



TIÊU CHUẨN

DU LỊCH

BỀN VỮNG

ASEAN

2023

ats.vietnamtourism.gov.vn



I. GIẢI THƯỞNG DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN (ASTA)

HƯỚNG DẪN CHI TIẾT KỸ THUẬT VÀ THỦ TỤC HÀNH CHÍNH

1. TÓM TẮT	7
2. CƠ SỞ LÝ LUẬN	8
3. MỤC TIÊU CỦA GIẢI THƯỞNG DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN	9
4. PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN	11
4.1. Nguyên tắc chung	11
4.2. Yêu cầu chung đối với các ứng viên tham gia	14
4.3. Phương thức dự kiến cho cuộc thi	15
4.4. Quy trình thực hiện và vận hành	17
5. CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ VÀ TRUYỀN THÔNG	20
5.1. Kế hoạch truyền thông tiếp thị	20
5.2. Thành lập nhóm/chiến lược quản lý hỗ trợ	21
6. QUY TRÌNH TRAO GIẢI VÀ CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ CỦA ỨNG VIÊN ĐẠT GIẢI	22
6.1. Mục tiêu của quá trình trao giải	22
6.2. Giải thưởng ASTA:	23
7. DỰ KIẾN NGUỒN NGÂN SÁCH ĐỂ TỔ CHỨC CUỘC THI THƯỜNG NIÊN	24
7.1. Nguồn ngân sách	24
7.2. Đề xuất tài trợ cho cuộc thi và giải thưởng	25
8. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2016 - 2017 ĐỂ XÂY DỰNG GIẢI THƯỞNG DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN	26
9. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2017 - 2018 ĐỂ TỔ CHỨC ASTA ĐẦU TIÊN	27
PHỤ LỤC 1 - KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG	28
PHỤ LỤC 2 - KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG ASTA	31
PHỤ LỤC 3 - KẾ HOẠCH CÔNG TÁC 2017-2018	34
PHỤ LỤC 4 - CÁC KHÁI NIỆM	35
PHỤ LỤC 5 - DANH SÁCH CÁC CHỦ ĐỀ TIỀM NĂNG CHO ASTA	36
PHỤ LỤC 7 - YÊU CẦU HÀNH CHÍNH VÀ TIÊU CHÍ LỰA CHỌN GIAI ĐOẠN 1	43
PHỤ LỤC 8 - CÁC TIÊU CHÍ LIÊN QUAN ĐẾN QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN ĐỂ LỰA CHỌN GIAI ĐOẠN 2	44
PHỤ LỤC 9 - DANH SÁCH KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ CÁC YÊU CẦU	45
TIÊU CHUẨN NHÀ VỆ SINH CÔNG CỘNG ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU	46
TIÊU CHUẨN KHÁCH SẠN XANH ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU	48
TIÊU CHUẨN HOMESTAY ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU	51
CÁC TIÊU CHUẨN ASEAN LIÊN QUAN ĐẾN SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG TRONG DU LỊCH - YÊU CẦU TỐI THIỂU	54
PHỤ LỤC 10 - TIÊU CHÍ TIẾP CẬN	61
PHỤ LỤC 11 - BẢNG TỔNG HỢP HỆ THỐNG ĐIỂM	62

VAI TRÒ, TRÁCH NHIỆM VÀ NGHĨA VỤ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

VAI TRÒ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN	65
TRÁCH NHIỆM CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN	65
NGHĨA VỤ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN (Quy tắc ứng xử)	66
PHẦN KẾT LUẬN	67

HƯỚNG DẪN HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ASTA

1. CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG ASTA	72
1.1. Mục tiêu của hoạt động truyền thông ASTA	72
1.2. Mục tiêu của truyền thông ASTA	72
1.3. Tổ chức truyền thông về ASTA	73
a) Vai trò truyền thông của Ban Thư ký ASEAN	73
b) Vai trò truyền thông của tất cả các quốc gia tham gia	73
c) Các yếu tố liên kết với truyền thông quốc gia	74
2. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG ASTA	75
MỤC TIÊU 1: SỐ LƯỢNG LỚN CÁC NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH BIẾT ĐẾN GIẢI THƯỞNG	76
MỤC TIÊU 2: THU HÚT NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH ĐĂNG KÝ DỰ THI	78
MỤC TIÊU 3: ỨNG VIÊN TIẾP CẬN TÀI LIỆU CUỘC THI ĐỂ THAM GIA	79
MỤC TIÊU 4: NHIỀU HỒ SƠ CHẤT LƯỢNG NỘP ĐÚNG THỜI HẠN	80
MỤC TIÊU 5: CÁC SẢN PHẨM ĐẠT GIẢI ĐƯỢC BIẾT ĐẾN	81
3. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA	84
4. CÁC MẪU TRUYỀN THÔNG	85
4.1. Chuyên trang ASTA trên web Cơ quan du lịch quốc gia	85
4.2. Chuyên trang quảng bá ASTA	88
4.3. Gửi email cho các bên liên quan đến du lịch địa phương để thông báo về việc phát động cuộc thi	89
4.4. Đăng bài (mạng xã hội)	90

ĐÀO TẠO ASTA - PHÁT TRIỂN KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA VỀ ASTA

1. MỤC TIÊU TRUYỀN THÔNG	93
MỤC TIÊU 1: SỐ LƯỢNG LỚN NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH BIẾT ĐẾN GIẢI THƯỞNG	94
MỤC TIÊU 2 : THU HÚT NHIỀU NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH SẴN SÀNG ĐĂNG KÝ	97
MỤC TIÊU 3: CÁC ỨNG VIÊN TIẾP CẬN TÀI LIỆU CUỘC THI ĐỂ THAM GIA	99
MỤC TIÊU 4: NHIỀU HỒ SƠ CHẤT LƯỢNG NỘP ĐÚNG HẠN	100
MỤC TIÊU 5: CÁC SẢN PHẨM ĐẠT GIẢI ĐƯỢC BIẾT ĐẾN	102
2. MẪU TRUYỀN THÔNG - VÍ DỤ	107

HƯỚNG DẪN TỔ CHỨC VÀ CÁCH THỨC QUẢN LÝ

1. Hướng dẫn tổ chức cuộc thi ASTA	111
2. Các giai đoạn của cuộc thi ASTA	111

HƯỚNG DẪN TRUYỀN THÔNG VÀ QUẢNG BÁ

1. TRUYỀN THÔNG BÊN NGOÀI	119
---------------------------	-----

1.1.	Thông cáo báo chí	120
1.2.	Truyền thông trên mạng xã hội	120
1.3.	Cơ quan quản lý du lịch địa phương	120
1.4.	Trang web Du lịch Quốc gia và khu vực ASEAN	121
1.5.	Khuyến nghị về truyền thông	121
2.	TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ	122
2.1.	Nguyên tắc hoạt động	122
2.2.	Giao thức nhóm	122
2.3.	Báo Cáo	122

II. BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ

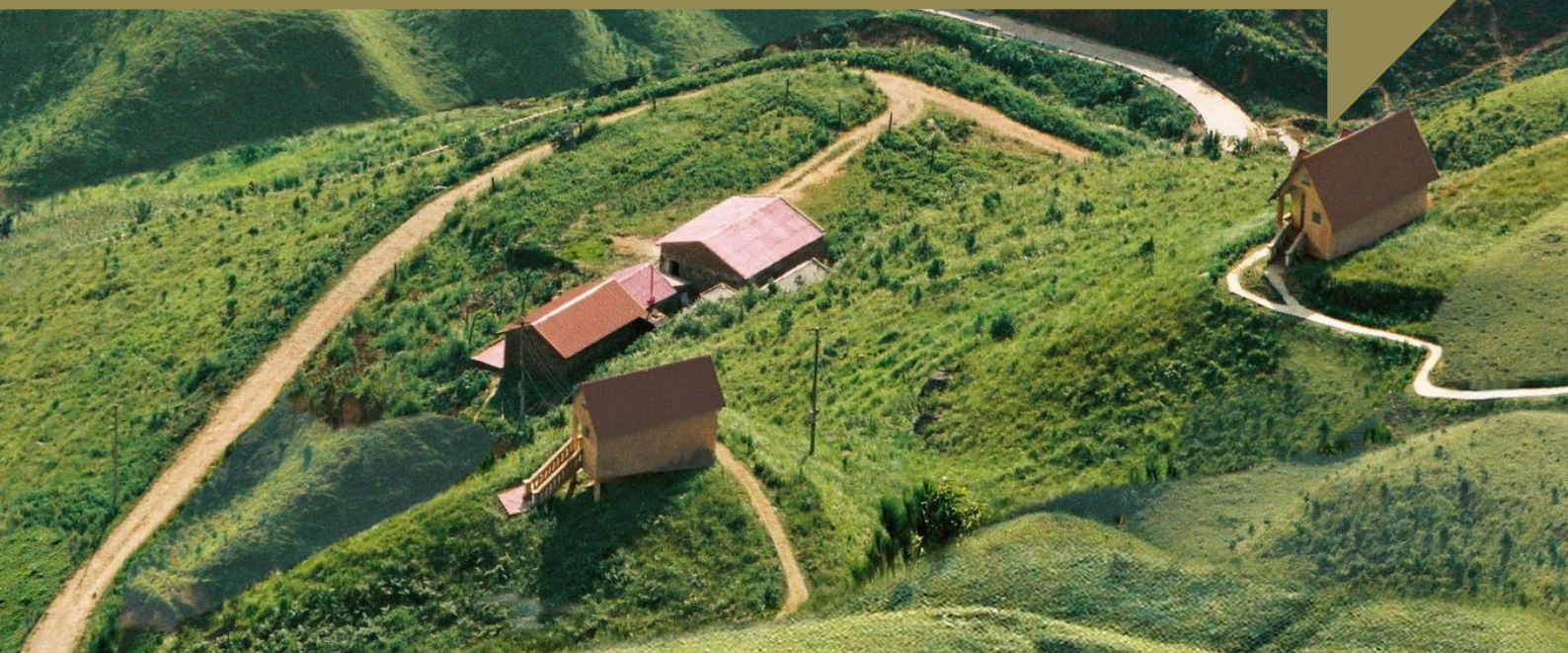
BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG CỦA DỊCH VỤ THỰC PHẨM & ĐỒ UỐNG ĐỊA PHƯƠNG	125
MẪU ĐÁNH GIÁ KHÁCH SẠN	129
MẪU ĐÁNH GIÁ NHÀ Ở CÓ PHÒNG CHO KHÁCH DU LỊCH THUÊ (HOMESTAY)	133
BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG	136
BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ HƯỚNG DẪN VIÊN ĐỊA PHƯƠNG & NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH	141
MẪU ĐÁNH GIÁ NHÀ VỆ SINH CÔNG CỘNG	146
BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TIẾP CẬN VÀ QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN	149



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)



HƯỚNG DẪN CHI TIẾT KỸ THUẬT VÀ THỦ TỤC HÀNH CHÍNH





1. TÓM TẮT

Vào tháng 1 năm 2016, mười Bộ trưởng Du lịch ASEAN đã thống nhất thông qua Kế hoạch chiến lược du lịch ASEAN (ATSP) 2016-2025 tại Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) lần thứ 35 được tổ chức tại Manila, Philippines. Tầm nhìn của ATSP là đến năm 2025, ASEAN trở thành một “điểm đến du lịch chất lượng mang đến nhiều trải nghiệm đa dạng, độc đáo; thực hiện phát triển du lịch có trách nhiệm, bền vững, toàn diện và cân bằng nhằm góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và hạnh phúc của người dân”¹.

Để tạo điều kiện thuận lợi và đẩy nhanh hiện thực hóa các mục tiêu của ATSP 2016-2025, trong thời gian CHDCND Lào đảm nhận cương vị chủ tịch ASEAN, Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (MoICT) đã đưa ra Tuyên bố Pakse về chiến lược phát triển Du lịch sinh thái và giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN (ASTA).

Nhằm giúp các thành viên xác định rõ quan điểm cụ thể về tiêu chuẩn du lịch bền vững, tài liệu này chỉ ra mục tiêu của các điểm đến du lịch ASEAN và các bên liên quan (i) cùng nhau hành động có trách nhiệm vì sự phát triển du lịch toàn diện và (ii) bền vững, giảm thiểu các tác động tiêu cực đến kinh tế - xã hội và văn hóa do sự phát triển mạnh mẽ của du lịch, đồng thời hướng dẫn và tạo động lực cho các bên liên quan thuộc khu vực công và tư nhân phát triển sản phẩm và dịch vụ phù hợp với các nội dung dưới đây:

- i. Tạo điều kiện thuận lợi để tuyên truyền, phổ biến các tiêu chuẩn du lịch ASEAN đã được ban hành đến với các bên liên quan trong lĩnh vực du lịch (cả khu vực công và tư nhân);
- ii. Tạo điều kiện đa dạng hóa nguồn cung du lịch hướng tới các điểm đến và khu vực mới nổi, ít được biết đến;
- iii. Tăng cường tiếp thị và quảng bá các sản phẩm du lịch ASEAN bền vững tiêu biểu nhất ở cả các điểm đến thành thị và nông thôn.

Tài liệu này tổng hợp hướng dẫn và quy trình để tổ chức Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN (bao gồm các tiêu chí lựa chọn chi tiết trong các phụ lục 6, 7, 8, 9).

¹Dự thảo ASTP 2016-2025, tr.27.

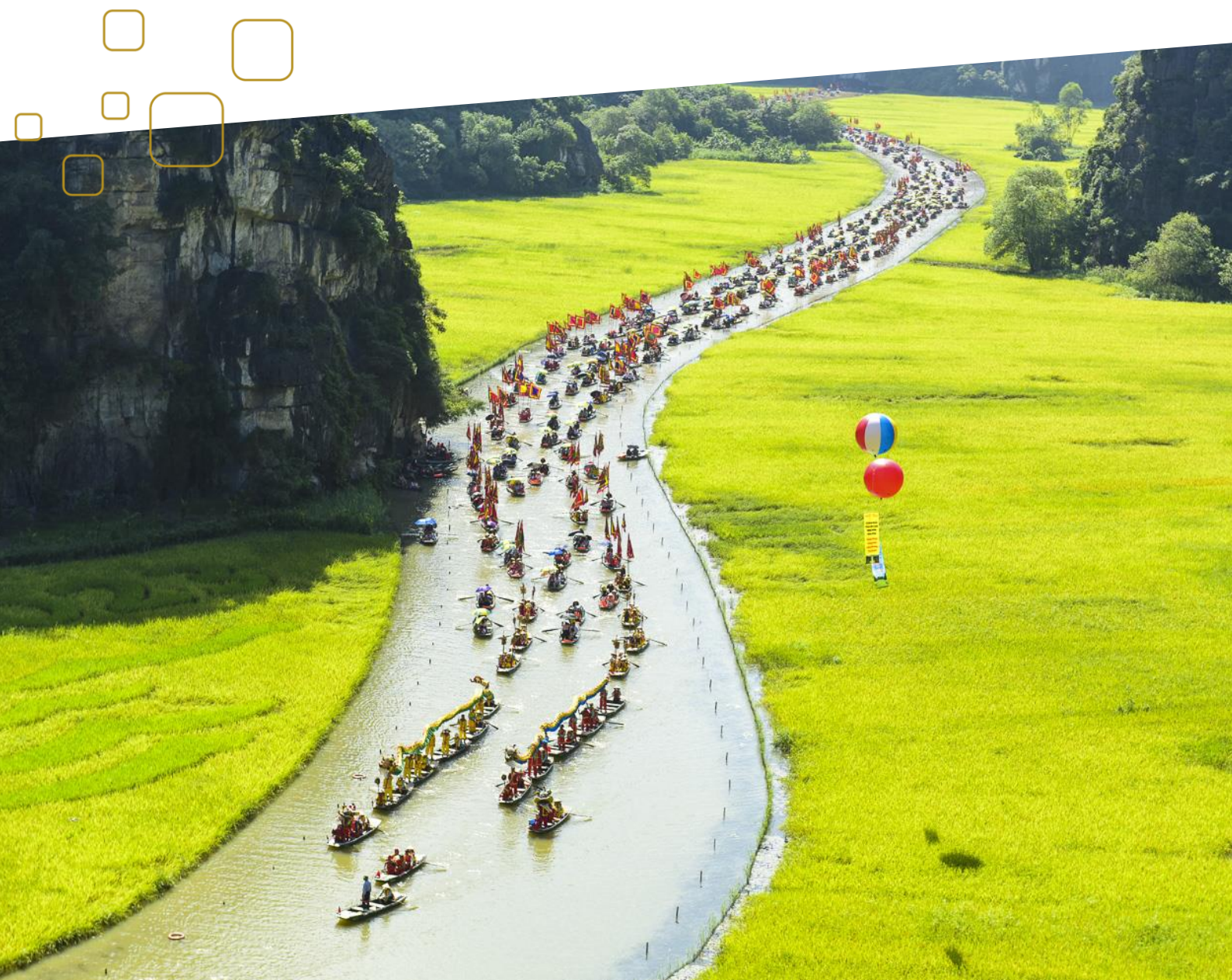


2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

Du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi các nền kinh tế ASEAN. Ngành du lịch tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây mang lại nguồn lợi lớn cho các trọng điểm du lịch ở các nước ASEAN, song vẫn tồn tại khoảng cách kinh tế - xã hội và nhiều thách thức trong bảo vệ môi trường tự nhiên và di sản văn hóa.

ASEAN đang ở các giai đoạn phát triển khác nhau về chất lượng dịch vụ, nâng cao năng lực và phát triển cơ sở hạ tầng. Do đó, điều cấp thiết nhất là **khuyến khích các bên liên quan thực hiện có trách nhiệm nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn du lịch ASEAN và đa dạng hóa các dịch vụ du lịch, tôn vinh các điểm đến mới nổi và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.**

Cùng với đó, giải thưởng có ý nghĩa tôn vinh và quảng bá đơn vị uy tín là hình thức khích lệ cả khu vực công và tư nhân triển khai áp dụng các tiêu chuẩn du lịch ASEAN, góp phần giảm thiểu khoảng cách giữa các quốc gia thành viên.





3. MỤC TIÊU CỦA GIẢI THƯỞNG DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN

Để phù hợp với tầm nhìn của ATSP (2016-2025), hai mục tiêu chiến lược chính cần đạt được gồm:

- Thứ nhất, nâng cao khả năng cạnh tranh của ASEAN trở thành một điểm đến toàn cầu gắn kết sở hữu nhiều sản phẩm bền vững: Tăng cường tiếp thị và quảng bá điểm đến ASEAN với nhiều trải nghiệm du lịch độc đáo, mang đậm bản sắc văn hóa khu vực. Theo đó, yêu cầu đặt ra là cần đảm bảo cơ sở hạ tầng đầy đủ, qua đó sẽ mở rộng kết nối, nâng cấp tiêu chuẩn chất lượng các cơ sở và dịch vụ du lịch; cũng như giúp việc đi lại ngày càng thuận tiện và tăng cường an ninh, an toàn cho du lịch. Yếu tố then chốt để đạt được mục tiêu này là thu hút đầu tư vào ngành du lịch ASEAN.
- Thứ hai, du lịch ASEAN cần đảm bảo tính bền vững. Để làm được điều này, các bên phải hợp tác chặt chẽ với nhau, đặc biệt chú trọng đến tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương và khu vực công - tư trong chuỗi giá trị du lịch; an ninh, an toàn; ưu tiên bảo vệ, tu bổ các di sản thiên nhiên và văn hóa, đồng thời tăng cường khả năng ứng phó của du lịch ASEAN với môi trường và biến đổi khí hậu.

Kế hoạch chiến lược du lịch ASEAN (2016-2025) nêu rõ 10 hành động chiến lược được tổng hợp trong bảng dưới đây. Xây dựng tiêu chuẩn du lịch bền vững ASEAN là một trong hai kết quả chính đạt được trong thời gian giữ cương vị chủ tịch ASEAN của CHDCND Lào, với mục đích giới thiệu một công cụ cho phép xác định tác động trực tiếp và gián tiếp đến hiện thực hóa các hành động chiến lược của ASEAN.

HÀNH ĐỘNG CHIẾN LƯỢC ASEAN (2016-2025)	TÁC ĐỘNG CỦA ASTA
Tăng cường quảng bá, tiếp thị	Trực tiếp
Đa dạng hóa sản phẩm du lịch	Gián tiếp
Thu hút đầu tư du lịch	Gián tiếp
Nâng cao số lượng và chất lượng nguồn nhân lực	Trực tiếp
Triển khai và mở rộng các tiêu chuẩn ASEAN về cơ sở vật chất, dịch vụ và điểm đến	Trực tiếp
Thực hiện, mở rộng kết nối và cơ sở hạ tầng điểm đến	Lan tỏa
Tăng cường tạo thuận lợi cho du lịch	Lan tỏa
Nâng cao hiệu quả tham gia của cộng đồng địa phương và khu vực công - tư trong chuỗi giá trị du lịch	Trực tiếp
Đảm bảo an ninh, an toàn; ưu tiên quản lý và bảo vệ di sản	Trực tiếp
Nâng cao năng lực ứng phó với bảo vệ môi trường và biến đổi khí hậu	Trực tiếp



ASTA tác động trực tiếp đến thực hiện tối thiểu sáu (6) trong số mười (10) hành động chiến lược của ASEAN. Điều này được phản ánh trong các mục tiêu cụ thể của Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN (ASTA), đồng thời nhằm mục đích:

- Gia tăng ngày càng nhiều điểm đến và sản phẩm đáp ứng các tiêu chí bền vững của ASEAN (các điểm hình tốt);
- Tạo ra nhận thức về sự đa dạng và chất lượng của ASEAN;
- Thúc đẩy tất cả các quốc gia và khu vực ASEAN;
- Cải thiện vấn đề ùn tắc và tính thời vụ, cân bằng lại dòng khách du lịch hướng tới các điểm du lịch mới nổi;
- Tôn vinh các loại hình du lịch bền vững;
- Tạo ra một sân chơi để trao đổi kinh nghiệm, bài học thành công trong ASEAN;
- Thúc đẩy kết nối giữa các điểm đến được trao giải để truyền cảm hứng cho các điểm đến khác áp dụng các mô hình phát triển du lịch bền vững;
- Tăng cường sự hỗ trợ của cơ quan du lịch quốc gia và khuyến khích khu vực tư nhân đầu tư vào các điểm đến;
- Khơi dậy lòng tự hào của cộng đồng địa phương, từ đó thúc đẩy nhiệt huyết của họ dành cho phát triển du lịch bền vững;
- Tuyên dương sự đổi mới và hiệu quả trên phương diện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp;
- Đủ khả năng triển khai nhiều hành động và hoạt động chiến lược được xác định trong khuôn khổ chung của “Kế hoạch Chiến lược Du lịch ASEAN 2016-2025” và “Kế hoạch hành động 5 năm 2016-2020”;



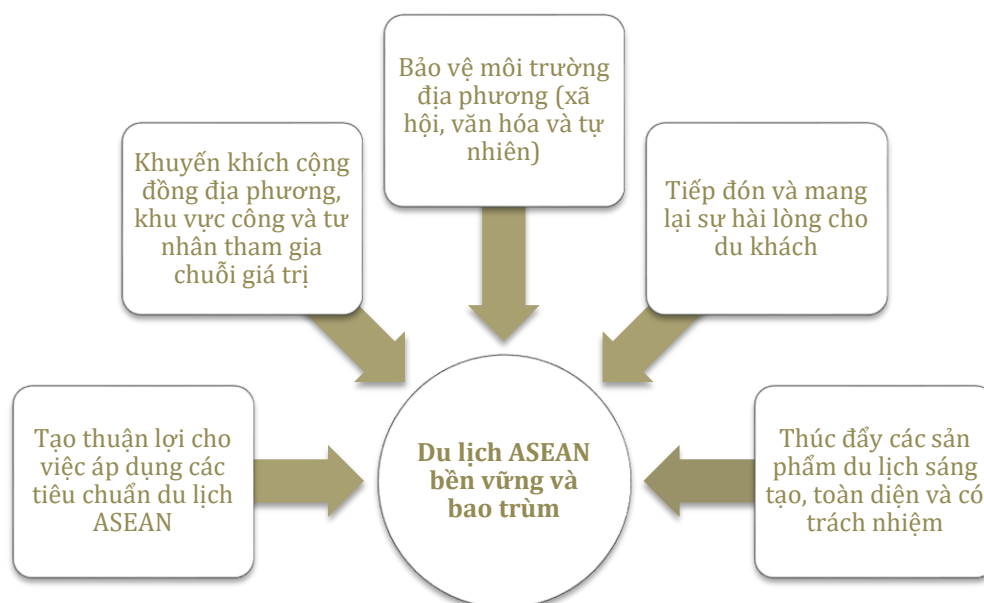
4. PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN

“Một điểm đến trở nên bền vững khi các bên liên quan trong ngành du lịch quyết tâm cùng nhau hợp tác có trách nhiệm để thực hiện, liên kết và đề xuất các sản phẩm bền vững”

4.1. Nguyên tắc chung

ASTA là một cuộc thi được tổ chức hai năm một lần trên cơ sở tham gia tự nguyện và công bằng, phù hợp với quy định hiện hành của luật pháp quốc gia. ASTA nhằm đánh giá và củng cố trải nghiệm du lịch ASEAN của tất cả du khách quốc tế, khu vực và nội địa. Để đẩy nhanh quá trình phổ biến và áp dụng các tiêu chuẩn du lịch ASEAN đã được ban hành, ASTA cũng tìm cách làm nổi bật các điểm đến ở thành thị và nông thôn ASEAN tạo điều kiện cho các bên liên quan có thể tham gia bảo vệ môi trường và cộng đồng địa phương. Cách thức duy nhất để thực hiện là trao quyền cho hợp tác công - tư và phải có sự tham gia của cộng đồng địa phương. Vì mục đích đó, ASTA được thiết kế để khuyến khích các bên liên quan khu vực công và tư nhân tại các điểm đến ASEAN cùng tham gia đề xuất và thực hiện các sản phẩm du lịch bền vững. Khi làm như vậy, quan hệ đối tác này sẽ cho thấy khả năng của các bên liên quan trong thúc đẩy chuyển đổi điểm đến ngày càng bền vững.

