

QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BỀN VỮNG - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ THUYẾT VÀ GỢI Ý QUẢN LÝ

*Vũ Hương Giang**

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 3/4/2020

Ngày nhận kết quả phản biện đánh giá: 5/10/2020

Ngày bài báo được duyệt đăng: 26/10/2020

Tóm tắt: Để điểm đến du lịch phát triển một cách bền vững, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch cần hướng tới việc phát triển điểm đến bền vững ở cả ba trụ cột kinh tế, xã hội và môi trường nhằm đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai. Một số gợi ý cho việc quản lý điểm đến du lịch bền vững bao gồm: nâng cao nhận thức về du lịch bền vững, bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa, giảm thiểu tác động của tính thời vụ trong hoạt động du lịch, giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường từ hoạt động du lịch, nâng cao sự hài lòng của du khách, tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch.

Từ khóa: điểm đến du lịch, quản lý điểm đến du lịch, phát triển bền vững, quản lý điểm đến du lịch bền vững.

1. Đặt vấn đề

Bên cạnh những tác động tích cực mà du lịch mang lại, những tác động tiêu cực mà hoạt động du lịch gây ra cả về kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường là không nhỏ. Điều này đã đặt ra yêu cầu về việc quản lý điểm đến du lịch theo hướng bền vững. Đây là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh liên tục bằng quyền lực công, chủ yếu thông qua pháp luật nhằm xác lập một trật tự ổn định cho các hoạt động, quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực du lịch, hướng tới việc phát triển điểm đến bền vững ở cả ba trụ cột kinh tế, xã hội và môi trường nhằm

đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai. Theo đó, để điểm đến du lịch phát triển một cách bền vững, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch có thể cân nhắc một số gợi ý cho việc quản lý điểm đến du lịch như: nâng cao nhận thức về du lịch bền vững, bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa, giảm thiểu tác động của tính thời vụ trong hoạt động du lịch, giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường từ hoạt động du lịch, nâng cao sự hài lòng của du khách, tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch.

* Khoa Du lịch - Trường Đại học Mở Hà Nội

2. Quản lý điểm đến du lịch

2.1. Khái niệm Quản lý điểm đến du lịch

Tại Việt Nam, hoạt động quản lý điểm đến du lịch được thực thi bởi các tổ chức quản lý nhà nước về du lịch các cấp từ Trung ương đến địa phương. Vì vậy, khái niệm quản lý điểm đến du lịch có thể được hiểu là hoạt động quản lý nhà nước về du lịch. Do đó, để làm rõ khái niệm quản lý điểm đến du lịch, cần làm rõ khái niệm quản lý nhà nước về du lịch.

Theo quan điểm chung nhất, quản lý là được coi là hoạt động nhằm tác động một cách có tổ chức và định hướng của chủ thể quản lý lên một đối tượng quản lý để điều chỉnh các quá trình xã hội và hành vi của con người, nhằm duy trì tính ổn định và phát triển của đối tượng quản lý theo những mục tiêu đã định. Từ đây, khái niệm quản lý nhà nước được hiểu là một dạng quản lý xã hội đặc biệt, mang tính quyền lực nhà nước và sử dụng pháp luật nhà nước để điều chỉnh các hành vi của con người trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội do các cơ quan trong bộ máy nhà nước thực hiện, nhằm thỏa mãn nhu cầu hợp pháp của con người, duy trì sự ổn định và phát triển của xã hội. Hay nói cách khác, đây là hoạt động thực thi quyền lực nhà nước do các cơ quan nhà nước thực hiện nhằm xác lập một trật tự ổn định, phát triển xã hội theo những mục tiêu mà giai cấp cầm quyền đặt ra. Quản lý nhà nước xuất hiện cùng với sự xuất hiện của Nhà nước và thay đổi phụ thuộc vào chế độ chính trị, trình độ phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia qua các giai đoạn lịch sử khác nhau.

Từ đây, khái niệm Quản lý nhà nước về du lịch đã được các học giả làm rõ. Trong đó, Trần Như Đào (2017) cho rằng: “Quản lý nhà nước về du lịch được xem

là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh liên tục bằng quyền lực công cộng chủ yếu thông qua pháp luật dựa trên nền tảng của thể chế chính trị nhất định đối với các quá trình, các hoạt động du lịch nhằm đạt được hiệu quả và mục tiêu kinh tế - xã hội do nhà nước đặt ra”. Như vậy, công cụ để thực hiện quản lý nhà nước về du lịch chính là các quy định trong các chính sách pháp luật của Nhà nước.

