Guides** P.O. Box 7910  
London SE1 8ZB  
UK  
e-mail: [insight@apaguide.demon.co.uk](mailto:insight@apaguide.demon.co.uk)  
website : [www.insightguides.com](http://www.insightguides.com)

**Lonely Planet Publications**  
Spring House  
10A Spring Place  
London NW5 3BH UK  
e-mail: [go@lonelyplanet.co.uk](mailto:go@lonelyplanet.co.uk)  
website: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

**Mexico and Central American Handbook  
Trade and Travel Publications Ltd.**  
6 Riverside Court  
Riverside Road  
Bath BA2 3DZ  
UK

**Moorland Publishing Co.**  
Moor Farm Road,  
Airfield Estate  
Ashbourne DE6 1 HD  
UK

**Rough Guides UK**  
62-70 Shorts Gardens  
London WC2H 9AB UK  
website: [www.roughguides.com](http://www.roughguides.com)

### ■ Ở CANADA:

**Blue Guides**  
10 Alcorn Avenue  
Toronto  
Ontario, M4V 3B2  
Canada

**Ulysse, Editeur du voyage**  
Rigole  
4176, rue Saint-Denis

Montreal, Quebec, H2W 2M5  
Canada  
e-mail: [info@ulyse.ca](mailto:info@ulyse.ca)  
website: [guidesulyse.com](http://guidesulyse.com)

### ■ Ở PHÁP:

**Guides Autrement**  
Editions Autrement  
17 rue du Louvre 75001  
Paris France

**Guides Bleus Evasion**  
Courrier des lecteurs  
43, quai de Grenelle  
75905 Paris Cedex 15  
France

**Guides Michelin**  
46, av de Breteuil  
75324 Paris Cedex 07  
France  
website: [www.michelin-travel.com](http://www.michelin-travel.com)

**Guides du Routard**  
5 rue de l'Arrivee  
92190 Meudon  
France  
e-mail: [routard@club-internet.fr](mailto:routard@club-internet.fr)  
Internet: [www.routard.com](http://www.routard.com)

**Le Petit Fute Country Guide**  
18 rue des Volontaires  
75015 Paris  
France  
e-mail: [info@petitfute.com](mailto:info@petitfute.com)  
website: [www.petitfute.com](http://www.petitfute.com)

**Lonely Planet Publications**  
1 rue du Dahomey  
75011 Paris  
France  
e-mail: [bip@lonelyplanet.fr](mailto:bip@lonelyplanet.fr)  
website: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

**Objective Terre**  
211 bis, av Charles de Gaulle  
92200 Neuilly-sur-Seine  
France

**Syros**  
9 bis rue Abel  
Lovellacque 75013 Paris  
France

■ Ở ĐỨC

**Verlag Karl Baedeker GmbH**  
Postfach: 3162  
D-73751 Ostfildern Germany  
e-mail: [baedeker@mairs.de](mailto:baedeker@mairs.de)  
website: [www.baedeker.com](http://www.baedeker.com)

**Polyglot Press**  
Neusser Strasse Str. #3  
80807 Munich  
Germany

**Reise Handbook**  
Velbinges  
Verlag Martin Bahnhofstr 106 8032  
Grafelfing, Munich  
Germany

**Reise Know How**  
Profit Buchvertrieb  
Post Fach9  
35463 Fernwald, Annevel  
Germany

■ Ở SINGAPORE:

**Insight Guide**  
Hofer Media (Pte) Ltd.  
Orchard Point  
PO Box 219  
Singapore 9123

■ Ở MỸ

**Berkeley Guide**  
505 Eshleman Hall,  
University of California  
Berkeley, CA 94720  
USA

**Blue Guides**  
WW Norton & Co. Inc.  
500 Fifth Ave.  
New York, NY 101 10  
USA

**Fodor's Travel, specialty markets**  
201 East 50th Street  
New York, NY 10022  
USA  
e-mail: [new@fodors.com](mailto:new@fodors.com)  
website: [www.fodors.com](http://www.fodors.com)

**Let's Go Publications**  
Harvard Student Agencies  
Harvard University  
Thayer Hall-B  
Cambridge, MA 02138  
USA  
website: [www.letsgo.com](http://www.letsgo.com)

**Lonely Planet Publications**  
150 Linden Street  
Oakland CA 94607  
USA  
e-mail: [info@lonelyplanet.com](mailto:info@lonelyplanet.com)  
website: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)