Hình 1: Nguyên tắc cạnh tranh chung của ASTA



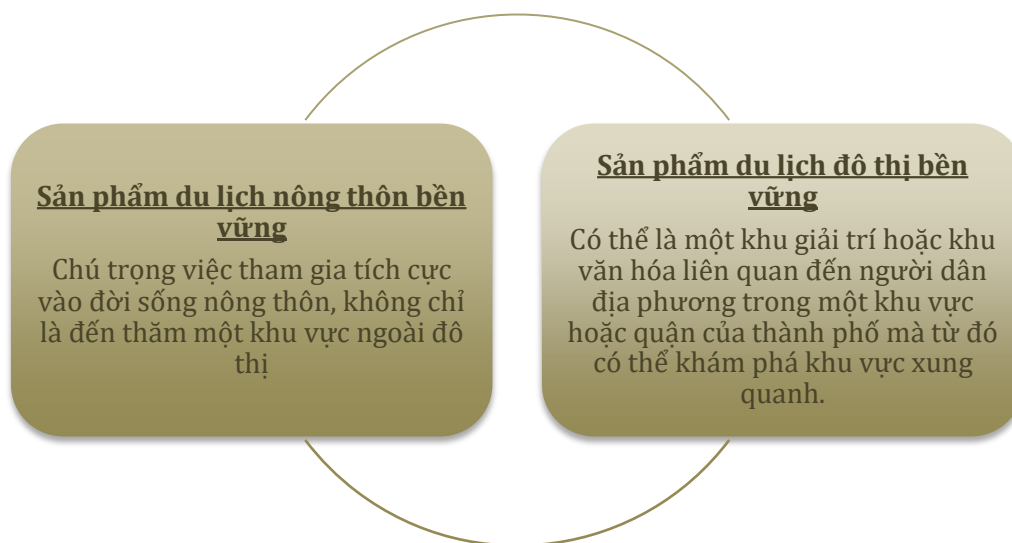
Tuy nhiên, các nước ASEAN đang có sự phát triển khác nhau về chất lượng dịch vụ, năng lực phục vụ, cơ sở hạ tầng cũng như về đa dạng địa lí, đô thị hóa, luật pháp, v.v đòi hỏi phải tính đến một số điều kiện sau:

- ✓ Cần có hai hạng mục giải thưởng: Sản phẩm du lịch nông thôn bền vững ASEAN và sản phẩm du lịch đô thị bền vững ASEAN nhằm (i) thúc đẩy mở rộng quan tâm các điểm đến du lịch ASEAN ở phạm vi rộng hơn, (ii)



tăng số lượng tối thiểu ứng viên của mỗi quốc gia ASEAN với hai ứng viên tương ứng hai hạng mục.

Hình 2: Định nghĩa Sản phẩm du lịch nông thôn bền vững và Sản phẩm du lịch đô thị bền vững



⇒ Sản phẩm du lịch nông thôn

Nông thôn là một khu vực nằm bên ngoài các thị trấn và thành phố, có ít nhà cửa hoặc các tòa nhà lớn, mật độ dân số rất thấp. Du lịch nông thôn tập trung khai thác trải nghiệm đời sống nông thôn, không chỉ tham quan các khu vực nông nghiệp hoặc phi đô thị. Điểm đến du lịch nông thôn mang lại những kỳ nghỉ tại trang trại, kỳ nghỉ gần gũi với thiên nhiên, du lịch sinh thái, trải nghiệm thú vị với các hoạt động như đi bộ, leo núi, cưỡi ngựa, phiêu lưu, thể thao, săn bắn và câu cá; du lịch sức khỏe, du lịch giáo dục, nghệ thuật, du lịch di sản và du lịch dân tộc.

Nông thôn là	Nông thôn không phải là
- Một khu vực bên ngoài các thành phố và thị trấn - Nằm ngoài các khu dân cư trên 10.000 cư dân. - Mang đặc trưng của không gian mở, cây cối và trang trại - Dân cư thưa thớt với các khu dân cư nhỏ. - Chủ yếu là cung cấp homestay và dịch vụ lưu trú B&B (Bed & Breakfast) cho du khách	- Nơi có mạng lưới giao thông công cộng tích hợp - Nơi định cư với mật độ dân số cao và môi trường xây dựng cơ sở hạ tầng - Nơi có sân bay quốc tế - Nơi có hơn năm (5) khách sạn - Sản xuất hoặc làm việc cách chỗ ở không quá một giờ lái xe



⇒ Sản phẩm du lịch đô thị

Sản phẩm du lịch đô thị gắn liền với khu vực đô thị. Đô thị là một địa điểm mang đặc trưng có mật độ dân số cao và các công trình nhân tạo rộng lớn so với các khu vực xung quanh. Sản phẩm du lịch đô thị phải gắn với địa phận một quận hoặc một khu vực nhất định tạo nên mảnh ghép trong chuỗi trải nghiệm tiêu dùng ở một thành phố du lịch (được định nghĩa trong tiêu chuẩn ASTA là điểm đến du lịch đô thị). Các quận, khu vực này (một phần của các thành phố lớn) hoặc các thành phố quy mô nhỏ cũng là nơi kết nối, mở rộng khám phá khu vực xung quanh.

- ✓ Có giới hạn một sản phẩm được trao giải cho mỗi hạng mục: Các quốc gia có khu vực địa lý nhỏ hơn phải có khả năng đề cử các ứng viên mới hai năm một lần (các sản phẩm không được chọn có thể tiếp tục đăng ký giải thưởng tại cuộc thi ASTA sau. Điều này thể hiện những tiến bộ của ứng viên trong thực hiện tiêu chuẩn du lịch ASEAN);
- ✓ 20 sản phẩm do các quốc gia lựa chọn đề cử sẽ được trao giải thưởng tại Diễn đàn Du lịch ASEAN, được giới truyền thông thế giới đưa tin rộng rãi và là tiêu điểm trên trang web của ASEAN (www.aseantourism.travel) và trang web của Bộ quản lý du lịch các quốc gia.
- ✓ Trong mỗi cuộc thi, tất cả những ứng viên chiến thắng cấp quốc gia (được cơ quan du lịch quốc gia đánh giá đáp ứng tiêu chuẩn) sẽ được trao chứng nhận có thời hạn 2 năm và trong thời gian này, được quan tâm trong các hoạt động quảng bá du lịch quốc gia ở nước ngoài.



4.2. Yêu cầu chung đối với các ứng viên tham gia

- Mỗi nhóm ứng viên bao gồm một nhóm các bên liên quan khu vực công và tư nhân đề xuất một sản phẩm du lịch bền vững, trong đó càng nhiều thành viên “xanh hoặc có trách nhiệm” thì nhóm ứng viên càng có cơ hội giành chiến thắng trong cuộc thi;
- Các ứng viên phải tham gia tập thể và ký thỏa thuận đa phương;
- Nhóm ứng viên phải đề xuất một sản phẩm du lịch có trách nhiệm đảm bảo:
 - + Được duy trì ít nhất một năm
 - + Có sự kết hợp của ít nhất 1 nhà cung ứng dịch vụ lưu trú, 1 hướng dẫn viên địa phương², 1 dịch vụ ăn uống địa phương và 1 nhà vệ sinh công cộng³ (xem Phụ lục 4 - Định nghĩa)
 - + Được các bên liên quan (trong đó ít nhất gồm một đại diện khu vực tư nhân và một đại diện khu vực công) cùng quản lý và thúc đẩy
 - + Mang lại⁴ lợi ích trực tiếp và gián tiếp cho người dân địa phương
 - + Thúc đẩy di sản văn hóa và/hoặc thiên nhiên
 - + Tôn trọng các tiêu chuẩn⁵ vệ sinh và môi trường, đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn ASEAN;
- “Sản phẩm du lịch bền vững” nêu trên có thể được đặt trực tuyến hoặc thông qua một trong các tổ chức (doanh nghiệp lữ hành, đại lý du lịch, trung tâm thông tin du lịch).

² Xem định nghĩa về hướng dẫn viên địa phương trong chương X tài liệu hướng dẫn áp dụng

³ Số lượng thực thể có thể thay đổi tùy thuộc vào tổng số tham gia. Tuy nhiên, cần đặc biệt quan tâm đến các điểm đến thứ cấp, nơi có ít doanh nghiệp du lịch đang hoạt động.

⁴ Tăng cường sự tham gia của người dân địa phương như thuê hướng dẫn viên bản địa, cung cấp dịch vụ, hướng dẫn và tương tác giúp khách tìm hiểu, trải nghiệm các hoạt động ở địa phương, v.v.

⁵ Để đảm bảo tính minh bạch, các đề xuất về khái niệm theo Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN được nêu trong Phụ lục 4 của tài liệu này.



4.3. Phương thức dự kiến cho cuộc thi

Nội dung dưới đây trình bày các phương thức dự kiến cho ASTA (xem kế hoạch chi tiết kèm theo tại Phụ lục 1):

- **BƯỚC 1** - Hàng năm, cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT), với sự hỗ trợ của Ủy ban Du lịch ASEAN, chọn một chủ đề chung để các Bộ trưởng Du lịch ASEAN xem xét thông qua tại Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) tổ chức vào tháng 1 của năm trước lễ ASTA;

Chủ đề được đề xuất cho phiên bản ASTA đầu tiên 2017-2018 là “Du lịch dựa vào thiên nhiên” tập trung vào các loại hình sản phẩm sau: Du lịch mạo hiểm, bãi biển và động vật hoang dã, du thuyền, đường sắt, tour và du lịch trên sông. Đối với giải thưởng đầu tiên, thời gian cuộc thi đặc biệt giảm xuống còn một năm.

Ban thư ký ASEAN công bố trên một chuyên trang và thông báo cho các NTO (Cơ quan du lịch quốc gia) về quy tắc của cuộc thi, mẫu đăng ký và thông tin về ASTA.

- **BƯỚC 2 (Tháng 1 - Tháng 6):** Mỗi NTO chịu trách nhiệm:
 - ✓ Dịch các tài liệu cuộc thi và xuất bản chúng bằng ngôn ngữ quốc gia trên một chuyên trang
 - ✓ Quảng bá cuộc thi trên website, phương tiện truyền thông, báo chí nhằm cung cấp thông tin rộng rãi và thông báo đến các hiệp hội du lịch quốc gia và/hoặc sở quản lý du lịch các tỉnh;
 - ✓ Phổ biến các thông tin liên quan đến chủ đề và thể lệ tham gia cuộc thi;
 - ✓ Cung cấp tài liệu cần thiết và hỗ trợ nhóm ứng viên quan tâm (hướng dẫn, biểu mẫu, v.v.);
- **BƯỚC 3 (Tháng 7 - Tháng 10):** Mỗi NTO chịu trách nhiệm:
 - ✓ Tiếp nhận đơn đăng ký của nhóm ứng viên quan tâm;
 - ✓ Đánh giá tính hợp lệ của hồ sơ và pháp nhân đăng ký chứng nhận;
 - ✓ Cử đánh giá viên Tiêu chuẩn ASEAN đến kiểm tra, khảo sát từng sản phẩm đáp ứng yêu cầu để đánh giá chất lượng của đơn vị đăng ký (triển khai đáp ứng các tiêu chí)
- **BƯỚC 4a (Tháng 11 - Tháng 12):** Ủy ban Du lịch ASEAN quyết định 1 đại diện trong số các ứng viên được lựa chọn để vinh danh ở khu vực ASEAN. Để làm như vậy, phương thức áp dụng như sau:
 - ✓ Mỗi NTO chuyển hồ sơ đăng ký của hai đơn vị đạt kết quả cao theo đánh giá của quốc gia (Thành thị và Nông thôn) cho Ủy ban Năng lực Cạnh tranh Du lịch ASEAN, Ủy ban Phát triển Du lịch Toàn diện và Bền vững ASEAN;



- ✓ Ủy ban Phát triển Du lịch Toàn diện và Bền vững ASEAN và/hoặc Ủy ban Giám sát và Đánh giá⁶ Nguồn lực Du lịch sẽ (i) xác nhận 20 ứng viên được trao giải ASEAN (mỗi quốc gia hai ứng viên) và (ii) thông báo cho Ban Thư ký ASEAN về kết quả.
- **BƯỚC 4b (Tháng 1 - ATF)**: Tất cả những ứng viên đạt Giải thưởng du lịch ASEAN được mời tham gia lễ vinh danh và trao giải thưởng tại ATF.

⁶Miễn là không phát sinh thêm chi phí cho dự án, sự hỗ trợ của các Ủy ban Du lịch khác sẽ được coi là một tài sản.



4.4. Quy trình thực hiện và vận hành

Quy trình trao giải có sự phối hợp của các bên gồm cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT), các Cơ quan Du lịch Quốc gia ASEAN, các Ủy ban Du lịch ASEAN có liên quan và ban thư ký ASEAN để sắp xếp tổ chức khả thi và dễ quản lý hơn.

- Giai đoạn chuẩn bị (1) - Xây dựng một chủ đề chung đảm bảo rõ ràng, logic và mạch lạc cho cuộc thi ở hạng mục thành thị và nông thôn
 - ✓ Trong cuộc họp các Ủy ban Du lịch ASEAN trước thềm ATF, với trách nhiệm của cơ quan khởi xướng ASTA, Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT) phối hợp các NTO đề xuất chủ đề để các Bộ trưởng du lịch ASEAN xem xét thông qua tại ATF.
- Giai đoạn chuẩn bị (2) - Sửa đổi và/hoặc điều chỉnh các tiêu chí lựa chọn (khi cần) và các mẫu đăng ký
 - ✓ Chịu trách nhiệm chủ trì thực hiện là cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT) với sự hỗ trợ của các ủy ban nguồn lực, giám sát, đánh giá và các NTO ASEAN.
- Giai đoạn thực hiện - Kêu gọi đề xuất và hướng dẫn trong quá trình nộp đăng ký giải thưởng
 - ✓ Bắt đầu với thông cáo báo chí tại ATF;
 - ✓ Mỗi NTO có trách nhiệm:
 - Dịch và xuất bản tài liệu cuộc thi;
 - Phổ biến rộng rãi thông tin về cuộc thi (ASTA) trên các kênh (TV, đài, báo, hiệp hội du lịch, chính quyền địa phương, v.v.);
 - Chỉ định một nhóm chuyên môn có thể nhanh chóng trả lời các câu hỏi của các ứng viên quan tâm.
- Lựa chọn ứng viên đạt giải ⁷
 - ✓ Ở cấp quốc gia: Các đề xuất đáp ứng điều kiện hồ sơ đầy đủ và hợp lệ sẽ được NTO xem xét về chất lượng và tính bền vững của quan hệ liên danh tạo thành pháp nhân chịu trách nhiệm về sản phẩm du lịch bền vững dự thi. Ba (hoặc nhiều hơn theo quyết định của mỗi quốc gia) đề xuất được chọn hàng đầu⁸ trong mỗi hạng mục (nông thôn và thành thị) sẽ được đội ngũ chuyên gia (hoặc của chính quyền cấp tỉnh/huyện hoặc cơ quan quản lý du lịch quốc gia) kiểm tra, đánh giá việc tuân thủ

⁷Theo mô tả trong “Tiêu chí lựa chọn” được ban hành

⁸Mỗi quốc gia thành viên ASEAN có quyền quyết định số lượng đề xuất được lựa chọn để đánh giá thực địa.

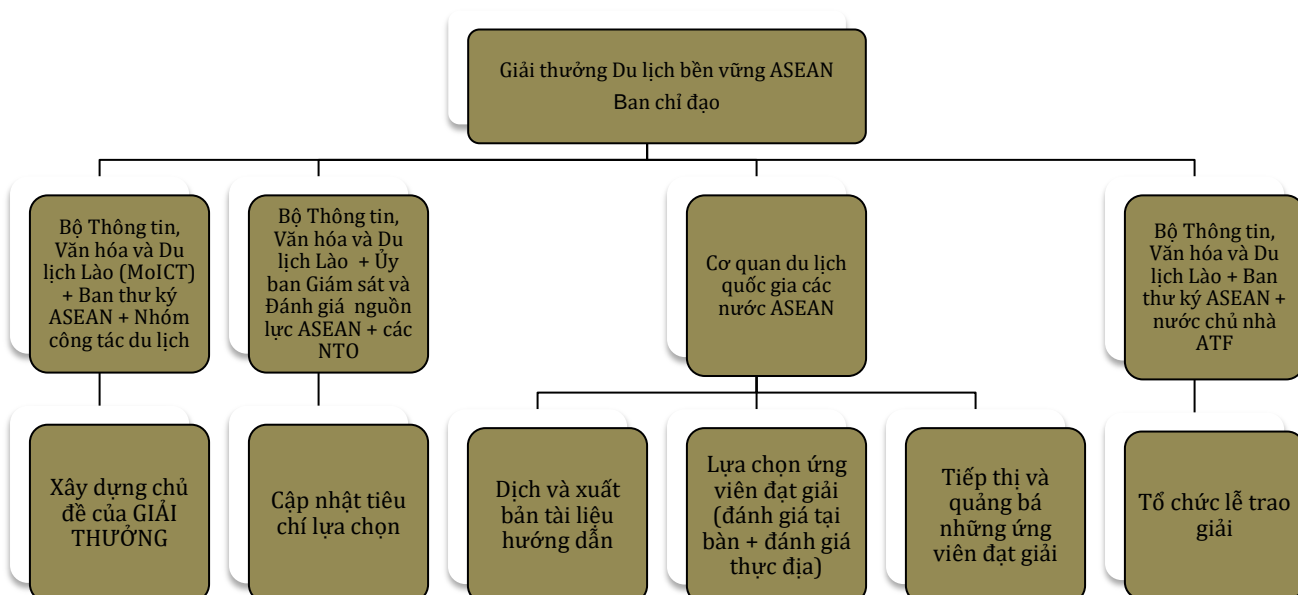


các tiêu chuẩn ASEAN và đảm bảo tính xác thực của thông tin do ứng viên cung cấp.

- ✓ Ở cấp ASEAN: Hai sản phẩm được mỗi quốc gia thành viên ASEAN lựa chọn sẽ được đệ trình lên một ủy ban đánh giá, bao gồm các đại diện của Ủy ban Cạnh tranh Du lịch ASEAN, Ủy ban Phát triển Du lịch Bền vững và Toàn diện ASEAN và/hoặc đại diện của Ủy ban Giám sát và Đánh giá Nguồn lực Du lịch và 1 đại diện của ASEANTA, để thống nhất quyết định cuối cùng.
- Tổ chức lễ trao giải thưởng
 - ✓ Ban thư ký ASEAN hỗ trợ cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT) hợp tác với NTO của quốc gia giữ cương vị Chủ tịch ASEAN để phối hợp với các NTO tổ chức lễ trao giải.
- Tiếp thị và quảng bá những ứng viên đạt giải (chi tiết tại chương 6)
 - ✓ Ở cấp quốc gia; Theo kế hoạch truyền thông, mỗi quốc gia cam kết:
 - Hỗ trợ quảng bá mạnh mẽ cho các sản phẩm đạt giải (thông tin, hình ảnh, video...);
 - Quảng bá sản phẩm đạt giải trên website xúc tiến du lịch quốc gia và các hoạt động xúc tiến khác (hội chợ, catalog...);
 - Khởi động chiến dịch truyền thông để quảng bá các sản phẩm đạt giải cấp quốc gia và ASTA;
 - Tổ chức một chương trình quảng bá hoặc một chuyến FAM mời các công ty du lịch và hãng lữ hành trong nước để khảo sát hai sản phẩm đạt giải, tạo điều kiện thúc đẩy hai sản phẩm này trên thị trường (không bắt buộc).
 - ✓ Ở cấp độ ASEAN: Ban Thư ký ASEAN và các NTO liên quan cam kết:
 - Tích hợp nội dung quảng bá do mỗi NTO phát triển liên quan đến các sản phẩm đạt giải trên www.aseantourism.travel;
 - Tổ chức một cuộc họp báo quốc tế trong Diễn đàn Du lịch ASEAN để giới thiệu các sản phẩm được trao giải. Trong đó, có ít nhất một nhà báo từ mỗi thành viên ASEAN và một cơ quan truyền thông quốc tế sẽ được mời tham gia sự kiện này để gia tăng mức độ nhận diện các sản phẩm có trách nhiệm của ASEAN;
 - Tôn vinh các sản phẩm đạt giải thưởng tại Hội chợ Du lịch quốc tế (ví dụ ITB) tại gian hàng riêng với tư cách là “sản phẩm nổi bật” và tạo điều kiện kết nối với các chuyên gia du lịch; Các sản phẩm đạt giải thưởng là tiêu điểm đặc biệt trên trang web www.aseantourism.travel cho đến cuộc thi tiếp theo.



Hình 3: Ban chỉ đạo ASTA





5. CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ VÀ TRUYỀN THÔNG

Các hoạt động tiếp thị và truyền thông⁹ sẽ được thiết lập trước và sau lễ trao giải nhằm hỗ trợ sứ mệnh và mục tiêu của cuộc thi, đồng thời tập trung khuyến khích giành giải các sản phẩm bền vững ASEAN. Do đó, điều cần thiết là phát triển cả kế hoạch truyền thông tiếp thị và thành lập một nhóm hoặc cơ cấu quản lý hỗ trợ để đảm bảo (a) đủ số lượng sản phẩm tham gia và (b) hoàn thành các mục tiêu cuối cùng của giải thưởng.

5.1. Kế hoạch truyền thông tiếp thị

Kế hoạch truyền thông (phụ lục 3) được xây dựng để triển khai ASTA tốt nhất, phù hợp nhất với tình hình, thực trạng và bối cảnh du lịch ASEAN. Do đó, các hoạt động truyền thông sẽ được thực hiện ở cấp ASEAN và cấp quốc gia trước và sau lễ trao giải theo Kế hoạch truyền thông chung của ASTA (ACP) được nêu chi tiết dưới đây.

Mục tiêu của ACP là (i) Đạt hiệu quả cung cấp thông tin phù hợp, kịp thời, đa dạng hình thức phù hợp với khả năng tiếp cận của mọi người và (ii) Đạt hiệu quả trong việc cung cấp thông tin cần thiết cho đúng người. Theo đó, ACP sẽ đảm bảo:

- Đủ số lượng sản phẩm tham gia: Mỗi NTO phải tổ chức một chiến dịch truyền thông để phổ biến rộng rãi thông tin về cuộc thi (ASTA) và tiếp cận tất cả các ứng viên tiềm năng. Kết hợp với chiến dịch truyền thông, thông tin về cuộc thi có thể được lan tỏa thông qua các kênh truyền thông của cơ quan quản lý du lịch cấp tỉnh/khu vực/địa phương. Đặc biệt, với sự tham gia của cấp địa phương, quan hệ đối tác công - tư là một tiêu chí lựa chọn ứng viên đạt giải, sẽ có điều kiện thuận lợi để hình thành và/hoặc tăng cường.
- Hoàn thành các mục tiêu cuối cùng của giải thưởng;
- Quảng bá cho những ứng viên đạt giải để mang lại sự hấp dẫn và quan tâm hơn đến ASTA
- ✓ Trong mỗi quốc gia ASEAN: Các quốc gia phải tôn vinh những ứng viên đạt giải trên tất cả các sản phẩm quảng bá du lịch quốc gia như ấn phẩm, trang web, áp phích và các sản phẩm khác.
- ✓ Trong ASEAN và quốc tế: ASEAN cần ưu tiên các sản phẩm có trách nhiệm đạt giải ASEAN xuất hiện trên phương tiện truyền thông xã hội của ASEAN và trang web www.aseantourism.travel

⁹Kế hoạch truyền thông trong phụ lục 3 của tài liệu này.



Truyền thông có thể được chia thành ba bước (Thông tin, Phổ biến và Quảng bá) được mô tả trong phụ lục 3.

5.2. Thành lập nhóm/chiến lược quản lý hỗ trợ

Trong nhóm công tác về du lịch ASEAN, cần thành lập một nhóm để đảm bảo sự lãnh đạo dân chủ và gắn kết các thành viên trong nhóm.

- CHDCND Lào đề xuất lãnh đạo nhóm này trong giai đoạn đầu tiên;
- Mỗi quốc gia cử một thành viên tham gia nhóm này và chịu trách nhiệm hỗ trợ nhóm các ứng viên tham gia cuộc thi;
- Các thành viên trong nhóm sẽ dần dần thúc đẩy cuộc thi phát triển theo mục tiêu của ASEAN.