Với khái niệm trên đây, khái niệm quản lý điểm đến du lịch được đề xuất như sau: *Quản lý điểm đến du lịch sự tác động có tổ chức và điều chỉnh liên tục bằng quyền lực công, chủ yếu thông qua pháp luật nhằm xác lập một trật tự ổn định cho các hoạt động, quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực du lịch, hướng tới việc phát triển du lịch tại điểm đến theo những mục tiêu đã được đặt ra.*

Từ khái niệm này, có thể xác định:

- Chủ thể quản lý điểm đến du lịch: Là các cơ quan đại diện của Nhà nước hoặc được Nhà nước trao quyền, ủy quyền.

+ Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cấp Trung ương bao gồm: Bộ Văn hoá Thể thao Du lịch, Tổng cục Du lịch cùng các vụ chức năng; Các bộ ngành như: Bộ Tài chính, Bộ Công an, Bộ Kế hoạch Đầu tư...

+ Ở địa phương, trong cơ cấu bộ máy nhà nước cũng có các cơ quan tương tự như ở cấp trung ương như Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch, Sở Tài chính, Công an, Sở Kế hoạch Đầu tư ... nhưng chỉ có chức năng quản lý ở địa bàn và chịu sự chỉ đạo của các cơ quan ngành dọc trong cơ cấu bộ máy nhà nước trung ương.

- Đối tượng quản lý: Là các hoạt động, quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực du lịch như các đơn vị kinh doanh du lịch, khách sạn, khách du lịch...

Các tổ chức quản lý điểm đến có vai trò dẫn dắt, lãnh đạo và điều phối các hoạt động du lịch theo một chiến lược chặt chẽ. Các tổ chức này kiểm soát hoạt động của các bên tham gia tham gia vào hoạt động du lịch, tập hợp các nguồn lực và kỹ năng chuyên môn để dẫn dắt, điều phối các hoạt động của các bên tham gia vào hoạt động du lịch trong phạm vi điểm đến. Do đó, hoạt động quản lý điểm đến cần phải được tiếp cận theo một khung chiến lược nhằm liên kết các bên liên quan để đảm bảo hiệu quả quản lý điểm đến một cách tốt nhất.

Nội dung quản lý điểm đến là sự quản lý tổng thể tất cả các yếu tố cấu thành điểm đến du lịch, bao gồm: Điểm tham quan du lịch, cơ sở vật chất hạ tầng phục vụ du lịch, khả năng tiếp cận điểm đến, hình ảnh điểm đến, giá cả sản phẩm dịch vụ và nguồn nhân lực phục vụ du lịch... Như vậy, để hoạt động quản lý điểm đến có hiệu quả, cần phải lập kế hoạch và thực hiện quản lý ở nhiều giai đoạn khác nhau: Hiện tại, ngắn hạn, trung hạn và dài hạn để đảm bảo sự phát triển bền vững với sự tham gia của tất cả các bên liên quan. Thông thường, một tổ chức quản lý điểm đến sẽ chịu trách nhiệm xây dựng kế hoạch và họp định kỳ (ví dụ, mỗi ba hay sáu tháng) để đánh giá và cập nhật tình hình triển khai kế hoạch.

2.2. Vai trò của Quản lý điểm đến du lịch

Hoạt động quản lý điểm đến có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển điểm đến nói chung và đối với sự phát triển du lịch tại điểm đến du lịch nói riêng. Thông qua việc quản lý điểm đến, các hoạt động kinh doanh du lịch sẽ ngày càng phát triển, mang lại nhiều cơ hội phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội cho cộng đồng địa phương cũng như bảo vệ môi trường tại điểm đến du lịch. Ngoài ra, hoạt động du lịch, nếu được quản lý tốt sẽ giúp thúc

đẩy các ngành sản xuất/ kinh doanh khác phát triển. Bên cạnh đó, nó còn có vai trò quan trọng trong việc định hướng và dẫn dắt các bên liên quan phát triển hoạt động du lịch theo hướng bền vững, mang lại sự phát triển hài hòa ở cả ba trụ cột kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường.

Đặc biệt, hoạt động quản lý điểm đến còn có thể giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến du lịch với các sản phẩm thích ứng với xu hướng và nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách. Việc quản lý điểm đến còn giúp điều phối các nỗ lực phát triển du lịch một cách phù hợp, tránh trùng lặp cũng như giúp dễ dàng xác định được những khoảng trống quản lý cần phải được giải quyết. Chính điều này góp phần đảm bảo khả năng phát triển của ngành du lịch, cho phép tăng cường năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch trước những thay đổi từ môi trường kinh doanh ngày càng năng động và đầy tính cạnh tranh.