**MacmillanTravel Guides**  
1633 Broadway  
New York, NY 10019  
USA

**Moon Publications**  
722 Wall Street  
Chico, CA 95928  
USA  
e-mail: [travel@moon.com](mailto:travel@moon.com)  
website: [www.moon.com](http://www.moon.com)

**Penguin Books USA Inc.**  
375 Hudson Street  
New York, NY 10014  
USA  
website: [www.penguin.com](http://www.penguin.com)

**Rough Guides USA**  
345 Hudson Street  
New York, NY 10014  
USA  
website: [www.roughguides.com](http://www.roughguides.com)

**The Real Guide Series**  
Prentice Hall Press  
15 Columbus Circle  
New York, NY 10023 USA

TẠP CHÍ

■ Ở PHÁP:

**Geo France**  
6 rue Daru  
75379 Paris Cedex 08 France

**Grands Reportages**  
6, rue Ivory  
38027 Grenoble Cedex 1 France  
e-mail: [infos@grands-reportages.com](mailto:infos@grands-reportages.com)  
website: [grands-reportages.com](http://grands-reportages.com)

**SRLA La Marche**  
21 bis, av Sainte-Marie  
Saint-Mande 94160  
France

**Nature Magazine**  
15 rue Cassette  
Paris 75006  
France

**Randonnée Magazine**  
26 rue des Amandiers Nanterre,  
Paris 92000  
France

**Terre Sauvage**  
3, rue Bayard  
75393 Paris Cedex 08 France  
France

**L'art de Voyager**  
175, rue d'Aguesseau  
92643 Boulogne-Billancourt  
France  
website: [www.voyager.fr](http://www.voyager.fr)



■ Ở ĐỨC:

**Abenteur & Reisen**

Lange Strabe 13  
Frankfurt 60055  
Germany

**Freizeit & Reisen**

OeverseestraBe 24-26  
Hamburg 22769  
Germany

**Geo Germany**

PostFach 110011  
Hamburg 11, 2000  
Germany  
website: [www.geo.de](http://www.geo.de)

**Globo**

Ring 212  
Munich  
Germany 81739

**Outdoor**

Postfach 2160  
Weinstadt-Benzach 71371  
Germany

**Reise & Preise**

Postfach 1342  
Germany 21603  
website: [www.reise-preise.de](http://www.reise-preise.de)

**Safari Touristic Aktwel**

Martin Berharm Str. #12  
Nevisenburg, 63263  
Germany

■ Ở TÂY BAN NHA

**Aire Libre**

P. Marques de Monistrol 7  
28011 Madrid 479 86 61  
Spain

■ Ở MỸ

**Backpacker Magazine**

Rondale Press, Inc.  
33 E. Minor  
Emmaus, PA 18098  
USA

**Birder's World**

21027 Crossroads Circle  
P.O. Box 1612  
Waukesha, WI 53187-1612  
USA  
website: [www.birdersworld.com](http://www.birdersworld.com)

**Birdwatchers Digest**

P.O. Box 110  
Marietta, OH 4875  
USA  
e-mail: [bwd@birdwatchersdigest.com](mailto:bwd@birdwatchersdigest.com)  
website: [www.birdwatchersdigest.com](http://www.birdwatchersdigest.com)

**Conde Nast Traveler**

360 Madison Ave.  
New York, NY 10017  
USA  
http://condenet.com/mags/trav/

**EcoTraveler Magazine**

9560 S.W. Nimbus  
Beaverton, OR 97008  
USA

**Escape Magazine**

PO Box 5159  
Santa Monica, CA 90409-5159  
USA

**Fancy Publications, Inc.**

Wild Bird  
3 Boroughs  
Irvine, CA 92718 USA  
website: [www.wildbirdmagazine.com](http://www.wildbirdmagazine.com)

**Outside Magazine**

400 Market St.  
Sante Fe, NM 87501  
USA  
website: [www.outsidemagazine.com](http://www.outsidemagazine.com)

**Travel Holiday**

28 West 23rd St.  
New York, NY 10010  
USA  
website: [www.travelholiday.com](http://www.travelholiday.com)

**Travel & Leisure**

1 120 Ave. of the Americas  
New York, NY 10036  
USA

**Wildlife Conversation**

Bronx Zoo Conservation Park  
Bronx, NY 10460  
USA  
website: [www.wildlifeconservation.com](http://www.wildlifeconservation.com)