6. QUY TRÌNH TRAO GIẢI VÀ CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ CỦA ỨNG VIÊN ĐẠT GIẢI

6.1. Mục tiêu của quá trình trao giải

Cơ quan trao giải bao gồm chủ nhà của ATF và cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch của Lào - MoICT). Mục đích chính của hệ thống khen thưởng là:

- ✓ Quảng bá và chính thức công nhận các sản phẩm đạt giải sản phẩm bền vững;
- ✓ Tăng khả năng nhận diện sản phẩm đạt giải ở phạm vi quốc tế và trong nước với nhiều nhà quản lý điểm đến ASEAN, các chuyên gia trong ngành và giới truyền thông quan tâm biết đến;
- ✓ Tăng cường thương mại hóa các sản phẩm đạt giải;
- ✓ Khuyến khích ngày càng nhiều điểm đến ASEAN, các bên liên quan thuộc khu vực công và tư nhân tham gia ASTA và áp dụng các tiêu chuẩn du lịch ASEAN.



6.2. Giải thưởng ASTA:

Giải thưởng ASTA dành cho 20 sản phẩm đạt giải, bao gồm:

- ✓ Cả vật phẩm vinh danh và chứng nhận quốc gia đều làm bằng chất liệu địa phương;
- ✓ Bộ công cụ quảng bá cơ bản được thực hiện với sự hỗ trợ của bộ phận phụ trách xúc tiến du lịch của từng NTO, gồm:
 - Hỗ trợ quảng bá hấp dẫn (nội dung, hình ảnh, video...);
 - Không gian để quảng bá trên website quảng bá quốc gia và trong các hoạt động xúc tiến, tiếp thị (hội chợ, catalog...);
 - Chiến dịch truyền thông quảng bá sản phẩm đạt giải cấp quốc gia;
 - Một chuyến FAM có các công ty du lịch và công ty lữ hành đến khảo sát hai sản phẩm đạt giải, điểm đến gắn với các sản phẩm đạt giải và tạo điều kiện thúc đẩy hai sản phẩm này trên thị trường (không bắt buộc).
 - Lễ trao giải quốc gia có thể được tổ chức phù hợp với thực tế ở mỗi quốc gia.
- ✓ Được ASEAN chính thức công nhận là sản phẩm bền vững nhất trong năm bao gồm:
 - Lễ trao giải tại Diễn đàn Du lịch ASEAN vinh danh các sản phẩm đạt giải: Mỗi thành viên chiến thắng được trao Chứng nhận Du lịch bền vững ASEAN do ban thư ký ASEAN và bộ trưởng du lịch của quốc gia đó ký phê chuẩn;
 - Hợp báo trong khuôn khổ Diễn đàn Du lịch ASEAN sau lễ trao giải để giới thiệu tất cả 20 sản phẩm, Bộ trưởng Du lịch ASEAN và Tổng thư ký ASEAN;
 - Không gian quảng bá trên www.aseantourism.travel;
 - Quan tâm đặc biệt trong buổi họp báo quốc tế tại Diễn đàn Du lịch ASEAN;
 - Tôn vinh sản phẩm đạt giải tại Hội chợ Du lịch quốc tế (ví dụ ITB) gắn với gian hàng du lịch quốc gia với tư cách là “sản phẩm nổi bật” và được tạo điều kiện kết nối với các chuyên gia du lịch;
 - Quảng bá rõ ràng trên trang nhất của trang web du lịch ASEAN: www.aseantourism.travel





7. DỰ KIẾN NGUỒN NGÂN SÁCH ĐỂ TỔ CHỨC CUỘC THI THƯỜNG NIÊN

7.1. Nguồn ngân sách

Sự đồng thuận của các thành viên nhóm công tác du lịch ASEAN là những yếu tố quyết định nguồn ngân sách ASTA. Ngân sách của ASTA căn cứ vào số lượng tối đa hai ứng viên đạt giải (nông thôn và thành thị) của mỗi quốc gia thành viên ASEAN.

- ✓ Thiết lập một chủ đề chung, rõ ràng, logic và mạch lạc (chuẩn bị)
- ✓ Đóng góp bằng hiện vật từ cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT) và các Ủy ban Du lịch ASEAN.
- ✓ Sửa đổi và/hoặc điều chỉnh các tiêu chí lựa chọn (khi cần) và các mẫu đơn
- ✓ Chiến dịch truyền thông
- ✓ Đóng góp bằng hiện vật từ các Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN.
- ✓ Lựa chọn các ứng viên đạt giải quốc gia và ASEAN
- ✓ Tổ chức lễ trao giải ASEAN
- ✓ Đóng góp bằng hiện vật từ các NTO và Ủy ban Du lịch ASEAN cho tổ chức giải thưởng;
- ✓ Đóng góp bằng hiện vật từ Ban thư ký ASEAN và các Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN để mời các nhà báo và cơ quan truyền thông;
- ✓ Đóng góp tài chính từ chủ nhà của ATF để sản xuất vật phẩm vinh danh và chứng nhận;
- ✓ Chi phí đi lại, ăn ở và sinh hoạt của những ứng viên đạt giải được chi trả bởi Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN
- ✓ Tiếp thị và quảng bá các ứng viên đạt giải



7.2. Đề xuất tài trợ cho cuộc thi và giải thưởng

Dưới đây là gợi ý một số chiến lược để tài trợ cho toàn bộ quá trình của ASTA:

- i. Hỗ trợ tài chính từ một hoặc một số cơ quan hợp tác quốc tế quan tâm đến việc đồng hành cùng sự tăng trưởng về số lượng điểm đến du lịch trọn gói ở các nước ASEAN;
- ii. Hỗ trợ tài chính từ ban thư ký ASEAN;
- iii. Tài trợ từ các chuyên gia trong ngành và các thành viên ASEANTA (hỗ trợ hiện vật và tài chính như chỗ ở miễn phí, vé máy bay miễn phí cho các đoàn đi nhận giải, v.v.);
- iv. Đóng góp bằng hiện vật từ nước chủ tịch và cơ quan khởi xướng ASTA (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào - MoICT) để tổ chức giải thưởng và lễ trao giải;
- v. Đóng góp bằng hiện vật của mỗi quốc gia thành viên để tiếp thị, quảng bá giải thưởng và những ứng viên đạt giải.



8. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2016 - 2017 ĐỂ XÂY DỰNG GIẢI THƯỞNG DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN

Kế hoạch hành động dưới đây bao gồm tất cả các thủ tục và các bước khác nhau sau khi các Bộ trưởng Du lịch ASEAN phê duyệt giải thưởng du lịch bền vững ASEAN. CHDCND Lào với tư cách là Chủ tịch ASEAN chịu trách nhiệm triển khai giải thưởng năm 2016. Các hành động sẽ được thực hiện chủ yếu bởi các NTO ASEAN với sự hỗ trợ của các Bộ Du lịch và Ủy ban Du lịch ASEAN trong quan hệ đối tác chặt chẽ với ASEANTA và Ban thư ký ASEAN.

Kế hoạch hoạt động năm 2016 được chia thành 6 giai đoạn (xem chi tiết từng giai đoạn tại Phụ lục 3):

- ✓ **Giai đoạn xác nhận (tháng 1 năm 2016):** Trong giai đoạn này, CHDCND Lào (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch) giới thiệu về Giải thưởng Du lịch Bền vững ASEAN cũng như chủ đề năm tới cho các thành viên ASEAN tại Hội nghị các NTO ASEAN và Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN.
- ✓ **Giai đoạn chuẩn bị (tháng 2 - tháng 4 năm 2016):** Sau khi xác nhận và công bố tại ATF, CHDCND Lào (Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch) xây dựng hướng dẫn về giải thưởng, tiêu chí lựa chọn, quy tắc, mẫu đơn đăng ký và đánh giá. Sau đó, đề xuất với Ủy ban Du lịch ASEAN và cuộc họp các cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN để sửa đổi và xác nhận.
- ✓ **(Tháng 5 - Tháng 6 năm 2016)** CHDCND Lào (MoICT) hoàn thiện dự thảo tài liệu hướng dẫn và lấy ý kiến các NTO trong cuộc họp các cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN tại Thái Lan.
- ✓ **(Tháng 7 năm 2016)** CHDCND Lào (MoICT) tổ chức hội thảo đặc biệt về ASTA để thảo luận kỹ thuật tại Viêng Chăn, mời hai đại diện từ mỗi quốc gia và chuyên gia tư vấn.
- ✓ **(Tháng 10 năm 2016)** CHDCND Lào (MoICT) rà soát hướng dẫn và đưa ra thảo luận, điều chỉnh lần cuối tại cuộc họp các Cơ quan du lịch quốc gia.
- ✓ **(Tháng 10 năm 2016)** CHDCND Lào (MoICT) tổ chức cuộc họp đặc biệt về ATSA để thảo luận kỹ thuật tại Luang Prabang, mời 02 đại diện mỗi nước (nếu cần).
- ✓ **(Tháng 12 năm 2016)** CHDCND Lào (MoICT) sửa đổi, hoàn thiện phiên bản cuối cùng tài liệu hướng dẫn để đề xuất phê duyệt trong ATF 2017 tại Singapore.
- ✓ **(Tháng 1 năm 2017)** Tài liệu hướng dẫn về cuộc thi và giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN đã được các Bộ trưởng Du lịch ASEAN phê duyệt trong ATF 2017 tại Singapore. Công bố chủ đề và phát động cuộc thi
- ✓ **(Tháng 1 năm 2017)** CHDCND Lào (MoICT) thông báo mời tham dự cuộc thi và các Cơ quan du lịch quốc gia dịch tài liệu và phổ biến trên các chuyên trang.
- ✓ **(Tháng 2 năm 2017)** CHDCND Lào (MoICT) tổ chức một khóa đào tạo cho các chuyên gia đánh giá (hai đại diện từ mỗi quốc gia) và các đầu mối liên hệ quốc gia nhằm (i) hỗ trợ các điểm đến địa phương và các bên liên quan về du lịch trong việc đệ trình các đề xuất; và (ii) tiếp cận, nắm bắt các tiêu chí lựa chọn và thủ tục.



9. KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2017 - 2018 ĐỂ TỔ CHỨC ASTA ĐẦU TIÊN

- ✓ **(Tháng 1 năm 2017)** Thông báo Chủ đề cuộc thi ASTA đầu tiên trong ATF tại Singapore: “Du lịch dựa vào thiên nhiên”
- ✓ **(Tháng 3 năm 2017)** CHDCND Lào (MoICT) tổ chức một khóa đào tạo cho các chuyên gia đánh giá (hai đại diện từ mỗi quốc gia) và các đầu mối liên hệ quốc gia nhằm (i) hỗ trợ các điểm đến địa phương và các bên liên quan về du lịch trong việc đệ trình các đề xuất; và (ii) tiếp cận, nắm bắt các tiêu chí lựa chọn và thủ tục.
- ✓ **Giai đoạn thực hiện (tháng 2 đến tháng 6 năm 2017):** Trong giai đoạn này, mỗi Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN sẽ:
 - Cử các chuyên gia đánh giá ASTA tham gia đào tạo vào tháng 3 năm 2017 tại Viên Chăn
 - Công bố, phát động và phổ biến thông tin theo kế hoạch truyền thông (chi tiết tại Phụ lục 2). Các nhóm ứng viên quan tâm sẽ có thời hạn đến cuối tháng 9 để gửi hồ sơ đăng ký tới Cơ quan du lịch quốc gia.
- ✓ **Giai đoạn đánh giá cấp quốc gia (tháng 7/2017 - tháng 10/2017),** các Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN và đại diện ASEANTA của mỗi nước sẽ đánh giá các đề xuất theo các tiêu chí lựa chọn và gửi kết quả cho nước điều phối và Ban thư ký ASEAN.
- ✓ **Giai đoạn đánh giá ASEAN (tháng 11/2017)** hai sản phẩm chiến thắng của mỗi quốc gia ASEAN đã vượt qua ba giai đoạn đầu tiên với số điểm cao nhất sẽ được đệ trình lên một ủy ban đánh giá bao gồm đại diện của Ủy ban Cạnh tranh Du lịch ASEAN, Ủy ban Phát triển Du lịch Bền vững và Toàn diện ASEAN và/hoặc đại diện của Ủy ban Giám sát và Đánh giá Nguồn lực Du lịch và 1 đại diện của ASEANTA, trong khuôn khổ cuộc họp của Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN, để đưa ra quyết định cuối cùng về việc chọn 1 ứng viên đạt giải ASEAN cho mỗi hạng mục (thành thị và nông thôn).
- ✓ **Thông báo kết quả cho nhóm ứng viên (12/2017)**
- ✓ **Giai đoạn GIẢI THƯỞNG (tháng 1 năm 2018)** - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch CHDCND Lào thông báo cho những ứng viên đạt giải và quảng bá cho các ứng viên này theo kế hoạch truyền thông (chi tiết tại Phụ lục 2), cũng như tổ chức lễ trao giải trong ATF với sự hỗ trợ của Cơ quan du lịch quốc gia các nước ASEAN và ban thư ký ASEAN.
- ✓ **Giai đoạn Quảng bá (từ tháng 1 năm 2018 trở đi)** - bao gồm trong thực hiện giải thưởng như được mô tả trong kế hoạch truyền thông của ASTA.



PHỤ LỤC 1 - KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

Mục đích:	Quảng bá giải thưởng để thu hút đông đảo sự tham gia					
Mục tiêu	Các bên liên quan du lịch của ASEAN					
	TỔNG QUAN	Cơ quan nhà nước	Hiệp hội du lịch		Doanh nghiệp du lịch	
			Khu vực thành thị	Khu vực nông thôn	Khu vực thành thị	Khu vực nông thôn
Các kênh truyền thông		Công văn Áp phích Truyền thông	E-mail Trang mạng Cuộc họp	Thông báo trực tiếp Cuộc họp	E-mail Trang mạng Cuộc họp	Bức thư Cuộc gọi điện thoại Thông báo trực tiếp Cuộc họp
Hành động của các bên liên quan						
<i>Chủ tịch ASEAN</i>	Xây dựng và thường xuyên cập nhật chuyên trang trên trang web “ www.aseantourism.travel ” Xây dựng và thường xuyên cập nhật các trang trên phương tiện truyền thông xã hội	Gửi công văn tới tất cả các Bộ Du lịch ASEAN để phát động + Hỗ trợ truyền thông (áp phích) để phân phát	Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức
<i>ASEANTA</i>	Quảng bá ASTA đến các thành viên				Gửi email cho các thành viên Liên kết với các phương tiện truyền thông xã hội	Gửi thư cho các thành viên nông thôn

<i>Bộ Du lịch</i>	Quảng bá ASTA trong phạm vi quản lý	Gửi công văn đến các cơ quan trong nước + hỗ trợ truyền thông để phân phát (Poster)	Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức
<i>Cơ quan du lịch quốc gia</i>	Tạo một chuyên trang trên trang web du lịch quốc gia	Gửi công văn tới cơ quan quản lý du lịch khu vực và địa phương + hỗ trợ truyền thông để phân phát (Poster)	Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Trình bày ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình chuẩn bị tham gia giải thưởng + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để giúp nộp + Giới thiệu ASTA trong các cuộc họp chính thức
<i>Phòng ban chuyên môn</i>	Quảng bá ASTA đến các thành viên				Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng

<i>Chính quyền khu vực</i>	Quảng bá ASTA tại địa phương		Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA		
<i>Chính quyền địa phương</i>	Quảng bá ASTA tại địa phương		Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA	Gửi e-mail + Áp phích điện tử + Liên kết với trang web và phương tiện truyền thông xã hội + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA	Gửi thư + Áp phích + Tìm đối tác địa phương để được hỗ trợ quy trình tham gia giải thưởng + Tổ chức các cuộc họp để quảng bá và hướng dẫn về ASTA

PHỤ LỤC 2 - KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG ASTA

Lựa chọn chủ đề ASTA

THÔNG TIN	<u>Bộ trưởng Bộ Du lịch của quốc gia đảm nhận vai trò Chủ tịch sắp tới của ASEAN</u> công bố chủ đề của năm cho các sản phẩm nông thôn và thành thị trong ATF và đặc biệt là trong lễ trao giải và họp báo
PHỔ BIẾN	Một thông cáo báo chí riêng về thông tin được <u>Bộ trưởng du lịch của quốc gia đảm nhận vai trò Chủ tịch sắp tới của ASEAN</u> công bố các chủ đề của năm <u>Mỗi CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> phổ biến Thông cáo báo chí đến các cơ quan truyền thông, báo chí
QUẢNG BÁ	<u>Bộ Du lịch của quốc gia đảm nhận vai trò Chủ tịch ASEAN sắp tới:</u> - Xây dựng bộ tài liệu báo chí về ASTA và giải thích lựa chọn chủ đề - Gửi bộ công cụ báo chí cho tất cả các CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA - Quảng bá cuộc thi và chủ đề ASTA cho tất cả các sự kiện công cộng <u>Mỗi CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> - Sử dụng bộ tài liệu báo chí trong tất cả các sự kiện công cộng

Phát động cuộc thi

THÔNG TIN	<u>Ban thư ký ASEAN:</u> - Công bố tài liệu cuộc thi ASTA bao gồm tất cả các tài liệu và phụ lục cũng như nội dung của giải thưởng trên trang web chính thức của ASEAN và trang www.aseantourism.travel - Gửi công văn tới tất cả các Bộ Du lịch ASEAN và các đối tác (ASEANTA) <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> - Dịch và xuất bản các tài liệu về cuộc thi ASTA trên các trang web quản lý và quảng bá du lịch quốc gia với liên kết đến chuyên trang ASEAN. - Gửi công văn đến tất cả các cơ quan quản lý du lịch khu vực và địa phương để thông báo về cuộc thi và vai trò của khu vực, địa phương đối với cuộc thi
PHỔ BIẾN	<u>Các CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> phổ biến thông tin về cuộc thi và giải thưởng đến các tổ chức liên quan thuộc khu vực công và tư nhân thông qua các công cụ phổ biến như email, bản tin, thông cáo báo chí, sự kiện, hội nghị, hội thảo... <u>Chính quyền khu vực và địa phương</u> phổ biến thông tin về cuộc thi và giải thưởng các tổ chức liên quan thuộc

	khu vực công và tư nhân thông qua các công cụ phổ biến như email, bản tin, thông cáo báo chí...
QUẢNG BÁ	<u>Các CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> và các cơ quan quản lý du lịch khu vực, địa phương quảng bá cuộc thi, đặc biệt là giải thưởng trong các sự kiện và hoạt động quảng cáo ở cấp quốc gia và quốc tế
Đệ trình các đề xuất	
THÔNG TIN	<u>Các CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> sẽ chọn một đại diện trong Bộ Du lịch/<u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> để trở thành “Đầu mối liên lạc quốc gia của ASTA” (khác với những người đánh giá). <u>Ban thư ký ASEAN</u> công bố trên chuyên trang ASEAN, thông tin liên hệ (tên, e-mail, điện thoại, fax, địa chỉ bưu chính) của 10 Đầu mối liên lạc quốc gia ASTA (ASTA NCPs) <u>Các CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> công bố thông tin về Đầu mối liên lạc quốc gia (NCP) về ASTA trên trang web quốc gia và đưa vào thông tin liên lạc trong phát động cuộc thi. <u>Các NCP của ASTA</u> sẽ trả lời bất kỳ câu hỏi nào của nhóm ứng viên sẵn sàng nộp và gặp khó khăn. <u>Ban thư ký ASEAN</u> công bố trên chuyên trang ASEAN, một e-mail chung để các bên liên quan có thể đặt câu hỏi về cuộc thi, chẳng hạn như astaquestions@asean.travel Trả lời các câu hỏi là nhiệm vụ của NCP của quốc gia <u>đảm nhận vai trò Chủ tịch đương nhiệm ASEAN và nhóm chuyên gia</u>. Dựa trên các câu hỏi nhận được, tài liệu Câu hỏi thường gặp (FAQ) được <u>NCP của quốc gia đảm nhận vai trò Chủ tịch đương nhiệm ASEAN và nhóm</u> thường xuyên cập nhật và tải lên chuyên trang ASEAN. <u>Các NCP của ASTA</u> hướng dẫn nhóm ứng viên tham khảo Câu hỏi thường gặp và đặt câu hỏi gửi vào email chung nếu họ không thể trả lời chính xác câu hỏi.
PHỔ BIẾN	<u>Mỗi NCP</u> phải viết ra từng câu hỏi nhận được từ các nhóm ứng viên và khi kết thúc quá trình, cần gửi tài liệu này tới NCP của quốc gia <u>đảm nhận vai trò Chủ tịch ASEAN đương nhiệm</u>, cơ quan này sẽ phát triển một danh mục các câu hỏi thường gặp. Sau đó, danh mục này được gửi đến tất cả các <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> và Ban thư ký ASEAN để bổ sung vào Câu hỏi thường gặp về ASEAN. Tài liệu này sẽ hữu ích cho tất cả các Đầu mối liên hệ quốc gia để hỗ trợ các ứng viên trong nước và cũng giúp cho Quốc gia Chủ tịch ASEAN tiếp theo đề xuất cải tiến các tài liệu cuộc thi.

QUẢNG BÁ	Ở cấp quốc gia, hồ sơ của các ứng viên được <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> đăng tải trên trang web quốc gia và gửi thông cáo báo chí đến các cơ quan truyền thông Ở cấp độ ASEAN, hồ sơ của các ứng viên ở tất cả các quốc gia ASEAN được quảng bá trên trang web và trong các hoạt động xúc tiến của Ban <u>Thư ký ASEAN</u> và <u>Quốc gia Chủ tịch ASEAN đương nhiệm</u>
Lựa chọn ứng viên đạt giải	
THÔNG TIN	<u>Thông tin</u> Mỗi nhóm ứng viên đã nộp đơn sẽ nhận được văn bản chính thức của <u>bộ du lịch quốc gia thông báo</u> kết quả của quá trình lựa chọn bao gồm bảng đánh giá và tóm tắt nhận xét. Mỗi ứng viên đạt giải nhận được văn bản của <u>Bộ Du lịch Quốc gia</u> để: - Chúc mừng - Đề nghị hợp xây dựng nội dung quảng bá - Mời đại diện 2 người đi dự ATF - Sắp xếp lịch chương trình FAM
PHỔ BIẾN	Mỗi <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> phổ biến thông tin về những ứng viên đạt giải của tất cả các quốc gia , đặc biệt tập trung vào những ứng viên đạt giải của quốc gia mình, đến các tổ chức liên quan thuộc khu vực công và tư nhân thông qua các công cụ phổ biến như email, bản tin, thông cáo báo chí, sự kiện, hội nghị, hội thảo...
QUẢNG BÁ	Các <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> xây dựng bộ công cụ truyền thông và quảng bá cụ thể về sản phẩm và sử dụng bộ công cụ này trong mọi hoạt động quảng bá
Lễ trao giải	
THÔNG TIN	Quốc gia <u>tổ chức ATF</u> lồng ghép lễ trao giải ASTA vào chương trình toàn cầu. Thông tin được <u>Ban thư ký ASEAN</u> gửi tới tất cả các bên liên quan về du lịch thuộc khu vực công và tư nhân.
PHỔ BIẾN	Các <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> gửi thông tin và thông cáo báo chí về buổi lễ, mời các cơ quan truyền thông, báo chí dự lễ trao giải. Các <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> và các ứng viên đạt giải phổ biến thông tin về buổi lễ tới tất cả những tổ chức liên quan để thúc đẩy sự tham gia đông đảo.
QUẢNG BÁ	Sau buổi lễ, Ban Thư ký ASEAN và các <u>CƠ QUAN DU LỊCH QUỐC GIA</u> quảng bá buổi lễ và các ứng viên đạt giải

PHỤ LỤC 3 - KẾ HOẠCH CÔNG TÁC 2017-2018

Bước	NĂM 2017					NĂM 2018	
	Tháng 1	Tháng 2	Tháng 2 - tháng 6	Tháng 7 - tháng 10	Tháng 11	Tháng 1	Tháng 1 - ++
Thông báo về chủ đề ASTA	X						
Phát động cuộc thi		X					
Đệ trình các đề xuất			X				
Quy trình tuyển chọn ở cấp quốc gia				X			
Quy trình lựa chọn ứng viên đạt giải ASEAN					X		
Lễ trao giải						X	
Quảng bá ứng viên đạt giải (giải thưởng)						X	X

PHỤ LỤC 4 - CÁC KHÁI NIỆM

Đề xuất khái niệm cho các thuật ngữ được sử dụng trong lĩnh vực “du lịch bền vững” trong ASTA

- ✓ **Hoạt động kinh tế:** Theo mục đích của giải thưởng, “hoạt động kinh tế” được xác định là hoạt động kinh doanh, cung cấp một sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan đến du lịch (vé, tour, phòng, thực phẩm, quà lưu niệm...)
- ✓ **Các bên liên quan tư nhân:** Với mục đích của giải thưởng, “các bên liên quan tư nhân” là bất kỳ tổ chức nào không được coi là “cơ quan nhà nước” (doanh nghiệp, hiệp hội, trường đại học...)
- ✓ **Các bên liên quan khu vực công:** Với mục đích của giải thưởng, “các bên liên quan khu vực công” là bất kỳ tổ chức nào được coi là “cơ quan nhà nước”. Quản lý nhà nước như thành phố, huyện, Bộ trưởng, v.v.
- ✓ **Lợi ích trực tiếp:** Với mục đích của giải thưởng, “Lợi ích trực tiếp” được xác định là lợi thế đo lường được từ hoạt động kinh tế, chẳng hạn như tiền bạc, việc làm, sự sạch sẽ, công trình xây dựng cũng như lượng khách, sự hài lòng, đánh giá...
- ✓ **Lợi ích gián tiếp:** Với mục đích của giải thưởng, “Lợi ích gián tiếp” được xác định là lợi thế tương đối do hoạt động kinh tế mang lại như giáo dục, chất lượng cuộc sống, đầu tư nước ngoài...
- ✓ **Di sản văn hóa:** Với mục đích của giải thưởng, “Di sản văn hóa” được hiểu là bất kỳ cảnh quan, thiết bị, sản phẩm hoặc dịch vụ nào liên quan đến lịch sử hoặc truyền thống.
- ✓ **Di sản thiên nhiên:** Với mục đích của giải thưởng, “Di sản thiên nhiên” được hiểu là bất kỳ cảnh quan, thiết bị, sản phẩm hoặc dịch vụ nào liên quan đến thiên nhiên.
- ✓ **Lưu trú:** Với mục đích của giải thưởng, khái niệm “lưu trú” bao gồm tất cả các hình thức cung cấp chỗ ngủ cho du khách bao gồm khách sạn xanh và nhà ở có phòng cho khách thuê như được định nghĩa trong Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN.
- ✓ **Dịch vụ ăn uống địa phương:** Với mục đích của giải thưởng, theo định nghĩa của Tiêu chuẩn du lịch ASEAN, “Dịch vụ ăn uống địa phương là một loại dịch vụ cung cấp thực phẩm và đồ uống truyền thống, đặc trưng do người dân địa phương sản xuất và/hoặc bán ở quầy hàng thực phẩm, nhà hàng địa phương hoặc các cửa hàng tương tự khác.”
- ✓ **Nhà vệ sinh công cộng:** Vì mục đích của giải thưởng, theo khái niệm trong “Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng ASEAN”. Vui lòng tham khảo hướng dẫn cuộc thi.
- ✓ **Khách sạn xanh:** Với mục đích của giải thưởng, theo khái niệm trong “Tiêu chuẩn cơ sở lưu trú xanh ASEAN”. Vui lòng tham khảo hướng dẫn cuộc thi.
- ✓ **Du lịch cộng đồng:** Với mục đích của giải thưởng, theo khái niệm trong “Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng”. Vui lòng tham khảo hướng dẫn cuộc thi.
- ✓ **Homestay:** Với mục đích của giải thưởng, theo khái niệm trong “Tiêu chuẩn Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê ASEAN”. Vui lòng tham khảo hướng dẫn cuộc thi.
- ✓ **Cộng đồng hoặc hướng dẫn viên địa phương:** Một người địa phương hướng dẫn du khách bằng ngôn ngữ bản địa, với sự hỗ trợ của hướng dẫn viên quốc gia khi thích hợp, có trách nhiệm giải thích di sản văn hóa và thiên nhiên của một khu vực, người này thường có bằng cấp cụ thể về khu vực và/hoặc được cộng đồng địa phương hoặc cơ quan có thẩm quyền công nhận.