Bên cạnh đó, có thể thấy việc lập kế hoạch và quản lý điểm đến có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự phát triển bền vững cho ngành du lịch nói riêng và cho điểm đến du lịch nói chung. Một kế hoạch quản lý điểm đến không hiệu quả sẽ phá hủy môi trường, gây ra sự xung đột văn hóa - xã hội và ảnh hưởng tới cộng đồng địa phương tại điểm đến du lịch. Sự phát triển du lịch bền vững sẽ giúp quản lý những tác động của hoạt động du lịch tới môi trường, nền kinh tế và cộng đồng xã hội tại điểm đến; đồng thời củng cố tài nguyên du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và cộng đồng địa phương không chỉ trong hiện tại mà cả trong tương lai.

2.3. Nội dung của Quản lý điểm đến du lịch

Theo UNWTO (2007), công tác quản lý điểm đến du lịch bao gồm 03 nội dung chính sau đây:

• *Tạo dựng một môi trường thuận lợi*

Tạo dựng một môi trường thuận lợi cho các hoạt động du lịch phát triển là nhiệm vụ nền tảng và then chốt của công tác quản lý điểm đến. Việc xây dựng môi trường thuận lợi sẽ là điều kiện cho các hoạt động marketing cũng như việc cung cấp các trải nghiệm cho du khách được triển khai một cách hiệu quả. Trước khi du khách bị thu hút bởi các hoạt động marketing của điểm đến hoặc trước khi họ quyết định lựa chọn điểm đến cho hành trình của mình thì nhất thiết phải có một môi trường xã hội, kinh tế và vật chất phù hợp để phát triển du lịch. Vì thế, việc thành lập các tổ chức quản lý điểm đến du lịch là rất cần thiết để phát triển hoạt động du lịch một cách bền vững nhất. Nội dung tạo dựng môi trường phù hợp cho các hoạt động du lịch rất đa dạng nhưng chủ yếu bao gồm:

- Hoạch định và phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch;
- Phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch;
- Phát triển sản phẩm du lịch;
- Phát triển công nghệ và các hệ thống hỗ trợ hoạt động du lịch;
- Phát triển các ngành kinh tế khác có liên quan.

• *Marketing điểm đến du lịch*

Marketing điểm đến du lịch là các hoạt động hướng tới việc thu hút khách du lịch đến với điểm đến. Các hoạt động này nên tập trung xúc tiến và truyền thông những yếu tố hấp dẫn nhất đối với các khách du lịch tiềm năng để thuyết phục họ lựa chọn điểm đến. Các chức năng chính của hoạt động marketing điểm đến bao gồm:

- Xúc tiến và truyền thông cho điểm đến (bao gồm xây dựng thương hiệu và hình ảnh tích cực về điểm đến);
- Triển khai các chiến dịch thúc đẩy hoạt động kinh doanh, đặc biệt là hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ;
- Cung cấp các dịch vụ thông tin công khai, minh bạch;
- Điều hành, tạo thuận lợi cho việc đặt dịch vụ của khách hàng;
- Quản trị quan hệ khách hàng.

Hoạt động xúc tiến và truyền thông không nhất thiết phải theo kế hoạch marketing của cả điểm đến mà có thể chia nhỏ thành các tiểu khu và mỗi tiểu khu lại chịu trách nhiệm riêng cho hoạt động marketing của mình. Tuy nhiên, các hoạt động này phải hướng đến một hình ảnh tích cực và nhất quán, tránh tạo ra sự xung đột trong quan niệm của du khách ở thị trường mục tiêu.

• *Cung cấp các dịch vụ tại điểm đến du lịch*

Quản lý điểm đến giúp đảm bảo chất lượng các dịch vụ cung cấp cho khách du lịch trong quá trình lưu trú tại điểm đến, bao gồm:

- Điều phối và quản lý điểm đến nhằm mang lại chất lượng trải nghiệm cao nhất cho du khách, đặc biệt là tại các khu vực công cộng;
- Phát triển các sản phẩm mới;
- Phát triển và quản lý các sự kiện;
- Phát triển và quản lý các điểm tham quan;
- Giáo dục và đào tạo;
- Tư vấn kinh doanh;
- Nghiên cứu và phát triển chiến lược.

Thông thường, công tác quản lý điểm đến dễ dàng được tổ chức trong khu vực công, trong phạm vi tiểu vùng, tỉnh hoặc thành phố bởi hầu hết cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch được đầu tư theo ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, điểm đến du lịch cần phải được quản lý trong chỉ giới hành chính cụ thể hoặc xung quanh các điểm tham quan và chính điểm đến sẽ chịu trách nhiệm về chất lượng các trải nghiệm của du khách khi họ tham gia vào các hoạt động du lịch tại địa phương.