**BÁO CHÍ**

■ Ở CANADA

**La Presse**

7 rue St. Jacques  
Montreal, Quebec H2Y 1 K9  
Canada

**The Gazette**

250 rue St. Antoine W.  
Montreal, Quebec H2Y 3R7  
Canada  
website: [www.gazette.com](http://www.gazette.com)

**The Globe & Mail**

444 Front St. West  
Toronto, ON M5V 2S9  
Canada  
e-mail: [Newsroom@GlobeAndMail.ca](mailto:Newsroom@GlobeAndMail.ca)  
website: [www.globeandmail.ca](http://www.globeandmail.ca)

**The Toronto Star**

One Young St.  
Toronto, ON M5E 1E6  
Canada  
e-mail: [city@thestar.ca](mailto:city@thestar.ca)  
[editorial@thestar.ca](mailto:editorial@thestar.ca)  
website: [www.torontostar.ca](http://www.torontostar.ca)

**The Vancouver Sun**

200 Granville Street  
Vancouver, BC V6C 3N3  
Canada  
website: [www.vancouver.sun.com](http://www.vancouver.sun.com)

■ **Ở PHÁP:**

**Le Figaro**

37 rue du Louvre  
75081 Paris cedex 02  
France  
website: [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr)

**Le Monde**

21 bis rue Claude-Bernard  
75242 Paris, cedex 05  
France  
website: [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

■ **Ở ĐỨC:**

**Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH**

60267 Frankfurt am Main  
Hellerhofstr 2-4  
Frankfurt Germany

**Frankfurter Rundschau**

Frankfurt am Main Germany  
60266

**Frankfurt-Verl Bild an Sonntag**

(Travel Department)  
Emil-Von-Behring Str. #6  
Frum Germany 60439

**Herausgeber and Chefredakteur**

Abenteuer & Reisen  
Lange Strabe 13  
Frankfurt Germany 60311

**Der Tagesspiegel**

Berlin  
Germany 10785

**Die Welt**

Kochstr. 50  
Berlin  
Germany 10888  
website: [www.diewelt.de](http://www.diewelt.de)

■ **Ở MỸ**

**The New York Times**

229 W. 43rd St.  
New York, NY 10036  
USA  
website: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

**The Washington Post**

1150 15th St. N.W.,  
Washington, DC 20071  
USA  
website: [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)

**Chicago Tribune**

435 N. Michigan Ave.  
Chicago, IL 60611  
USA  
website: [www.chicagotribune.com](http://www.chicagotribune.com)

**Houston Chronicle** PO Box 4260

Houston, TX 77210  
USA

**Los Angeles Times** Times Mirror

Square Los Angeles, CA 90053  
USA  
website: [www.latimes.com](http://www.latimes.com)

**Seattle Times**

Fairview Ave. N. & John  
PO Box 70  
Seattle, WA 98111  
USA  
website: [www.seattletimes.com](http://www.seattletimes.com)

**The Arizona Republic**

200 E. Van Buren St.  
Phoenix, AZ 85004  
USA  
website: [www.arizonarepublic.com](http://www.arizonarepublic.com)

**The Boston Globe**

135 Morrissey Blvd.  
P.O. Box 2378  
Boston, MA 02109 USA  
website: [www.bostonglobe.com](http://www.bostonglobe.com)

**The Dallas Morning News**

Communications Center  
PO Box 655237  
Dallas, TX 75265  
USA  
website: [www.dallasnews.com](http://www.dallasnews.com)

**The Miami Herald**

One Herald Plaza  
Miami, FL 33132-1693  
USA  
website: [www.miamiherald.com](http://www.miamiherald.com)

**The Oregonian**

1320 S.W. Broadway  
Portland, OR 97201  
USA  
website: [www.oregonian.com](http://www.oregonian.com)

**The Philadelphia inquirer** 400 N. Broad St.

PO Box 8263  
Philadelphia, PA 19101 USA website: <http://inquirer.com>



## *Lời cảm ơn*

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới một số tổ chức và nhiều cá nhân đã ủng hộ, giúp cho tài liệu này có thể ra đời.