PHỤ LỤC 5 - DANH SÁCH CÁC CHỦ ĐỀ TIỀM NĂNG CHO ASTA

- Du lịch và tái tạo các địa điểm tự nhiên
- Nước và Du lịch
- Du lịch và các khu bảo tồn
- Du lịch và di sản phi vật thể địa phương
- Ẩm thực và sản vật địa phương
- Nghệ thuật và du lịch
- Kiến trúc và du lịch
- Thủ công mỹ nghệ và du lịch
- Du lịch văn hóa
- Văn học và du lịch
- Du lịch mạo hiểm
- Du lịch thể thao
- Du lịch tìm hiểu động vật
- Du lịch sức khỏe
- Du lịch tâm linh

Chủ đề được đề xuất cho phiên bản ASTA đầu tiên 2017 - 2018 là “Du lịch dựa vào thiên nhiên” tập trung vào các loại hình sản phẩm sau: Du lịch mạo hiểm, bãi biển và động vật hoang dã, du thuyền, đường sắt, tour du lịch và du lịch trên sông.

PHỤ LỤC 6 - QUY ĐỊNH TIÊU CHÍ LỰA CHỌN**1. TÓM TẮT**

Sáng kiến Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN (ASTA) được đưa ra trong “Kế hoạch chiến lược du lịch ASEAN 2011-2015” với mục tiêu nêu bật/thúc đẩy cũng như đóng góp vào sự phát triển bền vững của các điểm đến du lịch ASEAN.

Với kỳ vọng sáng kiến này sẽ hỗ trợ mạnh mẽ cho tầm nhìn du lịch năm 2025 của ASEAN nhằm đảm bảo rằng “ASEAN sẽ là một điểm đến du lịch chất lượng mang đến những trải nghiệm ASEAN độc đáo, đa dạng và sẽ cam kết phát triển có trách nhiệm, bền vững, toàn diện, cân đối, nhằm đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế - xã hội trong khu vực”¹⁰

Để có thể xác định các quan điểm cụ thể của ASTA, tài liệu này chỉ ra mục đích của ASTA nhằm tạo điều kiện cho việc giới thiệu các tiêu chuẩn du lịch ASEAN đến tất cả các bên liên quan trong lĩnh vực du lịch khu vực công và tư nhân. Ngoài ra, ASTA nhằm đến mục đích thúc đẩy các điểm đến du lịch ASEAN và các bên liên quan hành động để giảm thiểu các vấn đề/tác động về môi trường, văn hóa, xã hội và kinh tế. Đồng thời, cung cấp hướng dẫn giúp các bên liên quan công - tư điều chỉnh các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với các tiêu chuẩn du lịch ASEAN được ban hành gần đây.

Để triển khai ASTA một cách công bằng, điều quan trọng là phải xác định một bộ quy tắc rõ ràng, minh bạch và công bằng cho việc lựa chọn những ứng viên đạt giải ở cấp ASEAN và cấp quốc gia. Tài liệu này tổng hợp cách tiếp cận cũng như các tiêu chí lựa chọn để tranh cử Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN và đưa ra hệ thống tính điểm ASTA nhằm đảm bảo tính công bằng, tin cậy.

¹⁰ Dự thảo ASTP 2016-2025, tr.27.

2. BỘ QUY TẮC ĐỀ XUẤT CHO ASTA

Bộ quy tắc mô tả quy trình lựa chọn, dựa trên các tiêu chí có thể theo dõi và đánh giá nhằm tăng tính minh bạch và tạo thuận lợi cho quá trình ra quyết định. Sau khi đệ trình, mỗi đề xuất sẽ được trải qua quy trình đánh giá hai giai đoạn, đầu tiên được các NTO thực hiện ở cấp quốc gia (đánh giá tại bàn và thực địa) và cuối cùng là các nhóm công tác ASEAN có liên quan thực hiện ở cấp độ ASEAN (xem xét thông qua danh sách các ứng viên đạt giải ASEAN). Bộ quy tắc của ASTA bao gồm các khía cạnh sau:

- Điều kiện tham gia ASTA và tiêu chí loại trừ (bao gồm cả điểm đạt)
- Tự đánh giá mức độ tuân thủ Bộ tiêu chuẩn du lịch ASEAN
- Thẩm định các sản phẩm được chọn

Ngoài ra, các phương thức phổ biến, quảng bá về ASTA nhằm đảm bảo sự đa dạng và bình đẳng trong tiếp cận thông tin cũng như quy trình quản trị và ra quyết định đối với các quy tắc của cuộc thi cũng được mô tả trong phần này.

2.1. Điều kiện tham gia ASTA và tiêu chí loại trừ (Phụ lục 1)

Tất cả các sản phẩm ở mỗi quốc gia ASEAN đều đủ điều kiện tham gia cuộc thi Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN. Có thể đưa một đối tác ngoài ASEAN cùng tham gia đề xuất nhưng không thể thay thế đối tác trong khu vực và không thể là đại diện nộp đơn.

Các sản phẩm hấp dẫn sẽ được kiểm tra tính hợp lệ và tuân thủ các tiêu chí lựa chọn của chương trình giải thưởng. Đây là một điều kiện bắt buộc phải đáp ứng. Các đề xuất không đáp ứng các yêu cầu của chương trình giải thưởng sẽ không được chuyển sang giai đoạn tiếp theo trong quy trình lựa chọn.

2.2. Giai đoạn lựa chọn 1 “Tính hợp lệ”/ Lựa chọn các sản phẩm để thẩm định

- ***Yêu cầu đầu tiên:*** Mỗi đề xuất phải được gửi đúng hạn, đầy đủ và đúng mẫu yêu cầu;
- ***Yêu cầu thứ hai:*** Mỗi đề xuất phải giới thiệu một sản phẩm du lịch có trách nhiệm kết hợp tồn tại ít nhất trong một năm bao gồm ít nhất 1 nhà cung cấp dịch vụ lưu trú, 1 hướng dẫn viên địa phương¹¹, 1 dịch vụ ăn uống địa phương và 1 nhà vệ sinh công cộng¹² do ít nhất một đơn vị tư nhân và một đơn vị cộng đồng quản lý và quảng bá, mang lại¹³ lợi ích trực tiếp và gián tiếp cho người dân địa phương, quảng bá di sản văn hóa

¹¹ Xem định nghĩa về hướng dẫn viên địa phương trong chương X tài liệu hướng dẫn tham gia giải thưởng

¹² Số lượng thực thể có thể thay đổi tùy thuộc vào số lượng thành viên tham gia. Tuy nhiên, cần ưu tiên các điểm đến thứ cấp, nơi có ít doanh nghiệp du lịch đang hoạt động.

¹³ Chẳng hạn như thuê hướng dẫn viên cộng đồng, sự tham gia của người dân địa phương hướng dẫn du khách tìm hiểu, trải nghiệm sáng tạo, v.v.

và/hoặc thiên nhiên, đồng thời tuân thủ các tiêu chuẩn vệ sinh và môi trường (xem chi tiết trong phụ lục 7 và 8) ;

- ***Yêu cầu thứ ba (Chỉ áp dụng đối với sản phẩm đô thị):*** nhóm ứng viên phải tuân thủ khái niệm sản phẩm đô thị
- ***Yêu cầu thứ 3 (Chỉ áp dụng đối với sản phẩm nông thôn):*** nhóm ứng viên phải tuân thủ khái niệm sản phẩm nông thôn

2.3. Lựa chọn giai đoạn 2 “Kiểm tra tại bàn”/ Lựa chọn nhóm ứng viên sẽ được kiểm tra (không bắt buộc)

Chỉ những đề xuất hợp lệ và đáp ứng đầy đủ điều kiện của giai đoạn lựa chọn 1 mới được đánh giá tại bàn về **mức độ tuân thủ (i) Tiêu chuẩn của Hội đồng du lịch bền vững toàn cầu về tính bền vững của điểm đến gắn với sản phẩm và (ii) tiêu chuẩn ASEAN**. Bước này đánh giá các tiêu chí liên quan đến việc thực hiện:

- Ít nhất một trong số các dịch vụ được đề xuất đã được một diễn đàn du lịch trao chứng nhận xuất sắc vào năm trước cuộc thi.
- Tuân thủ Tiêu chuẩn ASEAN (xem phụ lục 3 để biết các biểu mẫu tự đánh giá). Tổng điểm của mỗi hạng mục không được thấp hơn 50% tổng điểm. Tiêu chí lựa chọn cuối cùng được chia thành hai loại - Sản phẩm thành thị và nông thôn:
 - ⇒ Các tiêu chí liên quan đến sản phẩm du lịch đô thị ASEAN: Những tiêu chí này đòi hỏi phải đánh giá mức độ phù hợp của đề xuất so với ba trong số các Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN (Tiêu chuẩn khách sạn xanh, Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng và Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng hoặc Tiêu chuẩn thành phố du lịch sạch)¹⁴;
 - ⇒ Các tiêu chí liên quan đến sản phẩm du lịch nông thôn ASEAN: Những tiêu chí này đòi hỏi phải đánh giá mức độ phù hợp của đề xuất so với ba trong số các Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN (Tiêu chuẩn khách sạn xanh hoặc Tiêu chuẩn nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng, Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng): Ví dụ: các cơ sở lưu trú có thể được đánh giá là khách sạn xanh hoặc nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê¹⁵

¹⁴ Cần lưu ý rằng du lịch cộng đồng không chỉ diễn ra ở các vùng nông thôn. Một phần trong các mục tiêu của ASTA là hỗ trợ sự tham gia của các cộng đồng địa phương vào các khu vực đô thị.

¹⁵ Home stay vẫn chính thức bị cấm ở Myanmar.

2.4. Giai đoạn lựa chọn 3 “Khảo sát thực địa của chuyên gia đánh giá ASTA”/ Lựa chọn cuối cùng 2 sản phẩm đạt giải

Theo kết quả của giai đoạn lựa chọn 2, các đề xuất (tối thiểu ba đề xuất) được lựa chọn hàng đầu ở mỗi quốc gia ASEAN sẽ được các chuyên gia của chính quyền cấp tỉnh/huyện hoặc cơ quan quản lý du lịch quốc gia đánh giá để đảm bảo tuân thủ các Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN và tính xác thực của thông tin do các ứng viên cung cấp.

Nếu trong quá trình khảo sát thực tế, các ứng viên có kết quả tự đánh giá về mức độ tuân thủ các tiêu chuẩn du lịch ASEAN khác biệt lớn so với đánh giá của các chuyên gia quốc gia (từ 30% câu trả lời) sẽ tự động bị loại khỏi cuộc thi trong 10 năm.

2.5. Lựa chọn giai đoạn 4 “Xác nhận ASEAN”

Hai sản phẩm chiến thắng của mỗi quốc gia ASEAN đã vượt qua ba giai đoạn đầu tiên với số điểm cao nhất sẽ được đệ trình lên một ủy ban đánh giá bao gồm các đại diện của Nhóm Công tác du lịch bền vững và toàn diện ASEAN và/hoặc đại diện của Ủy ban Giám sát và Đánh giá Nguồn lực Du lịch để thông qua danh sách 20 ứng viên đạt giải ở cấp ASEAN.

2.6. Tính tổng điểm

Mục tiêu của hệ thống chấm điểm là mang lại trọng số cân bằng cho cả quản lý sản phẩm và quan hệ đối tác - cái này không thể xảy ra nếu không có cái kia. Mỗi quan hệ hợp tác có trách nhiệm giữa các bên liên quan thuộc khu vực công, khu vực tư nhân và cộng đồng địa phương, là yếu tố chính giúp quản lý bền vững bất kỳ sản phẩm nào. Cuộc thi ASTA không bắt buộc các ứng viên tham gia phải có điểm rất cao trong tất cả các hạng mục. Tuy nhiên, tổng điểm trong mỗi hạng mục không được thấp hơn 50% tổng điểm để đủ điều kiện tham gia.

- *Tính điểm các tiêu chí liên quan đến quản lý điểm đến bền vững*

Điểm số của các tiêu chí liên quan đến quản lý điểm đến bền vững dành cho những ứng viên tham gia cuộc thi đồng thời đáp ứng điều kiện cung cấp các sản phẩm có trách nhiệm và quản lý điểm đến bền vững. Điểm tối đa có thể đạt được là 14. Không có điểm tối thiểu cần đạt được để đủ điều kiện tham gia giai đoạn tiếp theo của ASTA. Vì các chỉ số này xuất phát từ các chỉ số toàn cầu nên được coi là điểm thưởng thêm cho ứng viên đáp ứng.

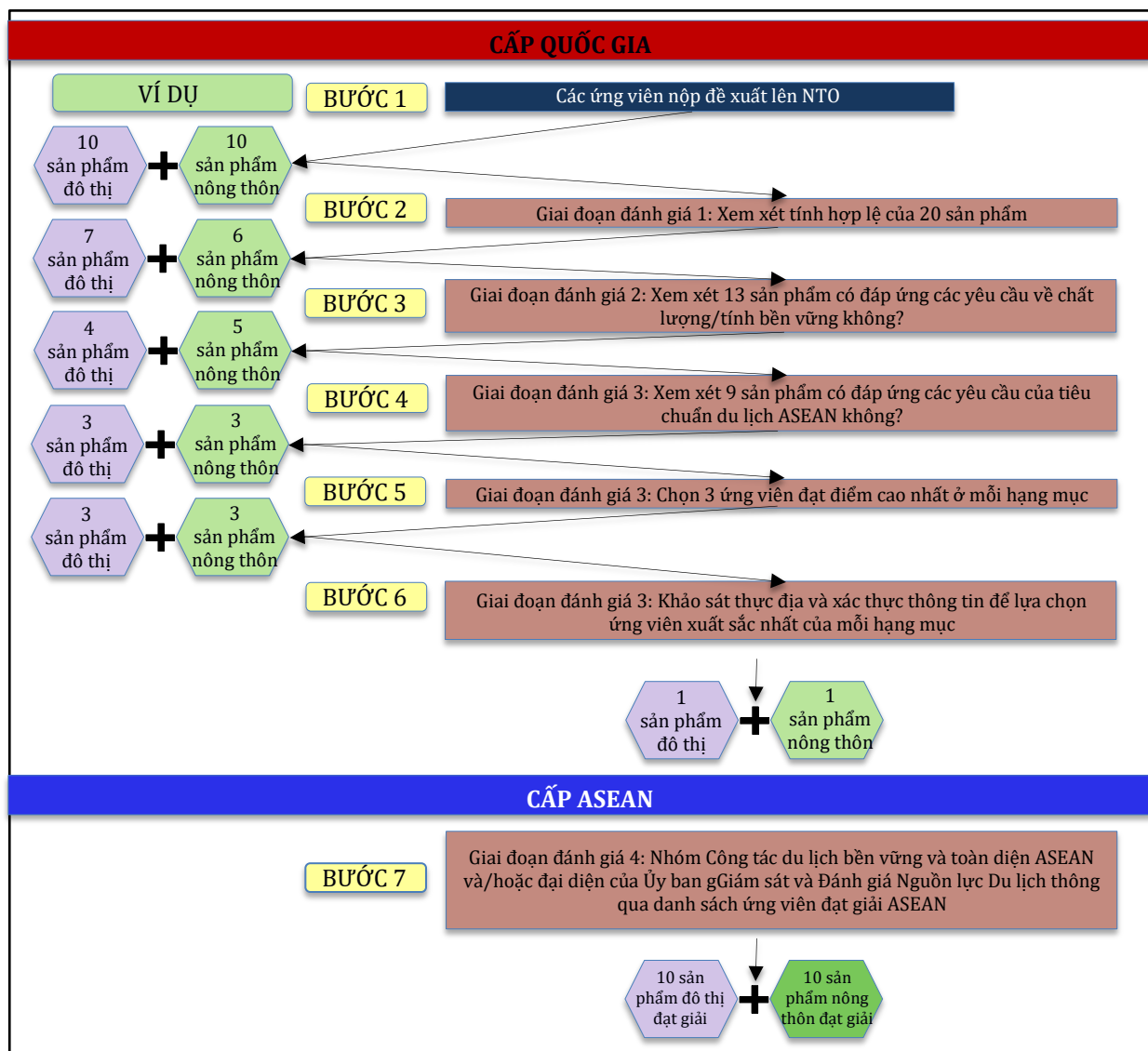
- *Tính điểm từ việc tuân thủ các tiêu chí được lựa chọn từ tiêu chuẩn bền vững ASEAN*

Hai loại sản phẩm của ASTA là: thành thị và nông thôn.

Các tiêu chí, phương pháp thẩm định và bằng chứng cho các tiêu chí được trình bày trong tài liệu liên quan đến các tiêu chuẩn ASEAN khác nhau. Trên thực tế, danh sách tổng thể các tiêu chí trong từng tiêu chuẩn du lịch ASEAN được cho là vẫn chưa dễ tiếp cận đối với nhiều điểm đến du lịch ASEAN.

Do đó, hệ thống tính điểm dựa trên một số tiêu chí nhằm tạo cơ hội bình đẳng cho tất cả các sản phẩm của ASEAN được lựa chọn ở cả cấp quốc gia và cấp ASEAN.

Hình 4: Sơ đồ quy trình lựa chọn ASTA



3. ĐỀ XUẤT NÂNG CAO TIÊU CHUẨN LỰA CHỌN

Số lượng tiêu chí được lựa chọn từ mỗi tiêu chuẩn Du lịch ASEAN, được sử dụng để đánh giá các ứng viên, nên tăng đều đặn từ “tối thiểu” đến “nâng cao” và sau đó là “thực hành tốt nhất” sau khi hoàn thành mỗi cuộc thi (hai năm một lần). Điều này cũng tạo điều kiện cho quy trình lựa chọn ứng viên chất lượng cao hơn. Đồng thời, khuyến khích các điểm đến tiến xa hơn nữa để đạt được các tiêu chuẩn du lịch ASEAN. Sự phát triển về số lượng và loại chỉ số du lịch ASEAN mới được đưa vào tiêu chí lựa chọn của ASTA phải được nhóm du lịch ASEAN thảo luận và quyết định trong thời gian tới.

PHỤ LỤC 7 - YÊU CẦU HÀNH CHÍNH VÀ TIÊU CHÍ LỰA CHỌN GIAI ĐOẠN 1

“Tính hợp lệ”/ Lựa chọn sản phẩm để đánh giá

1. Tuân thủ hành chính (CÓ/KHÔNG)	
a) Hồ sơ nộp trong thời hạn quy định	☐ Có ☐ Không
b) Hồ sơ được gửi theo các định dạng yêu cầu	☐ Có ☐ Không
c) Đơn đăng ký được sử dụng có mẫu chính thức do Cơ quan Du lịch Quốc gia và/hoặc Ban Thư ký ASEAN quy định và được điền đầy đủ thông tin, bằng tiếng Anh hoặc bằng một trong 10 ngôn ngữ của ASEAN.	☐ Có ☐ Không
2. Tiêu chí đủ điều kiện (CÓ/KHÔNG)	
a) Phù hợp với luật pháp và chính sách liên quan của ASEAN	☐ Có ☐ Không
b) Tất cả các ứng viên cư trú tại một hoặc nhiều quốc gia ASEAN	☐ Có ☐ Không
c) Nhóm ứng viên đề xuất một sản phẩm du lịch có trách nhiệm kết hợp <u>tồn tại ít nhất một năm</u> bao gồm tối thiểu 1 nhà cung cấp dịch vụ lưu trú, 1 hướng dẫn viên bản địa, 1 dịch vụ ăn uống địa phương và 1 nhà vệ sinh công cộng do ít nhất 1 đơn vị một bên tư nhân và một đơn vị công đồng quản lý, mang lại lợi ích trực tiếp và gián tiếp cho người dân địa phương, quảng bá di sản văn hóa và/hoặc thiên nhiên, đồng thời tuân thủ các tiêu chuẩn vệ sinh và môi trường	☐ Có ☐ Không
d) Tất cả các đối tác của sản phẩm đã ký thỏa thuận đa phương	☐ Có ☐ Không
e) Hoạt động kinh tế phù hợp với chủ đề hàng năm của ASTA	☐ Có ☐ Không

PHỤ LỤC 8 - CÁC TIÊU CHÍ LIÊN QUAN ĐẾN QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN ĐỂ LỰA CHỌN GIAI ĐOẠN 2

“Đánh giá tại bàn”/ Lựa chọn các điểm đến để thẩm định

<i>Tiêu chuẩn</i>	<i>Tiêu chí</i>	<i>Phân tích</i>	<i>Phương thức xác minh</i>
Chiến lược điểm đến bền vững	Xây dựng kế hoạch hoặc chiến lược phát triển điểm đến trong dài hạn với sự tham gia của cộng đồng	☐ Có ☐ Không	Kế hoạch
Tổ chức quản lý điểm đến	Khu vực tư nhân và khu vực công tham gia vào việc tổ chức, điều phối du lịch	☐ Có ☐ Không	Biên bản cuộc họp (ít nhất 2 lần mỗi năm)
Giám sát	Quy trình giảm thiểu tác động du lịch được quan tâm triển khai	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
Quản lý thời vụ du lịch	Chiến lược cụ thể để tiếp thị các sự kiện trái mùa và thu hút khách quanh năm	☐ Có ☐ Không	Trang web/v.v.
Thích ứng biến đổi khí hậu	Chương trình tập huấn, phổ biến, nâng cao nhận thức của người dân, doanh nghiệp du lịch và du khách về biến đổi khí hậu	☐ Có ☐ Không	Tờ rơi, video, chương trình phát thanh, v.v.
Kiểm kê tài sản du lịch và điểm tham quan	Kiểm kê thực trạng, phân loại tài sản du lịch và các điểm tham quan bao gồm các điểm tự nhiên và văn hóa	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
Quy định quy hoạch	Lập kế hoạch hoặc phân vùng hướng dẫn, quy định và/hoặc chính sách bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
Dễ tiếp cận	Các giải pháp hỗ trợ tiếp cận được thiết kế hướng đến tính toàn vẹn của điểm đến, đồng thời tạo ra chỗ ở hợp lý cho người khuyết tật	☐ Có ☐ Không	3 giải pháp tiếp cận
Mua tài sản	Chính sách hoặc pháp luật quan tâm các quyền của người bản địa, đảm bảo tham vấn cộng đồng và chỉ cho phép tái định cư khi có sự đồng ý và/hoặc bồi thường hợp lý	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
Sự hài lòng của du khách	Thu thập và báo cáo công khai dữ liệu về sự hài lòng của du khách	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
Tiêu chuẩn bền vững	Giám sát việc doanh nghiệp du lịch tham gia chứng nhận du lịch hoặc hệ thống quản lý môi trường	☐ Có ☐ Không	Báo cáo
An toàn và an ninh	Các biện pháp phòng ngừa để đảm bảo an toàn như các trạm sơ cứu tại các bãi biển/địa điểm thu hút khách du lịch	☐ Có ☐ Không	# người được đào tạo và dụng cụ, trang thiết bị
Quản lý khủng hoảng và khẩn cấp	Xây dựng kế hoạch ứng phó khẩn cấp và khủng hoảng có sự tham gia của khu vực du lịch tư nhân và bao gồm quy trình truyền thông trong và sau khủng hoảng hoặc trường hợp khẩn cấp	☐ Có ☐ Không	Kế hoạch
Quảng bá	Thông điệp quảng bá điểm đến đúng với mô tả sản phẩm và dịch vụ	☐ Có ☐ Không	Thẩm định của đánh giá viên

PHỤ LỤC 9 - DANH SÁCH KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ CÁC YÊU CẦU

Các bảng sau đây tương tự như các bảng được điền bởi nhóm ứng viên. Các chuyên gia đánh giá cấp quốc gia cũng sẽ sử dụng các bảng dưới đây để xác minh sự tuân thủ của các sản phẩm du lịch bền vững với các tiêu chuẩn du lịch ASEAN. Không quá 30% sự khác biệt giữa thẩm định của đánh giá viên và tự đánh giá của nhóm ứng viên sẽ được chấp nhận. Ngoài ra, tổng điểm trong mỗi hạng mục không được thấp hơn 50% tổng điểm để đủ điều kiện tham gia cuộc thi.