3. Quản lý điểm đến du lịch bền vững

3.1. Khái niệm Quản lý điểm đến du lịch bền vững

Quản lý điểm đến du lịch bền vững có thể được hiểu là hoạt động quản lý điểm đến du lịch hướng tới mục tiêu phát triển du lịch bền vững. Chính vì thế, để hiểu rõ khái niệm Quản lý điểm đến du lịch bền vững, trước hết cần phải làm rõ khái niệm phát triển du lịch bền vững.

Theo Luật Du lịch Việt Nam (2017), khái niệm Phát triển du lịch bền vững được hiểu là “sự phát triển du lịch đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế - xã hội và môi trường, bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai”. Trong đó, các yêu cầu về kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường có thể được hiểu theo cách diễn giải của UNWTO (1992) như sau:

- Về kinh tế: Đảm bảo sự hoạt động kinh tế tồn tại lâu dài, cung cấp những lợi ích kinh tế xã hội tới tất cả những người hưởng lợi và được phân bổ một cách công bằng, bao gồm cả những nghề nghiệp và cơ hội thu lợi nhuận ổn định và các dịch vụ xã hội cho các cộng đồng địa phương, và đóng góp vào việc xóa đói giảm nghèo.

- Về văn hóa - xã hội: Tôn trọng tính trung thực về xã hội và văn hóa của các cộng đồng địa phương, bảo tồn di sản văn hóa và các giá trị truyền thống đã được xây dựng và đang sống động, và đóng góp vào sự hiểu biết và chia sẻ liên văn hóa.

- Về môi trường: Sử dụng tốt nhất các tài nguyên môi trường đóng vai trò chủ yếu trong phát triển du lịch, duy trì quá trình sinh thái thiết yếu, và giúp duy trì di sản thiên nhiên và đa dạng sinh học tự nhiên.

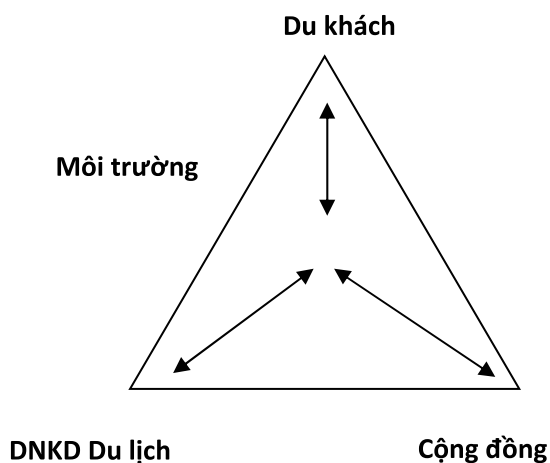
Từ đây, khái niệm *Quản lý điểm đến du lịch bền vững* có thể được hiểu là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh liên tục bằng quyền lực công, chủ yếu thông qua pháp luật nhằm xác lập một trật tự ổn định cho các hoạt động, quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực du lịch, hướng tới việc phát triển điểm đến bền vững ở cả ba trụ cột kinh tế, xã hội và môi trường nhằm đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai.

Với khái niệm này, các nội dung trong công tác quản lý điểm đến du lịch đều sẽ được thực thi theo các yêu cầu của phát triển du lịch bền vững. Theo đó, mọi quyết định về chính sách, chiến lược phát triển du lịch (bao gồm: công tác marketing điểm đến du lịch, hoạt động kinh doanh sản phẩm, dịch vụ du lịch và tạo dựng môi trường thuận lợi cho sự phát triển du lịch tại điểm đến) sẽ đều phải đáp ứng được các yêu cầu về kinh tế, xã hội và môi trường để đảm bảo lợi ích hài hòa cho các chủ thể tham gia vào hoạt động du lịch. Có như vậy, các hoạt động du lịch ở hiện tại mới có thể đảm bảo gây tổn hại ít nhất đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai.

3.2. Mô hình Quản lý điểm đến du lịch bền vững

Để đạt được sự cân bằng hợp lý về lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường trong quá trình phát triển điểm đến du lịch không phải là một việc đơn giản. Tuy nhiên, thông qua các nghiên cứu, UNWTO (2007) đã chỉ ra rằng, mô hình VICE có thể đáp ứng được các yêu cầu này và có thể giúp các tổ chức quản lý điểm đến xây dựng một kế hoạch quản lý điểm đến bền vững.

Theo đó, mô hình VICE mô tả việc quản lý điểm đến như là một sự tương tác giữa du khách, các tổ chức kinh doanh du lịch, cộng đồng địa phương và môi trường nơi các hoạt động tương tác du lịch diễn ra. Trong đó, môi trường có thể được hiểu theo nghĩa rộng nhất bao gồm các tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa, đây cũng là chất liệu quan trọng nhất để hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch dành cho du khách.