Quyển sách nhận được sự hỗ trợ về mặt tài chính của công ty TEMA Reiser ở Stockholms, Thụy Điển. Tôi muốn cảm ơn công ty Tema và đặc biệt là Lotta Sand của công ty vì đã liên tục hỗ trợ cho dự án này.

Tôi cũng xin cảm ơn Chương trình Môi trường của Liên Hiệp Quốc (UNEP), Vụ Công nghệ, Công nghiệp và Kinh tế, ở Paris, Pháp và đặc biệt là Jacqueline Aloisi de Larderel vì đã hỗ trợ cho dự án này.

Về các đóng góp kỹ thuật, tôi xin cảm ơn Jeff Marion ở Sở Công viên quốc gia của Mỹ, David Cole ở Trung tâm động thực vật hoang dã Aldo Leopole, Steve McCool ở Đại học Montana, Paul Eagles ở Liên đoàn Quốc tế Bảo toàn thiên nhiên, Oliver Hillel và Giulia Carbone thuộc Vụ Công nghệ, Công nghiệp và Kinh tế của UNEP.

Tôi xin đặc biệt cảm ơn Natarajan Ishwaran, Trưởng ban Di sản thế giới và Junko Taniguchi, Chuyên gia chương trình khu vực châu Á-Thái Bình Dương và các Dự án Đặc biệt cho đơn vị, thành phố, UNESCO, Trung tâm Di sản thế giới vì đã cung cấp các số liệu kỹ thuật và hỗ trợ tinh thần.

Tôi hết sức biết ơn Gina Doggett, người đã không mệt mỏi sắp xếp và biên soạn bản thảo thành một tài liệu mạch lạc, khoa học. Xin cảm ơn Gina vì những đóng góp và chỉ dẫn.

Tôi cũng phải cảm ơn George, Felix và Jewel vì lòng hiếu khách, sự hỗ trợ nhiệt thành và những lời khuyên trong suốt thời gian thực hiện dự án.

Trong khi tôi vô cùng biết ơn người này và người khác vì những nỗ lực của họ thì những hạn chế và sai sót trong tài liệu này hoàn toàn thuộc trách nhiệm của tôi. Một dự án tầm cỡ này chắc chắn không tránh khỏi sai sót và cần được xem xét hiệu chỉnh lại để cho được cập nhật. Chúng tôi khuyến khích bạn đọc viết thư cho chúng tôi, chỉ ra những chỗ cần sửa và những thông tin bạn nghĩ có thể bổ ích đồng với người đọc trong những lần tái bản sau. Tuy nhiên, vì điều kiện thời gian, chúng tôi không thể phúc đáp được tất cả các thư từ liên hệ. Cảm ơn các bạn đã thấu hiểu và hợp tác.

*Arthur Pedersen*  
*Tháng 9/2002*  
*Paris, Pháp.*

## Tài liệu hướng dẫn về Di Sản Thế Giới



*Để biết thêm thông tin, xin liên hệ:*

### **Chương trình Môi trường Liên Hợp Quốc**

Bộ phận Công nghệ, Công nghiệp và Kinh tế

Địa chỉ: Tour Mirabeau, 39-43 Quai Andre' Citroen

75739 Paris-Cedex 15 France

Tel: 33 (0) 1 44 37 14 50

Fax: 33 (0) 1 44 37 14 74

Email: [uneptie@unep.fr](mailto:uneptie@unep.fr)

<http://www.uneptie.org/tourism/home.html>

### **Ủy ban Quốc gia UNESCO của Việt Nam**

(biên dịch sách)

8 Khúc Hạo, Ba Đình, Hà Nội

Tel: 84 4 1993605/1993514

Fax: 84 4 8230702

Email: [unesco@netnam.vn](mailto:unesco@netnam.vn)

### **Trung tâm Di sản Thế giới**

7 Place de Fontenoy,

75352 Paris 07 SP,

France

Tel: 33 (0) 1 45 68 18 76

Fax: 33 (0) 1 45 68 55 70

Email: [wh-info@unesco.org](mailto:wh-info@unesco.org)

<http://whc.unesco.org>

### **Văn phòng UNESCO tại Hà Nội**

23 Cao Bá Quát, Hà Nội

Tel: 84 4 747 0275/76

Fax: 84 4 747 0274

Email: [registry@unesco.org.vn](mailto:registry@unesco.org.vn)

[unescovietnam@netnam.vn](mailto:unescovietnam@netnam.vn)