Bảng 1 : Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng ASEAN - Yêu cầu tối thiểu.....	46
Bảng 2 : Tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN - Yêu cầu tối thiểu	48
Bảng 3 : Tiêu chuẩn homestay ASEAN - Yêu cầu tối thiểu.....	51
Bảng 4 : Yêu cầu tối thiểu đối với cơ chế quản trị hiệu quả và minh bạch.....	54
Bảng 5 : Yêu cầu tối thiểu đối với cơ sở hợp pháp của sản phẩm.....	54
Bảng 6 : Yêu cầu tối thiểu để quản lý hiệu quả và minh bạch.....	55
Bảng 7 : Yêu cầu tối thiểu để hợp tác hiệu quả.....	55
Bảng 8 : Yêu cầu tối thiểu để duy trì phẩm giá con người.....	55
Bảng 9 : Yêu cầu đối với chia sẻ công bằng lợi ích và chi phí.....	55
Bảng 10 : Yêu cầu đối với liên kết kinh tế khu vực	56
Bảng 11 : Yêu cầu tối thiểu để duy trì tính toàn vẹn văn hóa và làm phong phú các truyền thống văn hóa có giá trị.....	56
Bảng 12 : Yêu cầu bảo tồn tài nguyên thiên nhiên	56
Bảng 13 : Yêu cầu tối thiểu của hoạt động bảo tồn nhằm cải thiện môi trường..	56
Bảng 14 : Yêu cầu tối thiểu về sự tồn tại của sự tương tác giữa khách và cộng đồng địa phương	57
Bảng 15 : Yêu cầu về tính bền vững của sự tham gia của cộng đồng vào sản phẩm	57
Bảng 16 : Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng và chuyên môn của hướng dẫn viên địa phương.....	57
Bảng 17 : Yêu cầu tối thiểu để quản lý tour và hoạt động đảm bảo chất lượng...	58
Bảng 18 : Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng tốt của nhà cung cấp dịch vụ F&B.....	58
Bảng 19 : Yêu cầu tối thiểu để quản lý chất lượng dịch vụ F&B	59
Bảng 20 : Bảng tóm tắt các tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến sự tham gia của cộng đồng trong du lịch	60

TIÊU CHUẨN NHÀ VỆ SINH CÔNG CỘNG ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU

Ngày:	
Thực hiện bởi:	
Địa chỉ:	
Số liên lạc:	

Đánh dấu vào ô có/không có liên quan

Bảng 1: Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng ASEAN - Yêu cầu tối thiểu

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
1. Lối vào nhà vệ sinh		
1.1 Biển báo rõ ràng và có thể nhìn thấy rõ từ xa. Lối vào sạch sẽ, gọn gàng	☐	☐
2. Chung		
2.1 Tường, trần nhà sạch sẽ, khô ráo, không bám bụi, không rác bẩn	☐	☐
2.2 Sàn và tường sạch sẽ, nguyên vẹn, khô ráo	☐	☐
2.3 Không có mùi hôi trong nhà vệ sinh	☐	☐
2.4 Hệ thống thông gió/lỗ thông gió được lắp đặt và hoạt động	☐	☐
2.5 Hòm thư góp ý và tài liệu giáo dục được đưa ra ^[1] _{SEP}	☐	☐
2.6 Có sẵn các tiện nghi cơ bản (ví dụ: giấy vệ sinh, xà phòng, thùng rác, gương, khăn giấy, v.v.)	☐	☐
2.7 Các biện pháp tiết kiệm tài nguyên và nước (vòi cảm biến, ánh sáng tự nhiên, v.v.)	☐	☐
2.8 Hệ thống quản lý chất thải và xử lý nước được chính quyền địa phương phê duyệt	☐	☐
2.9 Quyền riêng tư: lối vào, bồn tiểu và vách ngăn tủ	☐	☐
3. Khu vực rửa		
3.1 Vòi nước, máy sấy khô tay, thùng rác được lắp đặt và hoạt động	☐	☐
3.2 Không rò rỉ, không hư hỏng phụ kiện cố định và hệ thống ống nước	☐	☐
3.3 Hộp đựng khăn giấy/xà phòng được đặt đúng chỗ, hoạt động và được đổ đầy	☐	☐
3.4 Khu vực rửa tổng thể sạch sẽ, khô ráo, ngăn nắp, không vứt rác bừa bãi	☐	☐
4. WC		

4.1 Cửa buồng sạch sẽ, hoạt động bình thường và được chốt; khóa/chốt còn nguyên vẹn	☐	☐
4.2 WC có bệ ngồi và nắp đậy	☐	☐
4.3 Móc áo được đặt đúng vị trí và nguyên vẹn	☐	☐
4.4 Bồn cầu và bệ ngồi còn nguyên vẹn, thông thoáng, không ố màu	☐	☐
4.5 Sàn tủ sạch sẽ, khô ráo	☐	☐
4.6 Xả bằng tay/tự động sạch và hoạt động bình thường	☐	☐
4.7 Hộp đựng giấy vệ sinh còn nguyên vẹn và được bổ sung	☐	☐
4.8 Thùng vệ sinh (có đạp chân mở nắp) có lót ở đúng vị trí, khô ráo, sạch sẽ, được khử trùng, không mùi, nguyên vẹn	☐	☐
4.9 Thùng rác (có đạp chân mở nắp) có lót ở đúng vị trí, khô ráo, sạch sẽ, được khử trùng, không mùi, nguyên vẹn	☐	☐
5. Bồn tiểu		
5.1 Bồn tiểu còn nguyên vẹn, thông thoáng, không ố màu	☐	☐
5.2 Xả bằng tay/tự động sạch và hoạt động bình thường	☐	☐
6. An ninh		
6.1 Hệ thống chiếu sáng bên trong và bên ngoài được lắp đặt và hoạt động	☐	☐
6.2 Có camera giám sát an ninh/tuần tra phù hợp	☐	☐
6.3 Tường và trần còn nguyên vẹn, không nứt	☐	☐
Tổng cộng	/28	

Tính điểm

- Những ứng viên có tự đánh giá về (các) nhà vệ sinh công cộng khác biệt nhiều so với thẩm định của các chuyên gia đánh giá quốc gia (từ 30% câu trả lời) sẽ tự động bị loại khỏi cuộc thi.
- Các ứng viên có thể gửi ảnh để chứng minh cho việc tuân thủ tiêu chuẩn ASEAN. Tuy nhiên, ứng viên phải đảm bảo rằng (các) thiết bị nhà vệ sinh công cộng phải ở trong tình trạng tốt để đánh giá sự phù hợp với các yêu cầu tối thiểu được áp dụng.
- Ứng viên đăng ký và các chuyên gia đánh giá quốc gia nên đánh dấu “không” khi có nghi ngờ hoặc một trong các trạng thái của hạng mục được đánh giá không hoàn toàn đáp ứng tiêu chí ASEAN.
- Do đó, các chuyên gia đánh giá quốc gia nên thoải mái ấn định số điểm đại diện tốt nhất cho tình trạng của (các) nhà vệ sinh công cộng.
- Tổng điểm trong hạng mục này không được thấp hơn 50% tổng điểm (trên 14 điểm “có”).

TIÊU CHUẨN KHÁCH SẠN XANH ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU

Ngày:	
Thực hiện bởi:	
Địa chỉ:	
Số liên lạc:	

Đánh dấu vào ô có/không có liên quan

Bảng 2: Tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN - Yêu cầu tối thiểu

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
1. Chính sách và hành động bảo vệ môi trường của khách sạn		
1.1. Tổ chức phải truyền đạt việc thực hành chính sách môi trường cho nhân viên, khách hàng và nhà cung cấp để họ tham gia (áp phích, chữ ký e-mail, v.v.).	☐	☐
1.2. Tổ chức phải thiết lập kế hoạch hành động bảo vệ môi trường để khuyến khích nhân viên, (khách hàng) và nhà cung cấp tham gia (kế hoạch bằng văn bản, biển chỉ dẫn, thông tin liên lạc tại quầy lễ tân).	☐	☐
1.3. Tổ chức phải có bằng chứng về hoạt động bảo vệ môi trường, ví dụ: báo cáo tiết kiệm năng lượng hàng tháng, báo cáo tiết kiệm nước hàng tháng, kết quả quan trắc nước thải hàng tháng, thông tin giảm lượng chất thải rắn hàng tháng, v.v.	☐	☐
2. Sử dụng sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường		
2.1. Các phòng, nhà hàng, hành lang, v.v. sẽ được trang trí chủ yếu bằng các sản phẩm địa phương (rèm, vải, v.v.).	☐	☐
2.2. Tổ chức sử dụng thực phẩm địa phương (50% các món ăn phải là sản phẩm địa phương).	☐	☐
2.3. Tổ chức sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường và có khả năng phân hủy sinh học (túi đựng rác có thể phân hủy sinh học, nhựa và giấy tái chế, chất tẩy rửa 'thân thiện với môi trường' và bột giặt đựng trong hộp có thể nạp lại)	☐	☐
3. Hợp tác với cộng đồng và các tổ chức địa phương		
3.1. Tổ chức phải thiết lập các kế hoạch hoặc triển khai các hoạt động để cải thiện chất lượng cuộc sống, ví dụ như y tế và giáo dục ở các khu vực địa phương. (Báo cáo hoạt động)	☐	☐
3.2. Tổ chức thiết lập các chương trình/hoạt động nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho cộng đồng địa phương. (Báo cáo hoạt động)	☐	☐

3.3. Tổ chức hình thành một dự án hoặc thiết lập các hoạt động để quảng bá về truyền thống và văn hóa địa phương. (Báo cáo hoạt động)	☐	☐
3.4. Tổ chức hỗ trợ hoặc tạo cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương. (% nhân viên địa phương)	☐	☐
4. Quản lý chất thải rắn		
4.1. Tổ chức phải áp dụng các nguyên tắc của 3R để quản lý chất thải rắn (giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế).	☐	☐
4.2. Tổ chức phải truyền thông đến công chúng hoặc triển khai hoạt động nội bộ để khuyến khích khách hàng của mình tham gia vào các chương trình quản lý chất thải.	☐	☐
4.3. Tổ chức phải có các hoạt động khuyến khích khách hàng hỗ trợ quản lý chất thải của khách sạn, ví dụ như đưa ra các lựa chọn sử dụng túi vải/nhựa có thể tái chế/phân hủy sinh học cho khách hàng.	☐	☐
5. Tiết kiệm năng lượng		
5.1. Tổ chức phải sử dụng có chọn lọc các thiết bị và đồ dùng điện có hiệu quả tiết kiệm năng lượng, ví dụ, hệ thống chiếu sáng tiết kiệm năng lượng hoặc chấn lưu tổn thất thấp và các thiết bị khác được chứng nhận có mức tiết kiệm năng lượng cao nhất là SỐ 5. ¹⁶	☐	☐
5.2. Tổ chức phải khuyến khích nhân viên tham gia vào các hoạt động tiết kiệm năng lượng (áp phích bằng ngôn ngữ địa phương, đào tạo, sổ tay, v.v.)	☐	☐
5.3. Tổ chức khuyến khích khách hàng tiết kiệm năng lượng, có thể sử dụng lời nhắc thân thiện về tiết kiệm năng lượng trong phòng khách và bảng quảng cáo.	☐	☐
6. Tiết kiệm nước và chất lượng nước		
6.1. Tổ chức phải sử dụng các thiết bị vệ sinh sử dụng nước hiệu quả như vòi tự động, bồn cầu xả kép lưu lượng thấp, v.v.	☐	☐
6.2. Tổ chức quảng bá để khuyến khích khách hàng tham gia vào chiến dịch tiết kiệm nước, ví dụ như nhắc nhở thân thiện về tiết kiệm nước trong phòng khách và bảng quảng cáo.	☐	☐
6.3. Tổ chức phải đưa ra quy định tiết kiệm nước và yêu cầu khách hàng hợp tác, ví dụ, xác định tần suất thay ga trải giường và khăn tắm, v.v.	☐	☐
6.4. Tổ chức phải có phương án dự phòng trong trường hợp lượng nước tiêu thụ không đạt tiêu chuẩn.	☐	☐
7. Quản lý chất lượng không khí (trong nhà và ngoài trời)		
7.1. Tổ chức phải bố trí khu vực hút thuốc riêng biệt với khu vực trung tâm và dán biểu tượng.	☐	☐

¹⁶ (i) Điều chỉnh nhiệt độ của tủ lạnh mini ở mức thấp nhất khi phòng không có người, (ii) sử dụng hệ thống sưởi năng lượng mặt trời để làm nước nóng, (iii) Đảm bảo máy giặt chỉ hoạt động ở công suất tối đa.

7.2. Tổ chức phải lập kế hoạch bảo trì máy phát điện và hệ thống điều hòa không khí. (Hồ sơ kế hoạch bảo trì)	☐	☐
8. Quản lý và xử lý nước thải		
8.1. Tổ chức cung cấp hệ thống xử lý nước thải phù hợp với quy mô và hoạt động của khách sạn khi không có hệ thống xử lý nước thải bên ngoài hỗ trợ.	☐	☐
8.2. Tổ chức lắp đặt hệ thống bẫy mỡ tại khu vực nhà bếp, nhà hàng và khu vực bị nhiễm dầu mỡ.	☐	☐
9. Quản lý xử lý chất độc hại và hóa chất		
9.1. Tổ chức phải có một nơi an toàn cách ly với nhân viên và khách hàng để cất giữ các chất nguy hiểm và độc hại.	☐	☐
9.2. Tổ chức phải truyền đạt thông tin về quản lý xử lý chất thải nguy hại cho khách hàng và nhân viên khách sạn, ví dụ, sử dụng lời nhắc thân thiện, tờ rơi, bảng quảng cáo, v.v.	☐	☐
Tổng cộng	/26	

Tính điểm

- Những ứng viên có tự đánh giá khác hẳn với thẩm định của các chuyên gia đánh giá quốc gia (từ 30% câu trả lời) sẽ tự động bị loại khỏi cuộc thi.
- Ứng viên đăng ký và các chuyên gia đánh giá quốc gia nên đánh dấu “không” khi có nghi ngờ hoặc một trong các trạng thái của hạng mục được đánh giá không hoàn toàn đáp ứng tiêu chí ASEAN.
- Do đó, các chuyên gia đánh giá quốc gia nên thoải mái ấn định số điểm đại diện tốt nhất cho tình trạng của (các) nhà vệ sinh công cộng.
- Tổng điểm trong hạng mục này không được thấp hơn 50% tổng điểm (trên 13 điểm “có”).

TIÊU CHUẨN HOMESTAY ASEAN - YÊU CẦU TỐI THIỂU

Ngày:	
Thực hiện bởi:	
Địa chỉ:	
Số liên lạc:	

Đánh dấu vào ô có/không có liên quan

Bảng 3: Tiêu chuẩn homestay ASEAN - Yêu cầu tối thiểu

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
1. Yêu cầu tiên quyết (không tính trong hệ thống tính điểm)		
1.1.Tối thiểu 5 nhà cung cấp homestay đã đăng ký trong làng	☐	☐
1.2.Nhà cung cấp dịch vụ homestay không có tiền án tiền sự	☐	☐
1.3.Nhà cung cấp dịch vụ lưu trú có sức khỏe tổng quát tốt	☐	☐

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
1. Chủ nhà		
1.1.Nhà cung cấp homestay đã hoàn thành khóa học homestay.	☐	☐
2. Chỗ ở		
2.1.Kết cấu nhà ở trong tình trạng tốt và an toàn.	☐	☐
2.2.Kiến trúc và hình thức mang đậm bản sắc địa phương (ảnh)	☐	☐
2.3.Phòng ngủ cho khách riêng biệt	☐	☐
2.4.Cung cấp đủ nước sạch trong nhà	☐	☐
2.5.Tối đa bốn (4) phòng ngủ được sắp xếp dành cho khách.	☐	☐
2.6.Khăn trải giường sạch và mới cho mỗi khách (hồ sơ giặt ủi)	☐	☐
2.7.Tiện nghi cơ bản như quạt, bàn làm việc, tủ mini, gương, ổ cắm điện, màn chống muỗi hoặc cuộn dây, v.v.	☐	☐
2.8.Nhà vệ sinh và phòng tắm cơ bản.	☐	☐
3. Các hoạt động		
3.1.Các hoạt động khuyến khích sự tương tác giữa cộng đồng địa phương và khách. (Tờ rơi giải thích các hoạt động)	☐	☐
4. Sự quản lý		

4.1. Tổ chức homestay có cơ cấu tổ chức với vai trò, trách nhiệm và đường dây liên lạc rõ ràng. (Sơ đồ tổ chức)	☐	☐
4.2. Tổ chức homestay có hỗ trợ của ban quản lý làng. (Ban quản lý làng cũng là thành viên ký kết thỏa thuận đa phương.)	☐	☐
4.3. Nhà cung cấp dịch vụ lưu trú tại nhà dân (homestay) có cơ sở dữ liệu về khách, ví dụ như hồ sơ về lượt khách đến, nguồn gốc, thời gian lưu trú, nhận xét, khiếu nại và đề xuất của khách.	☐	☐
4.4. Nhà cung cấp homestay đã cập nhật danh mục tài nguyên du lịch tại làng và khu vực xung quanh.	☐	☐
4.5. Nhà cung cấp dịch vụ lưu trú tại nhà dân có sách hướng dẫn hoặc đã được đào tạo về ít nhất bốn trong số các chủ đề sau: – Đón tiếp và phục vụ khách – Đăng ký, thanh toán – Vệ sinh và sạch sẽ – Kỹ năng giao tiếp – Lập kế hoạch, tổ chức và triển khai các hoạt động – Tiếp thị và quảng bá – Kỹ năng kể chuyện và diễn giải	☐	☐
5. Vị trí		
5.1. Vị trí có thể đi vào được cho bất kỳ phương thức vận chuyển.	☐	☐
5.2. Biển chỉ dẫn khách đến homestay rõ ràng	☐	☐
6. Vệ sinh và sạch sẽ		
6.1. Tất cả các phòng, nhà bếp và nhà vệ sinh đều sạch sẽ, ví dụ như không có mùi hôi, bụi bẩn và mạng nhện.	☐	☐
6.2. Xà phòng, dầu gội đầu, khăn giấy vệ sinh và khăn sạch được cung cấp	☐	☐
6.3. Khu vực xung quanh không có rác	☐	☐
6.4. Không có nơi sinh sản cho muỗi.	☐	☐
6.5. Dụng cụ nhà bếp ở tình trạng tốt, sạch sẽ và để nơi khô ráo.	☐	☐
6.6. Nguyên liệu tươi được sử dụng trong chế biến thực phẩm có nguồn gốc từ các nhà cung cấp địa phương. (Xác nhận của nhà cung cấp hoặc hóa đơn)	☐	☐
6.7. Nhà bếp ở trong tình trạng tốt, sạch sẽ và thông thoáng	☐	☐
6.8. Thực phẩm phục vụ được bảo quản đúng cách	☐	☐
6.9. Có nước uống an toàn	☐	☐
Tổng cộng	/26	

Tính điểm

- Những ứng viên có tự đánh giá khác hẳn với thẩm định của các chuyên gia đánh giá quốc gia (từ 30% câu trả lời) sẽ tự động bị loại khỏi cuộc thi.
- Ứng viên và các chuyên gia đánh giá quốc gia nên đánh dấu “không” khi có nghi ngờ hoặc một trong các trạng thái của hạng mục được đánh giá không hoàn toàn đáp ứng tiêu chí ASEAN.
- Do đó, các chuyên gia đánh giá quốc gia nên thoải mái ấn định số điểm đại diện tốt nhất cho tình trạng của (các) nhà vệ sinh công cộng.
- Tổng điểm trong hạng mục này không được thấp hơn 50% tổng điểm (trên 14 điểm “có”).