Mô hình VICE

(Nguồn: UNWTO, 2007)

Theo mô hình này, vai trò của các tổ chức quản lý điểm đến du lịch là làm việc với các đối tác và xây dựng một kế hoạch quản lý điểm đến nhằm:

- Chào mừng, phục vụ và mang lại sự hài lòng cho khách du lịch trong quá trình lưu trú tại điểm đến;

- Xây dựng một ngành du lịch thịnh vượng, mang lại nhiều lợi ích kinh tế cho địa phương;

- Thu hút sự tham gia và mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương;

- Bảo vệ và củng cố các giá trị tự nhiên và các giá trị văn hoá bản địa.

Mô hình này cũng được sử dụng để kiểm tra nhanh mức độ bền vững của các kế hoạch quản lý điểm đến du lịch. Theo đó, bốn câu hỏi sẽ được đặt ra nhằm kiểm tra mức độ bền vững, đó là:

- Các hoạt động này sẽ ảnh hưởng đến du khách như thế nào?

- Các hoạt động này sẽ ảnh hưởng đến các tổ chức kinh doanh du lịch như thế nào?

- Các hoạt động này sẽ ảnh hưởng đến cộng đồng địa phương như thế nào?

- Các hoạt động này sẽ ảnh hưởng đến môi trường tự nhiên/ nền văn hóa bản địa của điểm đến du lịch như thế nào?

Nếu không thể đưa ra câu trả lời tích cực cho cả bốn câu hỏi trên thì sự cân bằng lợi ích giữa các yếu tố kinh tế - xã hội - môi trường chưa được đáp ứng và vì thế, các hoạt động được đề xuất trong kế hoạch chắc chắn không đảm bảo tính bền vững. Do đó, song song với việc lập kế hoạch, các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững luôn cần được xem xét trong suốt quá trình quản lý điểm đến để đảm bảo tính bền vững của các hoạt động du lịch tại điểm đến. Trong đó, nguyên tắc phát triển du lịch bền vững được quy định rất rõ trong Điều 4 Luật Du lịch Việt Nam 2017:

- Phát triển du lịch bền vững, theo chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, có trọng tâm, trọng điểm.

- Phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc,

tài nguyên thiên nhiên, khai thác lợi thế của từng địa phương và tăng cường liên kết vùng.

- Bảo đảm chủ quyền quốc gia, quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội, mở rộng quan hệ đối ngoại và hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam.

- Bảo đảm lợi ích quốc gia, lợi ích cộng đồng, quyền và lợi ích hợp pháp của khách du lịch, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch.

- Phát triển đồng thời du lịch nội địa và du lịch quốc tế; tôn trọng và đối xử bình đẳng đối với khách du lịch.

3.3. Một số gợi ý về quản lý điểm đến du lịch bền vững

3.3.1. Nâng cao nhận thức về du lịch bền vững

Nhận thức sẽ quyết định hành động. Bởi vậy, để hoạt động du lịch phát triển bền vững thì các tổ chức quản lý điểm đến cần nâng cao nhận thức về sự bền vững trong hoạt động du lịch tại điểm đến, bao gồm: du khách, cộng đồng địa phương và các tổ chức kinh doanh du lịch. Các hoạt động nâng cao nhận thức có thể khác nhau cho từng đối tượng, tùy vào cách tiếp cận, nhưng đều phải hướng tới việc nâng cao nhận thức về vai trò và tầm quan trọng của việc phát triển du lịch bền vững thông qua những đề xuất về những việc nên làm và không nên làm đối với từng đối tượng khi tham gia vào hoạt động du lịch tại điểm đến. Và khi nhận thức được ý nghĩa của việc phát triển du lịch bền vững, du khách, cộng đồng địa phương và các tổ chức kinh doanh du lịch sẽ có thể thực hành tham gia vào hoạt động du lịch một cách có trách nhiệm, hướng tới việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững cho điểm đến du lịch.

3.3.2. Bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa

Các giá trị tự nhiên và văn hóa đã gắn bó lâu đời với cộng đồng dân cư địa phương tại điểm đến du lịch. Đây cũng là chất liệu để hình thành nên các sản phẩm, dịch vụ du lịch phục vụ du khách. Chính vì thế, việc bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa không những chỉ là một trong những chiến lược cốt lõi giúp điểm đến du lịch có thể bảo tồn các giá trị bản địa mà còn giúp điểm đến đảm bảo sự khai thác có trách nhiệm đối với các tài nguyên du lịch tại địa phương.