CÁC TIÊU CHUẨN ASEAN LIÊN QUAN ĐẾN SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG TRONG DU LỊCH - YÊU CẦU TỐI THIỂU

Bảng 4: Yêu cầu tối thiểu đối với cơ chế quản trị hiệu quả và minh bạch

Tiêu chí		CÓ	KHÔNG
Theo tiêu chuẩn du lịch cộng đồng ASEAN	Sản phẩm được quản lý bởi các thành viên cộng đồng địa phương thông qua Ủy ban du lịch được bầu với nhiệm kỳ tối đa 5 năm.	☐	☐
	Sản phẩm có cơ cấu quản lý rõ ràng với các vai trò và trách nhiệm đã được thống nhất (có sơ đồ tổ chức).	☐	☐
	Những người trực tiếp tham gia vào các hoạt động tuân thủ các quy tắc và quy định có liên quan của quốc gia và cấp tỉnh (bao gồm cả luật pháp địa phương)	☐	☐
	Việc tuyển dụng thành viên địa phương đáp ứng bất kỳ luật và quy định nào của quốc gia hoặc địa phương có liên quan (có hợp đồng)	☐	☐
	Việc tuyển dụng nhân lực địa phương để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ du lịch cụ thể (ví dụ: dịch vụ hướng dẫn, lưu trú, ăn uống) được Ủy ban du lịch địa phương tiến hành công bằng dựa trên nguyên tắc bình đẳng giới và hòa nhập xã hội.	☐	☐
	Việc bổ nhiệm, bãi nhiệm nhân lực cộng đồng địa phương phải được sự chấp thuận của ủy ban du lịch địa phương.	☐	☐
Theo Tiêu Chuẩn Homestay ASEAN	Đề xuất bán hàng độc nhất (USP) của làng đã được xác định.	☐	☐
	Phát triển vật phẩm quảng bá, ví dụ như tài liệu quảng cáo, bảng diễn giải, bảng điều khiển...	☐	☐
	Hợp tác với chính quyền địa phương và các công ty lữ hành để tiếp thị.	☐	☐

Bảng 5: Yêu cầu tối thiểu đối với cơ sở hợp pháp của sản phẩm

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Hoạt động hoặc sản phẩm được chính quyền cấp tỉnh và/hoặc cấp quốc gia công nhận.	☐	☐

Bảng 6: Yêu cầu tối thiểu để quản lý hiệu quả và minh bạch

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Hoạt động hoặc sản phẩm hình thành năng lực của cộng đồng để cung cấp sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ cho khách du lịch. (Phần lớn thành viên tham gia là người địa phương)	☐	☐
Hoạt động hoặc sản phẩm tối đa hóa việc sử dụng hàng hóa và dịch vụ do cộng đồng cung cấp (ít nhất 75% sản phẩm và dịch vụ được sản xuất tại địa phương)	☐	☐
Có một hệ thống quản lý tài chính rõ ràng và các thành viên cộng đồng có thể tiếp cận được (bảng cân đối kế toán).	☐	☐

Bảng 7: Yêu cầu tối thiểu để hợp tác hiệu quả

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Quan tâm khai thác hoạt động hoặc sản phẩm tránh các tác động tiêu cực đến cộng đồng lân cận (không có khiếu nại từ cộng đồng lân cận).	☐	☐

Bảng 8: Yêu cầu tối thiểu để duy trì phẩm giá con người

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Không ủng hộ, không cho phép, không cổ xúy du lịch tình dục, buôn bán ma túy, buôn người và bóc lột lao động trẻ em (các bảng quảng cáo).	☐	☐
Hoạt động hoặc sản phẩm thúc đẩy bình đẳng giới và hòa nhập xã hội (tỷ lệ nam và nữ bình đẳng/sự đa dạng về xuất xứ của người lao động).	☐	☐

Bảng 9: Yêu cầu đối với chia sẻ công bằng lợi ích và chi phí

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
<i>Yêu cầu tối thiểu</i> Có các thỏa thuận chia sẻ lợi ích rõ ràng và được thống nhất. (tài liệu)	☐	☐
<i>Yêu cầu nâng cao</i> Có quỹ phát triển cộng đồng hoặc các sáng kiến mang lại lợi ích cho cả cộng đồng. (Bảng cân đối kế toán)	☐	☐

Bảng 10: Yêu cầu đối với liên kết kinh tế khu vực

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
<i>Yêu cầu tối thiểu</i> Các thành viên cộng đồng địa phương chiếm phần lớn lực lượng thực hiện các hoạt động/sản phẩm.	☐	☐
Tìm nguồn cung ứng sản phẩm và dịch vụ tại địa phương/khu vực chiếm ưu thế trong hoạt động/sản phẩm.	☐	☐
<i>Yêu cầu nâng cao</i> Các sản phẩm cộng đồng địa phương được ưu tiên sử dụng hơn hàng nhập khẩu (ví dụ: quà lưu niệm được sản xuất trong nước so với sản xuất hàng loạt).	☐	☐

Bảng 11: Yêu cầu tối thiểu để duy trì tính toàn vẹn văn hóa và làm phong phú các truyền thống văn hóa có giá trị

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Các tài sản văn hóa có ý nghĩa quan trọng đối với cộng đồng địa phương và các truyền thống văn hóa có giá trị được các cộng đồng liên quan xác định, ghi lại và xác nhận (tài liệu/báo cáo).	☐	☐
Có các chương trình tái hiện chân thực, góp phần nâng cao và duy trì các truyền thống văn hóa địa phương nhằm bảo vệ sự toàn vẹn, bản sắc và giá trị văn hóa.	☐	☐
Tuân thủ tất cả các quy tắc, quy định và luật liên quan đến bảo vệ văn hóa và di sản. (Danh sách thực hành)	☐	☐

Bảng 12: Yêu cầu bảo tồn tài nguyên thiên nhiên

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
<i>Yêu cầu tối thiểu</i> Tài nguyên thiên nhiên và các địa điểm nhạy cảm với môi trường và mang ý nghĩa cộng đồng được các cộng đồng liên quan xác định, quy hoạch, ghi lại và xác nhận.	☐	☐

Bảng 13: Yêu cầu tối thiểu của hoạt động bảo tồn nhằm cải thiện môi trường

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Hiện có một hệ thống quản lý chất thải rắn thích hợp tại địa phương áp dụng các nguyên tắc tránh, giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế và xử lý hợp vệ sinh chất thải khó phân hủy (ví dụ: ủ phân).	☐	☐
Quản lý nước thải phù hợp với địa phương sử dụng các công nghệ giảm thiểu rủi ro đối với sức khỏe con người và tác động môi trường. (Những công nghệ nào?)	☐	☐
Tuân thủ các quy tắc, quy định và luật liên quan đến bảo vệ môi trường. (Danh sách thực hành)	☐	☐

Bảng 14: Yêu cầu tối thiểu về sự tồn tại của sự tương tác giữa khách và cộng đồng địa phương

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Thông tin về môi trường và văn hóa được đưa vào nội dung giải thích cộng đồng và môi trường xung quanh.	☐	☐
Các chính sách và hành động đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách. (Báo cáo)	☐	☐

Bảng 15: Yêu cầu về tính bền vững của sự tham gia của cộng đồng vào sản phẩm

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
<i>Yêu cầu tối thiểu</i> Giá cả minh bạch và hợp lý giữa khả năng chi trả của khách và mang lại lợi ích tương xứng cho cộng đồng. (Kế hoạch kinh doanh)	☐	☐

Bảng 16: Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng và chuyên môn của hướng dẫn viên địa phương¹⁷

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Hướng dẫn viên bản địa được tuyển chọn dựa trên trình độ kiến thức, sức khỏe thể chất và thể lực phù hợp cho các hoạt động hướng dẫn được đề xuất.	☐	☐
Hướng dẫn viên bản địa hoạt động trong khuôn khổ các Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng ASEAN và các quy định của sáng kiến du lịch cộng đồng, đồng thời đã ký kết và tuân theo Bộ quy tắc ứng xử của Hướng dẫn viên du lịch cộng đồng ASEAN (Phụ lục 2 của tiêu chuẩn du lịch cộng đồng ASEAN). (Đã ký cam kết)	☐	☐

¹⁷ Hướng dẫn địa phương là người trực tiếp ở cộng đồng gắn với sản phẩm.

Bảng 17: Yêu cầu tối thiểu để quản lý tour và hoạt động đảm bảo chất lượng

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Các chuyến tham quan/hoạt động theo các mục tiêu, hướng dẫn, quy định và quy tắc ứng xử của sáng kiến du lịch cộng đồng (CBT). (Đã ký cam kết)	☐	☐
Các chuyến tham quan/hoạt động đảm bảo du khách luôn tuân thủ các hướng dẫn đã được CBT phê duyệt để tương tác với văn hóa, môi trường tự nhiên và người dân trong cộng đồng.	☐	☐
Các tour/hoạt động xác định rõ ràng: • hành trình và giá đi kèm; và • hệ thống đặt chỗ.	☐	☐
Các chuyến tham quan/hoạt động ghi lại lượng khách, thời gian khởi hành và kết thúc chuyến tham quan. (Sổ ghi chép)	☐	☐
Du khách được thông báo về hành trình tham quan, mức độ khó khăn, các mối nguy hiểm có thể xảy ra, các biện pháp phòng ngừa đảm bảo an toàn và các quy định hoặc quy tắc ứng xử trong chuyến tham quan. (Tờ rơi)	☐	☐

Bảng 18: Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng tốt của nhà cung cấp dịch vụ F&B

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống sở hữu hoặc có thể chứng minh cam kết về các kỹ thuật phục vụ và chuẩn bị thực phẩm hợp vệ sinh.	☐	☐
Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống hoạt động theo hướng dẫn và quy định của sáng kiến du lịch cộng đồng - CBT (Đã ký cam kết)	☐	☐

Bảng 19: Yêu cầu tối thiểu để quản lý chất lượng dịch vụ F&B

Tiêu chí	CÓ	KHÔNG
Các dịch vụ ăn uống được cung cấp đảm bảo các mục tiêu, hướng dẫn, quy định và quy tắc ứng xử của sáng kiến CBT. (Đã ký cam kết)	☐	☐
Có thực đơn và giá đi kèm (nếu thích hợp).	☐	☐
Thực đơn thay đổi hàng ngày và bao gồm ít nhất một bữa ăn truyền thống vào mỗi thời điểm ăn uống.	☐	☐
Sử dụng tối đa thực phẩm tươi, được trồng hữu cơ và các nguyên liệu địa phương, bao gồm thịt và rau tươi, nhưng không sử dụng loại thịt thú rừng bị pháp luật cấm.	☐	☐
Mỗi bữa ăn có món tráng miệng và/hoặc trái cây.	☐	☐
Khu vực chuẩn bị thức ăn và đồ uống luôn được duy trì trong tình trạng sạch sẽ.	☐	☐
Dụng cụ chuẩn bị thức ăn và dụng cụ ăn uống được rửa sạch sẽ trước khi sử dụng (nghĩa là rửa sạch ngay sau khi ăn).	☐	☐
Những người cung cấp dịch vụ ăn uống rửa tay bằng xà phòng trong nước sạch trước và thường xuyên trong khi chuẩn bị thức ăn.	☐	☐
Thực phẩm được đựng trong các dụng cụ đựng sạch sẽ, ngăn nắp.	☐	☐
Động vật (động vật nuôi và động vật gây hại) phải cách khu vực bảo quản thực phẩm, nấu nướng và ăn uống.	☐	☐

Bảng 20: Bảng tóm tắt các tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến sự tham gia của cộng đồng trong du lịch

Tiêu chí	Chấm điểm
Cơ chế quản trị hiệu quả và minh bạch	/9
Cơ sở hợp pháp của sản phẩm	/1
Quản lý hiệu quả và minh bạch	/3
Hợp tác hiệu quả	/1
Giữ gìn phẩm giá con người	/2
Chia sẻ công bằng lợi ích và chi phí	/2
Liên kết kinh tế khu vực	/3
Duy trì tính toàn vẹn văn hóa và làm phong phú các truyền thống văn hóa có giá trị	/3
Bảo tồn tài nguyên thiên nhiên	/1
Các hoạt động bảo tồn để cải thiện môi trường	/3
Có tương tác giữa khách và cộng đồng địa phương	/2
Tính bền vững của sự tham gia của cộng đồng vào sản phẩm	/1
Đảm bảo chất lượng và chuyên môn của hướng dẫn viên địa phương	/2
Quản lý tour, hoạt động đảm bảo chất lượng	/5
Đảm bảo chất lượng tốt của các nhà cung cấp dịch vụ F&B	/2
Quản lý chất lượng dịch vụ F&B	/10
Tổng cộng	/50

Tính điểm

- Những ứng viên tự đánh giá về sự tham gia của cộng đồng địa phương vào du lịch khác hẳn so với thẩm định của các chuyên gia đánh giá quốc gia (từ 30% câu trả lời) sẽ tự động bị loại khỏi cuộc thi.
- Ứng viên và các chuyên gia đánh giá quốc gia nên đánh dấu “không” khi có nghi ngờ hoặc một trong các trạng thái của hạng mục được đánh giá không hoàn toàn đáp ứng tiêu chí ASEAN.
- Do đó, các chuyên gia đánh giá quốc gia nên thoải mái ấn định số điểm đại diện tốt nhất cho tình trạng của sản phẩm.
- Điểm tổng thể trong hạng mục này không được thấp hơn 50% tổng số (trên 25 “có”).

PHỤ LỤC 10 - TIÊU CHÍ TIẾP CẬN

Tiêu chí	Vui lòng cho biết
Công chúng có nhu cầu đặc biệt có thể tiếp cận sản phẩm không? *	☐ CÓ ☐ KHÔNG <i>[Hãy chọn một câu trả lời]</i> <i>Nếu có, vui lòng giải thích loại công chúng nào có thể mua sản phẩm</i>
Người bị suy giảm khả năng vận động*	☐ CÓ ☐ KHÔNG <i>[Hãy chọn một câu trả lời]</i>
Nếu CÓ, vui lòng giải thích làm thế nào những người bị suy giảm khả năng vận động có thể tiếp cận sản phẩm	
Nếu KHÔNG, vui lòng giải thích tại sao những người bị suy giảm khả năng vận động không thể tiếp cận sản phẩm	
Người khiếm thị *	☐ CÓ ☐ KHÔNG <i>[Hãy chọn một câu trả lời]</i>
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khiếm thị có thể tiếp cận sản phẩm	
Nếu KHÔNG, vui lòng giải thích tại sao người khiếm thị không thể tiếp cận sản phẩm	
Người khiếm thính*	☐ CÓ ☐ KHÔNG <i>[Hãy chọn một câu trả lời]</i>
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khiếm thính có thể tiếp cận sản phẩm	
Nếu KHÔNG, vui lòng giải thích tại sao người khiếm thính không thể tiếp cận sản phẩm	
Người khuyết tật tâm thần*	☐ CÓ ☐ KHÔNG <i>[Hãy chọn một câu trả lời]</i>
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khuyết tật tâm thần có thể tiếp cận sản phẩm	
Nếu KHÔNG, vui lòng giải thích tại sao người khuyết tật tâm thần không thể tiếp cận sản phẩm	
Tổng cộng	/5

PHỤ LỤC 11 - BẢNG TỔNG HỢP HỆ THỐNG ĐIỂM

Tiêu chí		Chấm điểm
Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng ASEAN - Yêu cầu tối thiểu		/28
Tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN - Yêu cầu tối thiểu		/26
Tiêu chuẩn homestay ASEAN - Yêu cầu tối thiểu		/26
Tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến sự tham gia của cộng đồng trong du lịch		/31
Tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến F&B		12
Các tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến doanh nghiệp, đại lý du lịch		5
Tiêu chuẩn ASEAN liên quan đến hướng dẫn viên địa phương		2
THƯỞNG	Tiêu chí liên quan đến quản lý điểm đến (tiêu chuẩn toàn cầu)	/14
	Khả năng tiếp cận	/5
Tổng cộng		/123



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)





VAI TRÒ, TRÁCH NHIỆM VÀ NGHĨA VỤ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN





Tài liệu này xác định các nhiệm vụ chính của đánh giá viên và cung cấp biểu mẫu đồng ý với "quy tắc ứng xử" khi thực hiện nhiệm vụ.

Trong khuôn khổ Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN, đánh giá là quá trình đưa ra nhận định về năng lực của một nhóm ứng viên thông qua các bằng chứng phù hợp với các tiêu chí lựa chọn ASTA đã được Đoàn công tác Du lịch ASEAN thông qua.

VAI TRÒ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Vai trò của đánh giá viên là đưa ra đánh giá minh bạch, công tâm về các bằng chứng do nhóm ứng viên có thể đưa ra để chứng minh năng lực đáp ứng được các tiêu chí đánh giá.

Để đảm bảo tính khách quan:

- Đánh giá viên phải sử dụng các hướng dẫn đánh giá để tuân thủ các nguyên tắc ASTA
- Đánh giá viên phải thành thạo về lĩnh vực đang được tiến hành đánh giá
- Đánh giá viên không có bất cứ thông tin hoặc liên quan gì đến sản phẩm dự thi
- Bất kỳ người nào có lợi ích cá nhân đối với kết quả đánh giá sẽ không được thực hiện đánh giá.

Trong trường hợp không thể thực hiện được, Cơ quan du lịch quốc gia cần thảo luận với Ban Thư ký ASEAN về các lựa chọn khả thi hơn.

TRÁCH NHIỆM CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

- Thực hiện đánh giá tại văn phòng và tại điểm theo tiêu chí lựa chọn ASTA và hoàn thành chính xác tất cả các tài liệu đánh giá bắt buộc
- Rà soát đầy đủ bằng chứng do ứng viên nộp đơn cung cấp đã đáp ứng đủ các yêu cầu của ASTA.
- Liên hệ lại với ứng viên khi có vấn đề về đơn đăng ký
- Phản hồi khách quan cho ứng viên về tình trạng hồ sơ và kết quả
- Hoàn thành tất cả các biểu mẫu đánh giá liên quan và liên hệ tới điều phối viên quốc gia (đầu mối liên hệ quốc gia) của ASTA
- Cung cấp phản hồi cho điều phối viên quốc gia



NGHĨA VỤ CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN (Quy tắc ứng xử)

Để thúc đẩy lòng tin và sự tín nhiệm, đánh giá viên được yêu cầu cam kết thực hiện các nghĩa vụ sau:

- **Tính độc lập:** Đánh giá viên được chỉ định phải thể hiện được tính công bằng và độc lập trong làm việc khi thực hiện các cuộc đánh giá. Đánh giá viên phải đảm bảo rằng không bị ảnh hưởng quá mức bởi quan điểm phát biểu của bất kỳ bên nào, trong mọi trường hợp.
- **Công bằng:** Đánh giá viên phải thực hiện một cách công bằng và không thiên vị trong tất cả các giai đoạn của cuộc đánh giá. Đánh giá viên không được để cảm xúc cá nhân chi phối dẫn đến thay đổi quan điểm trong việc báo cáo.
- **Sự tín nhiệm:** Đánh giá viên phải đảm bảo rằng mỗi đánh giá là chính xác, phù hợp và kịp thời.
- **Xung đột lợi ích:** Bất kỳ người nào có lợi ích cá nhân đối với kết quả đánh giá sẽ không thực hiện đánh giá về đơn đăng ký
- **Trung thực và liêm chính:** Đánh giá viên ASTA sẽ chỉ được chấp nhận nếu có kỹ năng và kinh nghiệm để hoàn thành nhiệm vụ.
- **Trách nhiệm giải trình:** Đánh giá viên làm việc cho ASTA phải chịu trách nhiệm hoàn thành đánh giá theo quy định của các quốc gia thành viên ASEAN.
- **Bảo mật:** Đánh giá viên phải tôn trọng quyền bảo mật thông tin của người cung cấp và không được tiết lộ với bất cứ bên thứ ba nào.
- **Nghĩa vụ của những người tham gia ASTA** - Đánh giá viên phải:
 - Tôn trọng quyền bảo mật thông tin của người cung cấp và không được tiết lộ với bất cứ bên thứ ba nào.
 - Tôn trọng những khác biệt về văn hóa, phong tục, tập quán địa phương, tín ngưỡng và tôn giáo, tương tác cá nhân, bình đẳng giới, khuyết tật, tuổi tác và dân tộc, đồng thời lưu ý đến những tác động tiềm ẩn của những khác biệt này khi lập kế hoạch, thực hiện và báo cáo đánh giá.
 - Tập trung cao độ khi thu thập thông tin cần thiết và thực hiện đánh giá; thông báo cấp thiết cho các cá nhân hoặc tổ chức quan tâm ASTA nhằm tối ưu hiệu quả và tôn trọng quyền riêng tư của mọi người.
- **Độ chính xác, đầy đủ và tin cậy:** Đánh giá viên làm việc cho ASTA có nghĩa vụ đảm bảo rằng các đánh giá là chính xác, đầy đủ và đáng tin cậy. Đánh giá viên phải:



- Thực hiện các yêu cầu kỹ lưỡng, sử dụng một cách có hệ thống các phương pháp và kỹ thuật thích hợp, xác thực thông tin bằng nhiều biện pháp và nguồn khác nhau để đề phòng sai lệch và đảm bảo các sai sót được phát hiện và sửa chữa.
- Trình bày khách quan các giả định và phân tích những tác động có ảnh hưởng đến việc đánh giá.
- Đánh giá đầy đủ và công bằng về các sản phẩm
- Giải trình một cách rõ ràng về các đánh giá và kết luận dựa trên các cơ sở lý luận để những người tham gia có thể nắm rõ.
- **Tính minh bạch:** Đánh giá viên phải thông báo rõ ràng cho những người tham gia về tính hợp lý của việc đánh giá khi phát sinh các vấn đề tranh chấp.

PHẦN KẾT LUẬN

Điều quan trọng nhất với các đánh giá viên là phải có kỹ năng ứng xử tốt và có thể giao tiếp hiệu quả với ứng viên nộp đơn. Đánh giá viên cần tạo dựng mối quan hệ tin cậy với ứng viên nộp đơn khi thực hiện khảo sát thực tế. Các ứng viên tin tưởng rằng:

- Đánh giá là công bằng
- Đánh giá viên hành động chính trực
- Đánh giá viên đảm bảo tính bảo mật
- Việc đánh giá được thực hiện theo các nguyên tắc của tiêu chuẩn ASTA.





BỘ LUẬT ĐÁNH GIÁ

MẪU THỎA THUẬN¹⁸

Đồng ý tuân thủ vai trò, trách nhiệm và nghĩa vụ của đánh giá viên ASTA đối với việc đánh giá đơn đăng ký nhận Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN.

Tên đánh giá viên:

Tên tổ chức (nếu có liên quan):

Tôi xác nhận rằng tôi đã nhận, hiểu rõ và sẽ tuân thủ vai trò, trách nhiệm và nghĩa vụ của đánh giá viên ASTA đối với việc đánh giá các đơn đăng ký nhận Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN.

Ký tại (địa điểm) vào (ngày)

Chữ ký:

¹⁸ Được tất cả các đánh giá viên ký với tư cách cá nhân



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)





HƯỚNG DẪN HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ASTA





LƯU Ý: HƯỚNG DẪN NÀY CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ ASTA CHO CÁC QUỐC GIA THÀNH VIÊN ASEAN NHẪM TĂNG KHẢ NĂNG NHẬN DIỆN CỦA CUỘC THI VÀ ĐƠN VỊ CHIẾN THẮNG MỖI QUỐC GIA CÓ CƠ HỘI TIẾN XA HƠN. ỨNG VIÊN ĐẠT GIẢI THƯỞNG ASTA SẼ KHÔNG NHẬN ĐƯỢC HỖ TRỢ TÀI CHÍNH, NHƯNG CÓ VỊ TRÍ ĐẶC BIỆT TRONG TRUYỀN THÔNG DU LỊCH CỦA MỖI QUỐC GIA.

1. CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG ASTA

1.1. Mục tiêu của hoạt động truyền thông ASTA

Để đảm bảo thành công của Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN, hoạt động truyền thông cần đạt được 5 mục tiêu:

1. Số lượng lớn các nhà điều hành du lịch biết đến giải thưởng
2. Nhiều nhà điều hành du lịch sẵn sàng nộp đơn
3. Nhiều ứng viên tiếp cận các tài liệu cuộc thi để tham gia
4. Một số hồ sơ chất lượng được nộp đúng hạn
5. Các sản phẩm chiến thắng được biết đến rộng rãi

1.2. Mục tiêu của truyền thông ASTA

Hoạt động truyền thông ASTA được chia làm 3 phạm vi chủ yếu, từ địa phương đến quốc gia và quốc tế. Phạm vi hướng tới bao gồm các bên liên quan đến du lịch địa phương, những ứng viên được ủng hộ để tăng cường quảng bá sản phẩm để các nhà điều hành và du khách nội địa, quốc tế có thể tiếp cận các sản phẩm này. Ở cộng đồng quốc tế, truyền thông ASTA hướng tới mục tiêu làm nổi bật ASEAN như một điểm đến du lịch bền vững.

1) Mục tiêu của cuộc thi

ASTA tìm kiếm các sản phẩm du lịch bền vững, do đó mục tiêu truyền thông là các nhà điều hành du lịch công và tư nhân tham gia vào hoạt động du lịch bền vững.

- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức
- Các khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức
- Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững

2) Mục tiêu quảng bá sản phẩm đạt giải

Chính sách thưởng của ASTA không bao gồm tiền thưởng, mà tập trung đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá cho các sản phẩm thắng cuộc. Do đó, việc xúc tiến cần hướng đến hai mục tiêu chính:

- 1) Các đơn vị kinh doanh: Các nhà điều hành tour du lịch quốc tế và các đại lý du lịch



2) Khách du lịch

3) Mục tiêu của sáng kiến ASTA

ASTA là một công cụ để truyền thông về sự tham gia của ASEAN vào chính sách du lịch bền vững ở cấp độ quốc tế. Do đó, các mục tiêu hướng tới là các cơ quan quản lý du lịch quốc gia và các tổ chức quốc tế như UNWTO, PATA, MTCO, v.v.

1.3. Tổ chức truyền thông về ASTA

Phần này mô tả vai trò của các đơn vị khác nhau liên quan đến ASTA và trong việc thúc đẩy điểm đến tại mỗi quốc gia thành viên ASEAN. Trước hết là vai trò của Ban Thư ký ASEAN trong gắn kết sâu sắc các quốc gia thành viên. Tiếp đến là công việc phác thảo các nguyên tắc chính để mỗi quốc gia thành viên tuân theo trong việc tăng cường khả năng tiếp cận về ASTA tới các ứng viên tiềm năng. Đặc biệt, vai trò của các quốc gia thành viên trong việc thống nhất sử dụng một tài liệu truyền thông để tăng khả năng nhận diện cuộc thi ở cấp khu vực và quốc tế.

a) Vai trò truyền thông của Ban Thư ký ASEAN

- Thông báo về cuộc thi
 - Trên trang web ASEAN tại địa chỉ <https://asean.org/>
 - Trong các thông tin liên lạc chính thức, các cuộc họp ...
- Quảng bá tất cả những ứng viên đạt giải
 - Tổ chức lễ trao giải ASTA trong Hội chợ Du lịch Quốc tế
 - Quảng bá rộng rãi trên toàn cầu qua trang web quảng bá <https://www.visitsoutosystemasia.travel/> (mục Lên kế hoạch cho các chuyến đi/ sản phẩm du lịch)
 - Tham gia quảng bá booklet giới thiệu ứng viên đạt giải ASTA

b) Vai trò truyền thông của tất cả các quốc gia tham gia

- Thông báo về cuộc thi
 - Một chuyên trang trên trang web của Cơ quan du lịch quốc gia
 - Thông tin chính thức đến tất cả các văn phòng du lịch trong khu vực
 - Các cuộc họp
 - Mạng xã hội
 - Bản tin
 - Kết nối với các đại diện tổ chức nghề nghiệp (ví dụ: hiệp hội, hội, câu lạc bộ du lịch)
- Phổ biến để các doanh nghiệp lữ hành tiếp cận các tài liệu cuộc thi
 - Tạo chuyên trang trên trang web của Cơ quan du lịch quốc gia
 - Gửi email cho các văn phòng du lịch khu vực
 - Gửi email cho các doanh nghiệp lữ hành
 - Mạng xã hội



- Bản tin
- Hỗ trợ ứng viên
 - Tạo một địa chỉ email cho cuộc thi và trả lời tất cả các câu hỏi .
 - CHDCND Lào đã tạo một địa chỉ email chung để tất cả thành viên có thể sử dụng asta.asean@gmail.com
- Quảng bá ứng viên đạt giải và cuộc thi
 - Thông tin về ứng viên đạt giải trước đó và hiện tại trên chuyên trang
 - Liên kết tải tập sách giới thiệu ứng viên đạt giải phiên bản 2018 và 2020
https://drive.google.com/drive/folders/1sWOr6F_pvMYvfTe_yWXRi8vN4mmz3gslR?usp=sharing
 - Lễ trao giải tại ATF
 - Tổ chức lễ trao giải cấp quốc gia
 - Quảng cáo trên mạng xã hội
 - Các bài báo chí
 - Tham gia hội chợ du lịch quốc gia
 - Đưa các sản phẩm vào chiến lược quảng bá du lịch quốc gia (website, brochure, hội chợ...) có logo ASTA

c) Các yếu tố liên kết với truyền thông quốc gia

Để đảm bảo sự thành công của truyền thông, một số yếu tố cần được tất cả các nước tham gia và ASEAN sử dụng:

- Logo ASTA giống nhau
 Link tải Logo ASTA
<https://drive.google.com/drive/folders/1e7jilMOf16GsyaKfL08uZF4Rocm6pHLg?usp=sharing>
- Các yếu tố truyền thông ASTA tương tự (xem các mẫu truyền thông trong chương 4)

Mỗi quốc gia có thể chọn truyền thông về ASTA bằng ngôn ngữ của quốc gia hoặc tiếng Anh. Nếu truyền thông bằng ngôn ngữ của quốc gia, tất cả các tài liệu cuộc thi cần phải được dịch.



2. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG ASTA

Các hoạt động truyền thông cần được chú trọng. Truyền thông ASTA ở mỗi quốc gia cần được chuẩn bị kỹ lưỡng với một kế hoạch truyền thông xác định rõ các kênh truyền thông quốc gia phù hợp với các mục tiêu cần đạt được.

Dưới đây là một kế hoạch truyền thông quốc gia về ASTA đề xuất các câu hỏi mỗi quốc gia cần quan tâm trả lời.

5 mục tiêu ASTA bao gồm:



MỤC TIÊU 1: SỐ LƯỢNG LỚN CÁC NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH BIẾT ĐẾN GIẢI THƯỞNG

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	TẦN SUẤT VÀ NỘI DUNG
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch, + các tổ chức quốc tế	“Chúng tôi tự hào thông báo ra mắt phiên bản ASTA 2021-2022 về du lịch an toàn”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Trang tĩnh trên website với link tải tài liệu + thông tin liên hệ khi cần hỗ trợ * Việc cần làm trước: dịch các tài liệu sang ngôn ngữ quốc gia
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	1 thông tin sau khi công bố hướng dẫn giải thích khái niệm, thể lệ, cuộc thi và lựa chọn chủ đề
Điều hành du lịch		Bản tin	1 bài viết ngay sau khi công bố hướng dẫn giải thích khái niệm, thể lệ, thông tin chi tiết về cuộc thi và lựa chọn chủ đề + phỏng vấn nhà điều hành du lịch đưa ra ý kiến về cuộc thi
Công chúng		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình quốc gia	1 bài viết ngay sau khi công bố chính thức hướng dẫn giải thích khái niệm, thể lệ, thông tin chi tiết về cuộc thi và lựa chọn chủ đề + cuộc phỏng vấn Bộ Du lịch về lý do quốc gia tham gia cuộc thi



Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình địa phương	1 bài báo ở mỗi tỉnh, thành về chính thức công bố hướng dẫn giải thích khái niệm, thể lệ, thông tin chi tiết về cuộc thi và lựa chọn chủ đề + phỏng vấn đại diện chính quyền địa phương về ý nghĩa của việc tham gia giải thưởng
		Các cuộc họp	Tổ chức một hoặc một số cuộc họp với các bên liên quan địa phương để giới thiệu về cuộc thi và giải thích quy tắc (ví dụ: tổ chức các cuộc họp địa phương về các tiêu chuẩn du lịch ASEAN)
		Nhóm xã hội	Tạo nhóm trên whatsapp/ Line/ Signal/ Telegram để thông báo cho các bên liên quan tại địa phương về cuộc thi
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Tạp chí du lịch	1 bài báo giải thích khái niệm + phỏng vấn các chuyên gia du lịch quốc tế đưa ra ý kiến về giải thưởng
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	Đăng thông tin có liên kết đến trang web của cuộc thi



MỤC TIÊU 2: THU HÚT NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH ĐĂNG KÝ DỰ THI

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	TẦN SUẤT VÀ NỘI DUNG
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức + Khách du lịch tiềm năng	“Rất đáng để tham gia cuộc thi ASTA”	Trang web xúc tiến du lịch quốc gia	* Tỉnh - Tạo 2 trang trên trang web 1) Quảng bá cho những ứng viên đạt giải theo booklet năm 2018 2) Quảng bá những ứng viên đạt giải theo booklet năm 2020 + Nếu có thể kèm theo chia sẻ của những ứng viên đạt giải
Điều hành du lịch		Bản tin	1 bài báo quảng bá ASTA phiên bản trước (liên kết đến trang web quảng bá) và mời tham gia phiên bản mới (liên kết đến trang tổ chức)
Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí địa phương	1 bài báo ở mỗi tỉnh quảng bá những ứng viên đạt giải trước đây
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	Một số bài đăng với liên kết đến trang web - Chuyên trang quảng bá những ứng viên đạt giải



MỤC TIÊU 3: ỨNG VIÊN TIẾP CẬN TÀI LIỆU CUỘC THI ĐỂ THAM GIA

MỤC TIÊU	THÔNG điệp	KÊNH TRUYỀN THÔNG	TẦN SUẤT VÀ NỘI DUNG
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch	“Nếu bạn muốn tham gia, bạn có thể tìm thấy tất cả các tài liệu đăng ký một cách dễ dàng” + “lưu ý rằng chúng tôi đề cao tính bền vững, chỉ những hồ sơ tốt nhất mới giành chiến thắng”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Đảm bảo rằng trang giới thiệu buổi ra mắt có thông tin rõ ràng về các quy tắc, thể lệ của cuộc thi, các tài liệu có thể tải xuống và tính năng phản hồi các câu hỏi Cung cấp liên kết đến trang có các cách thức truyền thông trực tuyến về ASTA.
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		Bưu điện	Gửi 2 bộ hồ sơ đến mỗi Cơ quan quản lý du lịch tỉnh/thành phố, kèm theo văn bản đề nghị thông báo, liên hệ, hướng dẫn các nhà điều hành địa phương quan tâm tham gia
		Nhóm xã hội	Tạo nhóm trên kênh whatsapp/ Line/ Signal/ Telegram để cung cấp liên kết đến các tài liệu và trả lời các câu hỏi



MỤC TIÊU 4: NHIỀU HỒ SƠ CHẤT LƯỢNG NỘP ĐÚNG THỜI HẠN

MỤC TIÊU	Thông điệp	KÊNH TRUYỀN THÔNG	TẦN SUẤT và NỘI DUNG
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch, + các tổ chức quốc tế	“Đừng quên thời hạn nộp đơn”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Chuyển các tài liệu sang ngôn ngữ quốc gia Đầu mỗi liên hệ quốc gia có thể trả lời các câu hỏi của ứng viên nộp đơn
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	4 tháng trước thời hạn, nhắc nhở về cuộc thi kèm theo các quy tắc và cách tham gia
Điều hành du lịch		Bản tin	3 tháng trước thời hạn, nhắc nhở về cuộc thi kèm theo các quy tắc và cách tham gia
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	Bài đăng nhắc nhở - "Còn 4 tháng để tham gia" - "Còn 3 tháng để tham gia" - "Còn 2 tháng để tham gia"
		Nhóm xã hội	Tạo nhóm trên kênh Whatsapp/ Line/ Signal/ Telegram để thông báo



MỤC TIÊU 5: CÁC SẢN PHẨM ĐẠT GIẢI ĐƯỢC BIẾT ĐẾN

MỤC TIÊU	Thông điệp	KÊNH TRUYỀN THÔNG	TẦN SUẤT VÀ NỘI DUNG
- Các tổ chức ASEAN, các nhà điều hành du lịch, - Các tổ chức quốc tế - Các công ty lữ hành quốc tế, đại lý du lịch, chuỗi khách sạn .. + khách du lịch tiềm năng	“Chúng tôi tự hào giới thiệu các sản phẩm du lịch an toàn bền vững và độc đáo nhất”	Diễn đàn Du lịch ASEAN	Lễ trao giải và họp báo
		Trang web ASEAN	- Cập nhật kết quả của cuộc thi lên trang web tổ chức - Tạo chuyên trang trên trang web xúc tiến để quảng bá các sản phẩm đạt giải hoặc tích hợp các sản phẩm đạt giải trong phần riêng có liên kết để mua sản phẩm
		Trang web Du lịch Quốc gia	- Cập nhật trang web tổ chức với kết quả của cuộc thi - Tạo một trang trên trang web tiếp thị để quảng cáo các sản phẩm chiến thắng hoặc tích hợp các sản phẩm chiến thắng trong phần dành riêng với liên kết để mua sản phẩm
		Gặp gỡ	Tổ chức lễ trao giải cấp quốc gia
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế - Khách sạn và homestay + Khách du lịch tiềm năng		Hội chợ du lịch quốc gia	Giới thiệu chính thức những ứng viên đạt giải Lễ trao giải quốc gia Sản phẩm đạt giải được hiển thị trong tài liệu quảng bá du lịch quốc gia



- Các tổ chức ASEAN, các nhà khai thác du lịch, - Các tổ chức quốc tế - Các công ty lữ hành quốc tế, đại lý du lịch, chuỗi khách sạn .. + Khách du lịch tiềm năng		Hội chợ du lịch quốc tế	Đưa các sản phẩm đạt giải vào tài liệu quảng bá
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	Trước lễ trao giải, thông tin về kết quả cuộc thi và thông tin về buổi lễ trong thời gian diễn ra ATF
Điều hành du lịch		Bản tin	Sau lễ trao giải, thông tin về kết quả cuộc thi và thông báo về các hoạt động xúc tiến tiếp theo dành cho các ứng viên đạt giải + liên kết đến trang xúc tiến du lịch quốc gia
Công chúng		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình quốc gia	1 bài viết ngay sau lễ trao giải, thông tin về các ứng viên đạt giải toàn quốc + link vào trang để mua các gói sản phẩm + phỏng vấn 1 hoặc 2 ứng viên đạt giải/ phỏng vấn Bộ trưởng chúc mừng ứng viên đạt giải



Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình địa phương	1 bài viết ngay sau lễ trao giải, thông tin về các ứng viên đạt giải toàn quốc + link vào trang để mua các gói sản phẩm + phỏng vấn 1 hoặc 2 ứng viên đạt giải hoặc phỏng vấn chuyên gia du lịch địa phương về giải thưởng và sự tôn vinh các ứng viên xuất sắc
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Tạp chí du lịch	1 bài viết quảng bá những ứng viên đạt giải + liên kết đến trang xúc tiến du lịch quốc gia + cuộc phỏng vấn chuyên gia du lịch quốc tế về chất lượng của các gói sản phẩm
		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	1 bài đăng quảng bá ứng viên đạt giải sau khi công bố kết quả cuộc thi 1 bài đăng trong buổi lễ giới thiệu danh sách những ứng viên đạt giải 1 bài đăng cho mỗi ứng viên đạt giải sau buổi lễ, với liên kết đến trang xúc tiến của bộ du lịch quốc gia giới thiệu các sản phẩm du lịch



3. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA

Mỗi quốc gia ASEAN có các phương pháp và công cụ khác nhau để đạt được 5 mục tiêu của kế hoạch truyền thông ASTA

Trong thời gian diễn ra hội thảo ASTA từ ngày 5 đến ngày 7 tháng 7 năm 2016, mỗi quốc gia lập một kế hoạch truyền thông và để xem chi tiết có thể bấm vào liên kết đến kế hoạch truyền thông của từng quốc gia dưới đây:

- [Vương quốc Brunei](#)
- [Campuchia](#)
- [Indonesia](#)
- [CHDCND LÀO](#)
- [Malaysia](#)
- [Myanmar](#)
- [Philippines](#)
- [Singapore](#)
- [Thái Lan](#)
- [Việt Nam](#)



4. CÁC MẪU TRUYỀN THÔNG

Vui lòng tham khảo các mẫu được đề xuất dưới đây cho truyền thông ASTA, được điều chỉnh theo từng quốc gia

4.1. Chuyên trang ASTA trên web Cơ quan du lịch quốc gia

LOGO ASTA	LOGO QUỐC GIA	LOGO ASEAN
Liên kết tải Logo ASTA https://drive.google.com/drive/folders/1e7jilMOF16GsyaKfL08uZF4Rocm6pHLg?usp=sharing		

Chào mừng tới trang ASTA của **[Tên quốc gia]**: Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN!

ASTA là gì?

Đây là cuộc thi nhằm trao giải các sản phẩm du lịch nông thôn và thành thị bền vững nhất ở mỗi quốc gia ASEAN. Bộ tài liệu bao gồm các quy tắc, quy trình và tiêu chí lựa chọn giống nhau cho mỗi quốc gia với mục tiêu nâng cao tính bền vững của ngành du lịch trong ASEAN. ASTA khuyến khích các tổ chức nhà nước và tư nhân hợp tác với nhau để đưa ra các sản phẩm đáp ứng các tiêu chí bền vững theo Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN.

Giải thưởng ASTA đã được tổ chức hai mùa, với chủ đề khác nhau

Năm 2018: Du lịch dựa vào thiên nhiên - (liên kết đến trang web quốc gia hoặc ASEAN để tải xuống phần tài liệu năm 2018)

Năm 2020: Du lịch văn hóa - (liên kết đến trang web quốc gia hoặc ASEAN để tải xuống phần tài liệu năm 2020)

Link tải 2 tài liệu:

<https://drive.google.com/drive/folders/1sWOr6FpvMYvfTeyWXRi8vN4mmz3gslR?usp=sharing>

Do đại dịch đã ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế cũng như ngành du lịch và để khách du lịch cảm thấy thoải mái, chủ đề của giải thưởng ASTA năm 2022 là “du lịch an toàn”



Du lịch an toàn là gì?

Du lịch an toàn đề cập đến các chuyến đi đến các điểm đến đã thực hiện các biện pháp phòng ngừa dịch bệnh để cung cấp cho du khách trải nghiệm an toàn nhất và tạo thành tôn chỉ trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Trong khi ASTA được sử dụng để làm nổi bật các chủ đề cụ thể như của hai mùa giải năm 2018 và 2020 (du lịch dựa vào thiên nhiên và du lịch văn hóa), tác động của đại dịch đã đòi hỏi lựa chọn một chủ đề có thể bao gồm tất cả các danh mục hoặc loại sản phẩm. Đối với mùa giải năm 2022, mục đích là tạo điều kiện chuyển sang trải nghiệm an toàn hơn cho tất cả du khách đến các nước ASEAN. Với ý nghĩa này, bất kỳ nhóm nào gồm nhà nước và tư nhân đã và đang cung cấp “sản phẩm bền vững” cho du khách nội địa, khu vực và quốc tế trong ít nhất một năm đều có thể tham gia ASTA 2022.

Sản phẩm du lịch ASTA là gì?

Mục tiêu của ASTA là nâng cao chất lượng trong các nước ASEAN và thúc đẩy quan hệ đối tác công tư. Do đó, ASTA tập trung vào “Sản phẩm du lịch kết hợp”, được biết đến nhiều nhất là “Sản phẩm du lịch trọn gói” hoặc “tour du lịch trọn gói”.

Sản phẩm du lịch tham gia ASTA là sự kết hợp của một hoặc nhiều hoạt động bao gồm ít nhất đêm lưu trú, 1 bữa ăn tại địa phương, 1 hoạt động gắn với cộng đồng địa phương, 1 hướng dẫn viên địa phương, với quyền sử dụng 1 nhà vệ sinh thoải mái và miễn phí/ nhà vệ sinh, phương tiện giao thông địa phương ở một quốc gia ASEAN.

Để đảm bảo tính bền vững, sản phẩm ASTA phải tồn tại và được bán trong 1 năm. Điều này tránh việc quảng bá các sản phẩm có thể có chất lượng tốt nhưng không có thị trường.

Tôi có phải trả phí để tham gia ASTA không?

Không, cuộc thi ASTA là miễn phí

Giải thưởng là gì?

ASTA hướng đến mục tiêu cung cấp nhiều thông tin hơn về sản phẩm bền vững trên thị trường du lịch, do đó, những ứng viên đạt giải sẽ được hưởng lợi từ một chương trình quảng bá quốc tế và quốc gia, chẳng hạn như:

- Không gian dành riêng trên <https://www.visitsoutosystemasia.travel/> và [URL của trang web xúc tiến du lịch quốc gia]
- Thư mời tham dự Lễ trao giải trong khuôn khổ Diễn đàn Du lịch ASEAN để được tôn vinh và trao chứng nhận
- Tích hợp gói sản phẩm đạt giải vào tài liệu quảng bá du lịch quốc gia để sử dụng cho các hội chợ du lịch trong nước và quốc tế
- Quảng bá trên báo chí, truyền thông xã hội và các kênh truyền thông du lịch
- Các lợi ích khác trong hoạt động xúc tiến du lịch quốc gia, chẳng hạn như tổ chức một buổi lễ trao giải cấp quốc gia



Ai có thể đăng ký tham gia?

Cuộc thi sẽ trao giải cho các sản phẩm du lịch bền vững được cung ứng trên thị trường từ 1 năm trở lên, do đó, bất kỳ nhà cung ứng dịch vụ du lịch có sản phẩm đáp ứng điều kiện đều có thể đăng ký.

Làm sao để đăng kí ?

Ứng viên đăng ký gửi đến **[email liên hệ]** trước **[hạn chót]** mẫu đơn điền bằng tiếng Anh hoặc bằng **[ngôn ngữ quốc gia]**
Có thể tải bộ hồ sơ tại đây **[link tải bộ hồ sơ]**

Bao gồm mấy loại hình?

ASTA chỉ có 2 loại: Sản phẩm nông thôn và sản phẩm thành thị

Có bao nhiêu ứng viên sẽ được nhận giải thưởng?

Mỗi quốc gia có tối đa 2 ứng viên đạt giải, 1 sản phẩm nông thôn và 1 sản phẩm thành thị.

Thủ tục đánh giá chứng nhận như thế nào?

Mỗi quốc gia tham gia tổ chức đánh giá quốc gia theo hai bước:

- 1- Đánh giá tại văn phòng: Các chuyên gia đánh giá quốc gia sẽ kiểm tra xem hồ sơ của ứng viên có tuân thủ 3 bộ tiêu chí không và chọn ra 3 hồ sơ tốt nhất trong mỗi hạng mục.
- 2- Đánh giá thực tế: Các chuyên gia đánh giá quốc gia khảo sát sản phẩm có điểm số tốt nhất để xác minh tính xác thực của hồ sơ và chọn ra các hồ sơ tốt nhất trong từng hạng mục để đề xuất ASEAN quyết định.

Các tiêu chí đánh giá là gì?

- 1- Tiêu chí ASTA: Ứng viên phải đề xuất một gói sản phẩm dịch vụ đã tồn tại được 1 năm, bao gồm ít nhất 1 đêm lưu trú và có sự tham gia của một số đối tác, và gửi đơn đăng ký đúng thời hạn.
- 2-Tiêu chí liên quan đến chủ đề: Mỗi gói sản phẩm sẽ phải mô tả cách tổ chức chuyển tham quan **an toàn**
- 3- Tiêu chí bền vững: Mỗi nhà cung cấp dịch vụ được đánh giá dựa trên 22 tiêu chí bền vững. Sản phẩm nông thôn cần đạt tối thiểu 50% tiêu chí và sản phẩm đô thị 60%. Các tiêu chí dựa trên các Tiêu chuẩn ASEAN đã được ban hành.

Nếu tôi có câu hỏi về hồ sơ, tôi có thể làm gì?

Ứng viên có thể tìm thấy các câu trả lời trong hướng dẫn dành cho ứng viên đăng ký **[liên kết tải xuống bộ hồ sơ]**
Nếu ứng viên còn băn khoăn, ứng viên có thể viết thư tới **[email / số điện thoại của các đầu mối liên lạc trên toàn quốc]** hoặc asta.asean@gmail.com



4.2. Chuyên trang quảng bá ASTA

LỰA CHỌN 1:

Tích hợp những ứng viên đạt giải trong các danh mục hiện có của trang web quảng bá du lịch quốc gia

- + Biểu trưng ASTA: Liên kết tải xuống Biểu trưng ASTA
<https://drive.google.com/drive/folders/1e7jilMOF16GsyaKfL08uZF4Rocm6pHLg?usp=sharing>
- + Đề cập đến “**Tên quốc gia** Đạt giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN cho hạng mục nông thôn/ thành thị (**chọn**) cho Phiên bản 2018/2020 (**chọn**) về Du lịch dựa vào thiên nhiên/ Du lịch văn hóa và di sản (**chọn**)”
- + Ảnh của lễ trao giải

→ Sau đó, thực hiện tương tự đối với Phiên bản 2022-2023 bằng cách sử dụng thông tin được cung cấp trong Phần 1 của biểu mẫu đăng ký, chẳng hạn như mô tả ngắn và liên kết để mua các sản phẩm

LỰA CHỌN 2:

Tạo một trang riêng về các sản phẩm du lịch bền vững để quảng bá quán quân ASTA



4.3. Gửi email cho các bên liên quan đến du lịch địa phương để thông báo về việc phát động cuộc thi

Đối tượng: Cuộc thi giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN về [chủ đề] (ví dụ du lịch an toàn) đang diễn ra

Biểu trưng ASTA (Liên kết tải xuống Biểu trưng ASTA

<https://drive.google.com/drive/folders/1e7jilMOf16GsyaKfL08uZF4Rocm6pHLg?Usp=sharing>)

Thân gửi các đối tác,

Tên đất nước tự hào thông báo về việc khởi động phiên bản thứ 3 của giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN - ASTA!

Chủ đề của giải thưởng năm nay là "du lịch an toàn"

Cuộc thi ASTA chọn những gói sản phẩm du lịch bền vững nhất của mỗi quốc gia ASEAN, trong hai hạng mục khu vực thành thị và nông thôn

Sản phẩm du lịch ASTA là sự kết hợp của một hoặc nhiều hoạt động bao gồm ít nhất đêm lưu trú, 1 bữa ăn tại địa phương, 1 hoạt động gắn với cộng đồng địa phương, 1 hướng dẫn viên địa phương, với quyền sử dụng 1 nhà vệ sinh thoải mái và miễn phí/ nhà vệ sinh, phương tiện giao thông địa phương ở một quốc gia ASEAN.

Cuộc thi sẽ diễn ra cho đến khi hết hạn nộp hồ sơ và đơn đăng ký của ứng viên sẽ được gửi đến (**email của điểm liên hệ quốc gia + địa chỉ bưu điện**)

Ứng viên có thể tìm thấy tất cả các giải thích, quy tắc, thể lệ cuộc thi và các biểu mẫu đăng ký trên trang web [**URL của chuyên trang ASTA trên trang web của Cơ quan du lịch quốc gia**]

Để biết thêm chi tiết, vui lòng liên hệ (**email + điện thoại của đầu mối toàn quốc**) hoặc gửi thư về địa chỉ asean.asta@gmail.com

Mong muốn nhận được đơn đăng ký và tài liệu quảng bá các gói sản phẩm du lịch bền vững và an toàn nhất, đặc biệt trong bối cảnh khủng hoảng do covid, điều cần thiết là mang đến cho du khách sự tin tưởng có thể bắt đầu đi du lịch trở lại với các biện pháp an toàn.