Ngoài việc tạo dựng hành lang pháp lý phù hợp cho việc bảo vệ và quản lý các giá trị tự nhiên và văn hóa, phục vụ cho hoạt động du lịch, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch có thể hỗ trợ trực tiếp các điểm đến du lịch trong việc bảo tồn, tu bổ và chống xuống cấp các giá trị này. Việc bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa nên được lấy ý kiến của các cơ quan chuyên môn trước khi thực thi để đảm bảo việc bảo tồn nguyên vẹn các giá trị vốn có song vẫn có thể được khai thác một cách hiệu quả cho hoạt động du lịch tại điểm đến.

Bên cạnh đó, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch có thể triển khai công tác xã hội hóa các hoạt động bảo vệ và phát huy các giá trị tự nhiên và văn hóa của địa phương thông qua việc huy động các nguồn vốn từ các tổ chức, đoàn thể, doanh nghiệp, cộng đồng và nguồn vốn viện trợ của các tổ chức quốc tế, các tổ chức chính phủ, phi chính phủ cho hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị tự nhiên, văn hóa.

3.3.3. Giảm thiểu tác động của tính thời vụ trong hoạt động du lịch

Thời vụ trong du lịch là quy luật có tính phổ biến ở tất cả các nước và các vùng có hoạt động du lịch. Tính thời vụ du

lịch là sự dao động lặp đi, lặp lại đối với cung và cầu của các dịch vụ và hàng hoá du lịch, xảy ra dưới tác động của các nhân tố nhất định. Còn thời vụ du lịch là khoảng thời gian của một chu kỳ kinh doanh, mà tại đó có sự tập trung cao nhất của cung và cầu du lịch.

Tính thời vụ trong du lịch tạo ra mùa chính và trái mùa chính trong hoạt động du lịch. Vào mùa chính, khi cầu du lịch tăng cao, số lượng khách du lịch tập trung tại điểm đến đông sẽ kích thích nhu cầu tiêu dùng, mua sắm các sản phẩm, dịch vụ phục vụ du lịch tại điểm đến. Điều này có tác động trực tiếp trong việc thúc đẩy hoạt động kinh doanh của các tổ chức kinh doanh du lịch tại địa phương, cung cấp thêm nhiều cơ hội việc làm cho cộng đồng sở tại, từ đó làm tăng thêm thu nhập, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân bản địa. Trong khi đó, khi vào mùa thấp điểm (trái mùa chính), số lượng khách du lịch đến điểm đến sụt giảm sẽ giúp tài nguyên du lịch có thời gian để phục hồi, cơ sở vật chất và hạ tầng kỹ thuật có cơ hội được cải tạo, xây mới.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, tính thời vụ du lịch cũng có những ảnh hưởng bất lợi đến các thành phần tham gia vào quá trình du lịch, bao gồm: cộng đồng địa phương, chính quyền địa phương, khách du lịch và các tổ chức kinh doanh du lịch. Đối với cộng đồng địa phương, vào mùa chính, khi cầu du lịch tập trung quá lớn, gây nên sự mất cân đối, mất ổn định đối với giao thông vận tải và hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật phục vụ xã hội (giao thông công chính, điện, nước, mạng lưới thương nghiệp...), làm ảnh hưởng đến cuộc sống sinh hoạt hằng ngày của người dân địa phương. Còn khi trái mùa, cầu du lịch giảm xuống thì những người làm hợp đồng theo thời vụ

sẽ không còn việc làm, những nhân viên toàn thời gian cũng có thu nhập thấp hơn vào mùa thấp điểm. Bên cạnh đó, tính thời vụ trong du lịch cũng tạo ra nhưng tác động bất lợi đến chính quyền địa phương bởi khi cầu du lịch tập trung quá lớn sẽ gây ra không ít những sự mất thăng bằng cho việc bảo vệ trật tự an ninh và an toàn xã hội. Ở mức độ nhất định, tính thời vụ gây ra những khó khăn cho việc quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch (ở cấp trung ương và địa phương). Trong khi đó, khi cầu du lịch giảm xuống thì những khoản thu nhập từ thuế và lệ phí do du lịch đem lại cũng giảm theo. Ngoài ra, tính thời vụ trong du lịch cũng có ảnh hưởng không nhỏ tới khách du lịch khi tham gia vào hoạt động du lịch tại địa phương. Vào mùa chính, số lượng khách du lịch đông, sức chứa của điểm đến rơi vào tình trạng đáng báo động, sẽ gây ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cung cấp cho du khách, từ đó ảnh hưởng lớn tới trải nghiệm của du khách tại địa phương. Còn các tác động bất lợi đến nhà kinh doanh du lịch bởi tính mùa vụ được thể hiện khi cầu du lịch tăng tới mức vượt quá khả năng cung cấp của các cơ sở kinh doanh du lịch. Điều này gây ra sự ảnh hưởng tới mọi mặt của hoạt động kinh doanh, đặc biệt là tới chất lượng phục vụ du lịch, tới việc tổ chức và sử dụng nhân lực du lịch.

Do đó, tìm cách kéo dài mùa du lịch là một giải pháp hiệu quả giúp giảm thiểu tác động của tính thời vụ trong du lịch. Tuy nhiên, để có thể kéo dài mùa du lịch, cần tìm kiếm những giải pháp cụ thể để nâng cao mức độ hấp dẫn của điểm đến vào những thời điểm được kéo dài. Một số nội dung cần được xem xét để xác định khả năng kéo dài mùa du lịch của một điểm đến bao gồm: Xác định thể loại du lịch nào phù hợp để phát triển trong thời gian được kéo dài và khả năng kết

hợp các thể loại du lịch khác nhau trong thời gian đó, xác định giá trị và khả năng tiếp nhận của tài nguyên du lịch của điểm đến, xác định sức tiếp nhận của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch, xác định khả năng cung ứng nguồn lao động, nghiên cứu kinh nghiệm tổ chức của các điểm đến khác trong nước và trên thế giới. Sau khi xác định khả năng kéo dài mùa du lịch, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch cần phải xác định có thể phát triển được những loại hình du lịch nào.

Bên cạnh đó, có thể nâng cao sự sẵn sàng đón tiếp du khách quanh năm cho các điểm du lịch bằng cách nâng cao chất lượng và cải tiến hệ thống cơ sở hạ tầng và vật chất - kỹ thuật du lịch, tạo khả năng thích ứng để đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của du khách. Đồng thời, các tổ chức quản lý điểm đến du lịch cần khuyến khích tính chủ động của của các tổ chức kinh doanh du lịch trong việc kéo dài thời vụ du lịch, chẳng hạn như sử dụng các chính sách giảm giá, khuyến mãi để kích cầu du khách đi du lịch ngoài mùa chính.

3.3.4. Giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường từ hoạt động du lịch

Việc phát triển du lịch có thể mang lại những tác động tích cực cho môi trường như góp phần đề cao những giá trị của môi trường, nâng cao chất lượng môi trường hay góp phần nâng cao hiểu biết của người dân nói chung về môi trường. Tuy nhiên hoạt động du lịch nếu không có sự kiểm soát tốt cũng có thể trở thành nguyên nhân gây ra các vấn đề về nước thải, rác thải, ô nhiễm không khí và cảnh quan môi trường.

Sau đây là một số gợi ý giúp các tổ chức quản lý điểm đến du lịch kiểm soát các tác động tiêu cực tới môi trường từ hoạt động du lịch:

- Xác định sức chứa điểm đến: Việc xác định sức chứa của điểm đến bao gồm sức chứa cơ học, sức chứa về mặt sinh thái, sức chứa về mặt xã hội để đảm bảo các hoạt động của du khách nằm trong giới hạn “chịu đựng” của điểm đến du lịch, không gây ảnh hưởng lớn tới cuộc sống hàng ngày của cộng đồng địa phương, không gây ô nhiễm môi trường mà vẫn đảm bảo được các lợi ích kinh tế thu lại được từ hoạt động du lịch.

- Kiểm soát các phương tiện giao thông phục vụ du lịch: Khí thải từ các phương tiện giao thông phục vụ du lịch là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến ô nhiễm môi trường. Vì vậy, các tổ chức quản lý điểm đến cần dựa vào mức độ gây ô nhiễm của từng loại hình phương tiện giao thông để xác định các loại phương tiện được phép lưu thông phục vụ hoạt động du lịch cũng như xác định các phương tiện nên được hạn chế để giảm thiểu mức độ ô nhiễm môi trường.

- Xây dựng bộ hướng dẫn thực thi các quy định xử lý rác thải, nước thải từ các cơ sở kinh doanh du lịch ra ngoài môi trường. Đồng thời triển khai mạnh việc xử lý đối với các trường hợp vi phạm quy định.

- Dán nhãn “sinh thái”, nhãn “xanh” cho các sản phẩm, dịch vụ du lịch đạt yêu cầu về bảo vệ môi trường để khuyến khích các tổ chức kinh doanh theo hướng bền vững.

3.3.5. Tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch

Đảm bảo lợi ích của cộng đồng địa phương khi tham gia vào hoạt động du lịch là một trong những mục tiêu cơ bản của phát triển du lịch bền vững. Tuy nhiên, cộng đồng địa phương chỉ có thể hưởng lợi nhiều nhất từ hoạt động du lịch

khi chính họ tham gia vào việc cung ứng các sản phẩm, dịch vụ phục vụ hoạt động du lịch tại địa phương. Do đó, việc tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch là mang tính cấp thiết để đảm bảo sự phát triển du lịch bền vững tại điểm đến.

Một số gợi ý nhằm tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch bao gồm:

- Tổ chức tập huấn nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương về du lịch;

- Tổ chức tập huấn nâng cao kỹ năng phục vụ du khách cho cộng đồng địa phương;

- Tạo điều kiện cho cộng đồng địa phương tham gia vào việc ra quyết định trong các chiến lược phát triển du lịch tại điểm đến;

- Hỗ trợ vốn vay ưu đãi cho các hộ dân có mong muốn và khả năng tham gia vào các hoạt động cung cấp sản phẩm, dịch vụ phục vụ du khách;

- Hỗ trợ kết nối thị trường khách nhằm gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh của cộng đồng địa phương...

Vai trò của các tổ chức quản lý điểm đến du lịch là vô cùng quan trọng trong việc đảm bảo sự phát triển du lịch tại điểm đến theo hướng bền vững. Vai trò này sẽ không thể được thể hiện một cách hiệu quả nếu thiếu sự phối hợp của các bên liên quan vào hoạt động du lịch. Vì vậy, rất cần sự phối hợp của tất cả các thành phần tham gia vào hoạt động du lịch tại điểm đến trong nỗ lực phát triển chung của điểm đến du lịch theo hướng bền vững.

Tài liệu tham khảo:

1. Trần Như Đào, 2017, Luận văn thạc sĩ “Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Nam”, Trường Đại học Kinh tế, Đại

học Đà Nẵng.

2. Quốc Hội nước CHXHCN Việt Nam, 2017, Luật Du lịch, Việt Nam.

3. Nguyễn Thị Tuyết Mai, Nguyễn Thị Thu Mai, 2020, “Quản lý điểm đến du lịch”, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

4. Kotler P., Bowen J., Makens J, 2006, Marketing for Hospitality and Tourism 3rd edition, Pearson.

5. SNV Netherlands Development Organisation, 2010, Value Chain Development for Tourism Destinations: A practical guide for promoting pro-poor, sustainable tourism along the Great Himalaya Trail, Nepal.

6. Standing committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation, 2019, Sustainable Destination Management Strategies in the OIC Member Countries, Turkey.

7. Stange J., Brown D., George Washington University, Usaid, 2016, Tourism destination management - achieving sustainable and competitive results, Washington.

8. UNWTO, 2007, A practical guide to Tourism destination management, Madrid.

9. Wang Y., Pizam A., 2011, Destination Marketing and Management, UK.

Địa chỉ tác giả: Khoa Du lịch - Trường Đại học Mở Hà Nội

Email: giangvh@hou.edu.vn

AN OVERVIEW OF STRATEGIES FOR PROMOTING STUDENT ENGAGEMENT IN ONLINE ENGLISH COURSES

*Pham Dieu Ly, Nguyen Thi Thao**

Date received the article: 3/4/2020

Date received the review results: 5/10/2020

Date published the article: 27/10/2020

Abstract: *The authors in this study learnt about online education and student engagement in order to find out five effective strategies for promoting student engagement in our online English courses. Online education is defined as any educational undertaking that primarily utilizes the internet to deliver coursework, assessments and assignments from teacher to student. (Ashley, 2019). Whereas, student engagement contains three components: behavioral engagement, emotional engagement and cognitive engagement (Fredricks et al, 2004). These three components are interrelated within individuals, so influenced by three psychological needs: autonomy, relatedness and competence (Hew (2014). In online courses, the following five factors could engage students: (1) problem-oriented learning with clear and comprehensive instructions, (2) instructor accessibility, (3) peer interaction, (4) active learning, and (5) course resources to address participant learning needs since they are influential to individual's selfness. The authors suggested the strategies based on these factors to improve student engagement in online English courses.*

Keywords: *online education, student engagement, strategies, promoting, English courses, components, psychological needs*

1. Introduction

The rise of the internet and the easy access that most students have to computers, smartphones, and Wi-Fi networks have powerfully influenced education. Consequently, online education has been considered a key aspect of curriculum in many schools. However, for many people, the expression “online education” is suspicious; both teachers and students are reluctant to get involved in any on-

line courses. There has been a continuous debate on the topic of online learning vs. traditional learning. Such debate emerged when online courses were the best option during Covid-19 coronavirus epidemic. Our authentic experiences, delivering our online English courses and our students' participation in such courses brought out the insights into the reluctance arisen. The biggest concern is related to the low student engagement which might affect the quality of education. The situation of

* Faculty of Tourism - Hanoi Open University