Trân trọng,

Chữ ký



4.4. Đăng bài (mạng xã hội)

🔊 Cuộc thi # ASTA 2022-2023 được mở để đăng ký cho đến **[thời gian hết hạn]**! Chủ đề: Du lịch An toàn. Chúng tôi sẽ chọn gói sản phẩm du lịch bền vững tốt nhất ở hạng mục thành thị 🏙️ và nông thôn, trao giải thưởng 🏆 trong ATF vào tháng 1 năm 2022. Bạn muốn đăng ký? Tất cả thông tin tại đây **[URL của chuyên trang ASTA trên trang web của Cơ quan du lịch quốc gia]** #ASEAN, #ASTA, #SustainableTourism



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)



ĐÀO TẠO ASTA - PHÁT TRIỂN KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG QUỐC GIA VỀ ASTA





1. MỤC TIÊU TRUYỀN THÔNG

Để đảm bảo sự thành công của Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN, các mục tiêu đặt ra là:

1. Số lượng lớn các nhà điều hành du lịch biết đến cuộc thi
2. Nhiều nhà điều hành du lịch sẵn sàng nộp đơn
3. Nhiều ứng viên tiếp cận các tài liệu cuộc thi để tham gia
4. Một số hồ sơ chất lượng được nộp đúng hạn
5. Các sản phẩm chiến thắng được biết đến rộng rãi

Kế hoạch truyền thông quốc gia

Tên nước: Việt Nam



MỤC TIÊU 1: SỐ LƯỢNG LỚN NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH BIẾT ĐẾN GIẢI THƯỞNG

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	HOẠT ĐỘNG	Mức độ khó khăn
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch, + các tổ chức quốc tế	“Chúng tôi tự hào thông báo ra mắt phiên bản ASTA 2021-2022 về du lịch an toàn”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Url của trang web tổ chức: vietnamtourism.gov.vn ; bvhttdl.gov.vn	#1 Trang web cố định có link tải tài liệu + thông tin liên hệ giải đáp thắc mắc *Việc cần làm trước: dịch tài liệu sang tiếng Việt	Thấp Việc đưa thông tin lên trang Web có thể dễ dàng thực hiện
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	Bộ có gửi email cho các nhà khai thác du lịch không? Nếu có, cái nào? Để nói điều gì? Cơ quan du lịch quốc gia gửi email đến tất cả các cơ quan chịu trách nhiệm quản lý du lịch địa phương và Hiệp hội Du lịch để thông báo về giải thưởng ASTA, chủ đề, thời hạn, lợi ích, cách đăng ký, liên kết để truy cập tài liệu của cuộc thi. Người nhận sẽ tiếp tục thông tin đến các đơn vị khai thác du lịch	#2 Giải đáp thắc mắc về khái niệm, quy trình, thể lệ, chủ đề và các thông tin khác của cuộc thi	Trung bình Việc gửi email có thể thực hiện đơn giản nhưng đôi khi địa chỉ email bị thay đổi nên sẽ gặp một số khó khăn trong việc tiếp nhận



Điều hành du lịch		Bản tin	Bạn có một bản tin? Cho mục đích gì? Thông tin ASTA có thể được tích hợp không? Đúng vậy, chúng tôi có bản tin trong văn phòng để thông báo tất cả về các hoạt động du lịch. ASTA có thể tham gia vào điều khoản của ASEAN.	#3 Giải đáp thắc mắc về khái niệm, quy trình, thể lệ, chủ đề và các thông tin khác của cuộc thi, phỏng vấn nhà điều hành du lịch đưa ra ý kiến về cuộc thi	Cao Khó khăn là có rất nhiều sản phẩm khác nhau và nhiều sản phẩm giống nhau
Công chúng		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình quốc gia	Tên của các tờ báo quốc gia là gì? Bộ có kết nối với kênh đó không? Tạp chí Du lịch Việt Nam là tờ báo chính về du lịch của cả nước. Ngoài ra, còn có các Báo khác như Báo Tổ quốc http://toquoc.vn ; http://congly.vn ; http://vovworld.vn	#4 Giải đáp thắc mắc về khái niệm, quy trình, thể lệ, chủ đề và các thông tin khác của cuộc thi. Phỏng vấn cơ quan đầu ngành về lý do tham gia cuộc thi	Thấp Việc đưa thông tin lên các trang báo chí quốc gia có thể thực hiện một cách dễ dàng và có thể chia sẻ thông tin với báo chí quốc gia khác
Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình địa phương	Chính quyền địa phương có sử dụng báo chí địa phương để truyền thông tới các doanh nghiệp địa phương không? Các kênh khác? Có, một số chính quyền địa phương thông báo trên báo chí địa phương như tỉnh Khánh Hòa	#5 Giải đáp thắc mắc về khái niệm, quy trình, thể lệ, chủ đề và các thông tin khác của cuộc thi. Phỏng vấn đại diện chính quyền địa phương về ý nghĩa và sự cần thiết tham gia giải thưởng	Trung bình Không nhiều chính quyền địa phương có báo chí riêng



- Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức			http://sdl.khanhhoa.gov.vn hoặc tỉnh Quảng Ninh, tỉnh Quảng Nam http://quangnamtourism.com.vn		
- Các nhà điều hành tour du lịch / đại lý du lịch trong nước và quốc tế tham gia vào du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Các khách sạn và homestay tham gia du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Các cuộc họp	Tên của các tạp chí du lịch quốc gia nổi tiếng là gì? Bộ có thể xuất bản một bài báo? Tạp chí Du lịch Việt Nam là tờ báo chính về du lịch của cả nước. Bên cạnh đó, họ có trang web http://vtr.org.vn	#6 Giải thích về nội dung chương trình + Phỏng vấn chuyên gia du lịch quốc tế cho ý kiến giải thưởng	Thấp
- Các nhà điều hành tour du lịch / đại lý du lịch trong nước và quốc tế tham gia vào du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Các khách sạn và homestay tham gia du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Mạng xã hội	Cơ quan đầu ngành có sử dụng mạng xã hội không? Cái nào? Cho truyền thông gì? ASTA có thể là một phần của nó? Vâng, Tổng cục Du lịch có http://facebook.com/vnatitc ; zalo, tiktok, Instagram Chúng tôi chưa đưa ASTA vào nhưng nó sẽ được thực hiện.	#7 Đăng bài với liên kết đến trang web giải thưởng ASTA	Thấp Thật đơn giản để đưa thông tin lên mạng xã hội
			hội chợ du lịch	Khác ? Hãy đề xuất	



MỤC TIÊU 2 : THU HÚT NHIỀU NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH SẴN SÀNG ĐĂNG KÝ

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Khó khăn
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức + Khách du lịch tiềm năng	“Rất đáng để tham gia cuộc thi ASTA”	Trang web xúc tiến du lịch quốc gia	url của trang web xúc tiến du lịch quốc gia “Truy cập” Chưa. Chúng tôi sẽ xem xét áp dụng thông báo sau	* Tỉnh - Tạo 2 trang trên trang web 1) Quảng bá cho những ứng viên đạt giải theo booklet năm 2018 2) Quảng bá những ứng viên đạt giải theo booklet năm 2020 + Nếu có thể kèm theo chia sẻ của những ứng viên đạt giải	Cao
Điều hành du lịch		Bản tin	Tương tự như mục tiêu 1 Đúng	1 bài báo quảng bá ASTA phiên bản trước (liên kết đến trang web quảng bá) và mời tham gia phiên bản mới (liên kết đến trang tổ chức)	Trung bình



Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí địa phương	Tương tự như mục tiêu 1 Đúng	1 bài báo ở mỗi tỉnh quảng bá những ứng viên đạt giải trước đây	Trung bình
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	Tương tự như mục tiêu 1 Đúng	Một số bài đăng với liên kết đến trang web - Chuyên trang quảng bá những ứng viên đạt giải	Thấp
				Khác ? Hãy đề xuất	



MỤC TIÊU 3: CÁC ỨNG VIÊN TIẾP CẬN TÀI LIỆU CUỘC THI ĐỂ THAM GIA

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Khó khăn
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch	“Nếu bạn muốn tham gia, bạn có thể tìm thấy tất cả các tài liệu đăng ký một cách dễ dàng” + “lưu ý rằng chúng tôi đề cao tính bền vững, chỉ những hồ sơ tốt nhất mới giành chiến thắng”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Tương tự như mục tiêu 1 Đúng	Đảm bảo rằng trang giới thiệu buổi ra mắt có thông tin rõ ràng về các quy tắc, thể lệ của cuộc thi, các tài liệu có thể tải xuống và tính năng phản hồi các câu hỏi Cung cấp liên kết đến trang có các cách thức truyền thông trực tuyến về ASTA.	Thấp Trung bình Cao
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		Bưu điện	Tương tự như mục tiêu 1 Không, nó không hữu ích	Gửi 2 bộ hồ sơ đến mỗi Cơ quan quản lý du lịch tỉnh/thành phố, kèm theo văn bản đề nghị thông báo, liên hệ, hướng dẫn các nhà điều hành địa phương quan tâm tham gia	Thấp Trung bình Cao
				Khác ? Hãy đề xuất	Thấp Trung bình Cao



MỤC TIÊU 4: NHIỀU HỒ SƠ CHẤT LƯỢNG NỘI DUNG ĐÚNG HẠN

MỤC TIÊU	THÔNG ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Khó khăn
Các tổ chức địa phương, các nhà điều hành du lịch, + Các tổ chức quốc tế	“Đừng quên thời hạn nộp đơn”	Trang web của Cơ quan du lịch quốc gia	Tương tự như mục tiêu 1	Chuyển các tài liệu sang ngôn ngữ quốc gia Đầu mối liên hệ quốc gia có thể trả lời các câu hỏi của ứng viên nộp đơn	Thấp Trung bình Cao
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	Tương tự như mục tiêu 1	4 tháng trước thời hạn, nhắc nhở về cuộc thi kèm theo các quy tắc và cách tham gia	Thấp Trung bình Cao
Điều hành du lịch		Bản tin	Tương tự như mục tiêu 1	3 tháng trước thời hạn, nhắc nhở về cuộc thi kèm theo các quy tắc và cách tham gia	Thấp Trung bình Cao



- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch	Tương tự như mục tiêu 1	Bài đăng nhắc nhở - "Còn 4 tháng để tham gia" - "Còn 3 tháng để tham gia" - "Còn 2 tháng để tham gia"	Thấp Trung bình Cao
				Khác ? Hãy đề xuất	



MỤC TIÊU 5: CÁC SẢN PHẨM ĐẠT GIẢI ĐƯỢC BIẾT ĐẾN

MỤC TIÊU	THÔNG G ĐIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Cấp độ khó
- Các tổ chức ASEAN, các nhà điều hành du lịch, - Các tổ chức quốc tế - Các công ty lữ hành quốc tế, đại lý du lịch, chuỗi khách sạn .. + Khách du lịch tiềm năng	“Chúng tôi tự hào giới thiệu các sản phẩm du lịch an toàn bền vững và độc đáo nhất”	Diễn đàn Du lịch ASEAN	ASEAN	Lễ trao giải và họp báo	Thấp Trung bình Cao
		Trang web ASEAN	ASEAN	- Cập nhật kết quả của cuộc thi lên trang web tổ chức - Tạo chuyên trang trên trang web xúc tiến để quảng bá các sản phẩm đạt giải hoặc tích hợp các sản phẩm đạt giải trong phần riêng có liên kết để mua sản phẩm	Thấp Trung bình Cao
		Trang web Du lịch Quốc gia	Tương tự như mục tiêu 1	- Cập nhật trang web tổ chức với kết quả của cuộc thi - Tạo một trang trên trang web tiếp thị để quảng cáo các sản phẩm chiến thắng hoặc tích hợp các sản phẩm chiến thắng trong phần dành riêng với liên kết để mua sản phẩm	Thấp Trung bình Cao
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các công ty lữ hành/đại lý du lịch trong nước và quốc tế		Gặp gỡ	Đâu là hội chợ du lịch quốc gia phù hợp nhất để quảng bá ứng viên đạt giải ASTA?	Tổ chức lễ trao giải cấp quốc gia	Thấp Trung bình Cao



MỤC TIÊU	THÔNG G DIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Cấp độ khó
- Khách sạn và homestay + Khách du lịch tiềm năng			ATF, Hội chợ Du lịch Việt Nam		
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế - Khách sạn và homestay + Khách du lịch tiềm năng		Hội chợ du lịch quốc gia	Quốc gia của bạn đang tham gia hội chợ du lịch quốc tế nào và có điều chỉnh để quảng bá ứng viên đạt giải ASTA?	Giới thiệu chính thức những ứng viên đạt giải Lễ trao giải quốc gia Sản phẩm đạt giải được hiển thị trong tài liệu quảng bá du lịch quốc gia	Thấp Trung bình Cao
- Các tổ chức ASEAN, các nhà khai thác du lịch, - Các tổ chức quốc tế - Các công ty lữ hành quốc tế, đại lý du lịch, chuỗi khách sạn .. Khách du lịch tiềm năng		Hội chợ du lịch quốc tế	Tương tự như mục tiêu 1	Đưa các sản phẩm đạt giải vào tài liệu quảng bá	Thấp Trung bình Cao



MỤC TIÊU	THÔNG G DIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Cấp độ khó
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Cộng đồng địa phương tham gia vào du lịch bền vững		E-mail	Tương tự như mục tiêu 1	Trước lễ trao giải, thông tin về kết quả cuộc thi và thông tin về buổi lễ trong thời gian diễn ra ATF	Thấp Trung bình Cao
Điều hành du lịch		Bản tin	Tương tự như mục tiêu 1	Sau lễ trao giải, thông tin về kết quả cuộc thi và thông báo về các hoạt động xúc tiến tiếp theo dành cho các ứng viên đạt giải + liên kết đến trang xúc tiến du lịch quốc gia	Thấp Trung bình Cao
Công chúng		Báo chí/ phát thanh/ truyền		1 bài viết ngay sau lễ trao giải, thông tin về các ứng viên đạt giải	



MỤC TIÊU	THÔNG G DIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Cấp độ khó
		hình quốc gia		toàn quốc + link vào trang để mua các gói sản phẩm + phỏng vấn 1 hoặc 2 ứng viên đạt giải/ phỏng vấn Bộ trưởng chúc mừng ứng viên đạt giải	
Cộng đồng địa phương - Các nhà điều hành tour du lịch địa phương/ đại lý du lịch tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Báo chí/ phát thanh/ truyền hình địa phương		1 bài viết ngay sau lễ trao giải, thông tin về các ứng viên đạt giải toàn quốc + link vào trang để mua các gói sản phẩm + + phỏng vấn 1 hoặc 2 ứng viên đạt giải hoặc phỏng vấn chuyên gia du lịch địa phương về giải thưởng và sự tôn vinh các ứng viên xuất sắc	
- Các nhà điều hành tour du lịch/ đại lý du lịch nội địa và quốc tế tham gia vào hoạt động du lịch bền		Tạp chí du lịch		1 bài viết quảng bá những ứng viên đạt giải + liên kết đến trang xúc tiến du lịch quốc gia cuộc phỏng vấn chuyên gia du lịch quốc tế về chất lượng của các gói sản phẩm	



MỤC TIÊU	THÔNG G DIỆP	KÊNH TRUYỀN THÔNG	Ở Việt Nam	TẦN SUẤT & NỘI DUNG	Cấp độ khó
vững, có trách nhiệm, có đạo đức - Khách sạn và homestay tham gia vào hoạt động du lịch bền vững, có trách nhiệm, có đạo đức		Phương tiện truyền thông xã hội của bộ du lịch		1 bài đăng quảng bá ứng viên đạt giải sau khi công bố kết quả cuộc thi 1 bài đăng trong buổi lễ giới thiệu danh sách những ứng viên đạt giải 1 bài đăng cho mỗi ứng viên đạt giải sau buổi lễ, với liên kết đến trang xúc tiến của bộ du lịch quốc gia giới thiệu các sản phẩm du lịch	



2. MẪU TRUYỀN THÔNG - VÍ DỤ

TRANG WEB CỦA TỔ CHỨC

Chào mừng tới **Trang [Tên quốc gia]** giới thiệu về ASTA: Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN!

ASTA là gì?

Đây là cuộc thi để trao giải cho các gói sản phẩm du lịch bền vững nhất ở mỗi Quốc gia ASEAN.

Giải thưởng ASTA đã được tổ chức hai mùa, với chủ đề khác nhau

Năm 2018: Du lịch dựa vào thiên nhiên - (liên kết đến trang web quốc gia hoặc ASEAN để tải xuống phần tài liệu năm 2018)

Năm 2020: Du lịch văn hóa - (liên kết đến trang web quốc gia hoặc ASEAN để tải xuống phần tài liệu năm 2020)

Do đại dịch đã ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế cũng như ngành du lịch và để khách du lịch cảm thấy thoải mái, chủ đề của giải thưởng ASTA năm 2022 là “du lịch an toàn”

Tôi có phải trả phí để tham gia ASTA không?

Không, cuộc thi ASTA là miễn phí

Giải thưởng là gì?

ASTA hướng đến mục tiêu cung cấp nhiều thông tin hơn về sản phẩm bền vững trên thị trường du lịch, do đó, những ứng viên đạt giải sẽ được hưởng lợi từ một chương trình quảng bá quốc tế và quốc gia, chẳng hạn như:

- Không gian dành riêng trên <https://www.visitsoutosystemasia.travel/> và **[URL của trang web xúc tiến du lịch quốc gia]**
- Thư mời tham dự Lễ trao giải trong khuôn khổ Diễn đàn Du lịch ASEAN để được tôn vinh và trao chứng nhận
- Tích hợp gói sản phẩm đạt giải vào tài liệu quảng bá du lịch quốc gia để sử dụng cho các hội chợ du lịch trong nước và quốc tế
- Quảng bá trên báo chí, truyền thông xã hội và các kênh truyền thông du lịch
- **Các lợi ích khác trong hoạt động xúc tiến du lịch quốc gia, chẳng hạn như tổ chức một buổi lễ trao giải cấp quốc gia**

Ai có thể đăng ký tham gia?

Cuộc thi sẽ trao giải cho các sản phẩm du lịch bền vững được cung ứng trên thị trường từ 1 năm trở lên, do đó, bất kỳ nhà cung ứng dịch vụ du lịch có sản phẩm đáp ứng điều kiện đều có thể đăng ký.

**Làm sao để đăng kí ?**

Ứng viên đăng ký gửi đến [\[email liên hệ\]](#) trước [\[hạn chót\]](#) mẫu đơn điền bằng tiếng Anh hoặc bằng [\[ngôn ngữ quốc gia\]](#)
Có thể tải bộ hồ sơ tại đây [\[link tải bộ hồ sơ\]](#)

Có các loại hình sản phẩm nào?

ASTA bao gồm 2 loại: sản phẩm du lịch bền vững nông thôn và sản phẩm du lịch bền vững thành thị

Có bao nhiêu ứng viên được giải thưởng?

Có tối đa 4 ứng viên của mỗi quốc gia đạt giải, 2 sản phẩm nông thôn và 2 sản phẩm thành thị.

Các tiêu chí đánh giá là gì?

- 1- Tiêu chí ASTA: Ứng viên phải đề xuất một gói sản phẩm dịch vụ đã tồn tại được 1 năm, bao gồm ít nhất 1 đêm lưu trú và có sự tham gia của một số đối tác, và gửi đơn đăng ký đúng thời hạn.
- 2-Tiêu chí liên quan đến chủ đề: Mỗi gói sản phẩm sẽ phải mô tả cách tổ chức chuyến tham quan **an toàn**
- 3- Tiêu chí bền vững: Mỗi nhà cung cấp dịch vụ được đánh giá dựa trên 22 tiêu chí bền vững. Sản phẩm nông thôn cần đạt tối thiểu 50% tiêu chí và sản phẩm đô thị 60%. Các tiêu chí dựa trên các Tiêu chuẩn ASEAN đã được ban hành.

Quy trình đánh giá là gì?

- 1- Đánh giá tại văn phòng
Các chuyên gia đánh giá quốc gia sẽ kiểm tra xem hồ sơ của ứng viên có tuân thủ 3 bộ tiêu chí không và chọn ra 3 hồ sơ tốt nhất trong mỗi hạng mục (thành thị và nông thôn)
- 2- Đánh giá thực tế
Các chuyên gia đánh giá quốc gia khảo sát sản phẩm tốt nhất để xác minh tính xác thực của hồ sơ và chọn ra 2 hồ sơ tốt nhất trong mỗi hạng mục

Khi nào sẽ biết kết quả?

Kết quả sẽ được công bố trên trang web này trước [\[ngày\]](#)

Nếu tôi có thắc mắc về hồ sơ, tôi có thể làm gì?

Ứng viên có thể tìm thấy câu trả lời trong tài liệu Hướng dẫn dành cho ứng viên nộp đơn
Nếu có thắc mắc, ứng viên có thể viết thư gửi [\[email / số điện thoại của các đầu mối liên lạc trên toàn quốc\]](#)



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)





HƯỚNG DẪN TỔ CHỨC VÀ CÁCH THỨC QUẢN LÝ





Tài liệu này mô tả cách tổ chức ASTA, các giai đoạn tổ chức cuộc thi (giải thưởng) và các hành động cần thực hiện.

1. Hướng dẫn tổ chức cuộc thi ASTA

Hướng dẫn này giúp hiểu rõ về cách thức thiết kế, xây dựng, phát động cuộc thi ASTA và quản lý tổ chức.

Mỗi giai đoạn được trình bày chi tiết để cung cấp những thông tin đầy đủ về mức độ phức tạp, các yêu cầu và cách thức để thực hiện mỗi cuộc thi ASTA. Khi đọc tài liệu này, đơn vị điều phối ASTA tại mỗi quốc gia ASEAN sẽ có một lượng thông tin đáng kể và nắm chắc về cách thức tổ chức cuộc thi ASTA từ giai đoạn phát động đến sau cuộc thi.

2. Các giai đoạn của cuộc thi ASTA

Hai giai đoạn đầu tiên của cuộc thi ASTA, cụ thể là giai đoạn lập kế hoạch, xác định quy trình tổ chức, trong đó đưa ra các định nghĩa chính xác và hình thành cuộc thi ASTA, đã được thực hiện trong giai đoạn Lào đảm nhận vị trí chủ tịch ASEAN (2016).

Cuộc thi ASTA có ba giai đoạn quan trọng như: Đầu tiên là giai đoạn phát động nơi bắt đầu quảng bá và công khai, tiếp theo là giai đoạn quản lý và thực hiện chứng kiến cuộc thi diễn ra và tiếp nhận hồ sơ đăng ký, và cuối cùng là giai đoạn sau cuộc thi, bắt đầu sau khi công bố kết quả, tôn vinh ứng viên đạt giải.

2.1. Giai đoạn phát động

Trước khi cuộc thi được phát động, đơn vị điều phối ASTA cần truyền đạt cho từng Quốc gia ASEAN về chủ đề của cuộc thi, chẳng hạn bằng cách chuẩn bị hình ảnh, các trang web quốc gia và ASEAN cũng như bằng cách khởi động các chiến dịch quảng bá theo yêu cầu.



1) Chuẩn bị phần hình ảnh và các công cụ truyền thông

Trước khi đơn vị điều phối ASTA ở mỗi quốc gia ASEAN có thể phát động cuộc thi ASTA, cần phải phát triển các trang web, tài liệu kêu gọi nộp đơn và các tài liệu truyền thông tương tự khác ¹⁹.

KHUYẾN NGHỊ

- Một chuyên trang trên web mỗi Bộ Du lịch Quốc gia và các trang web ASEAN
- Quảng bá Giải thưởng Du lịch bền vững ASEAN
- Mời các bên liên quan khu vực công và tư nhân tham gia
- Cung cấp các quy tắc và quy định cạnh tranh
- Cung cấp mẫu hồ sơ đăng ký để tải xuống
- Tập tài liệu giới thiệu ASTA (sẽ được phân phát tại tất cả các văn phòng du lịch địa phương và khu vực)
- Chiến dịch báo chí/ truyền hình/ web quốc gia quảng bá ASTA
- Tích cực quảng bá trên mạng xã hội với trang/ tài khoản chuyên dụng

2) Xây dựng hoặc chọn kênh truyền thông

Mỗi đơn vị điều phối ASTA phải đảm bảo rằng các kênh thông tin liên lạc đang hoạt động tốt, phổ biến rộng rãi về cuộc thi. Mỗi đơn vị điều phối phải đảm bảo rằng các kênh truyền thông của mình không đặt ra các giới hạn và hạn chế có thể dẫn đến thiếu ứng viên tham gia.

KHUYẾN NGHỊ

- Một chuyên trang trên web mỗi Bộ Du lịch Quốc gia và các trang web ASEAN
- Các quy tắc và quy định của cuộc thi
 - Bộ hồ sơ đăng ký để tải xuống
 - Các nguyên tắc để gửi đề nghị
 - Chi tiết liên hệ của người quản lý điều phối

¹⁹ Sự hấp dẫn trực quan về cuộc thi là rất quan trọng để tạo niềm tin cho ứng viên tham gia. Vì vậy, lời khuyên được đưa ra là nên ký hợp đồng với một nhà thiết kế đồ họa chuyên nghiệp có bản sắc thương hiệu và kinh nghiệm.



3) *Xác định người quản lý và các nhân sự*

Trong bước này, mỗi đơn vị điều phối ASTA nên xác định một ban quản lý và chỉ định nhân sự theo dõi triển khai cuộc thi ASTA. Để xác định được, mỗi đơn vị phối hợp cần trả lời các câu hỏi sau:

- ✓ Ai sẽ trả lời các câu hỏi của những ứng viên tham gia?
- ✓ Ai sẽ giải quyết các vấn đề của ứng viên tham gia?
- ✓ Ai sẽ giúp ứng viên tham gia tải xuống các biểu mẫu và bộ hồ sơ đăng ký?
- ✓ Ai sẽ liên hệ với các tạp chí, phương tiện truyền thông và báo chí để phổ biến về cuộc thi? Vân vân.

KHUYẾN NGHỊ

- Đơn vị điều phối phải bao gồm:
 - Một giám đốc điều phối chỉ đạo người quản lý điều phối trong công việc hàng ngày và đưa ra các quyết định cuối cùng
 - Một người quản lý điều phối giải quyết các câu hỏi thường gặp (FAQ) từ các ứng viên quan tâm và hỗ trợ quá trình nộp hồ sơ khi cần thiết (giao tiếp bên ngoài). Ngoài ra, mỗi nhà quản lý điều phối quốc gia phải chuyển các câu hỏi đến đơn vị điều phối ASTA (liên lạc nội bộ)
 - Một trợ lý truyền thông hỗ trợ người quản lý điều phối cập nhật bất kỳ thiết bị liên lạc bên ngoài nào (trang web, phương tiện truyền thông xã hội, v.v.) để bất kỳ ai có máy tính đều có thể tìm hiểu về ASTA, đặt câu hỏi và tải xuống bộ ứng dụng ở mọi nơi, mọi lúc.

4) *Phát động cuộc thi*

Phát động cuộc thi ASTA bằng cách tiếp cận đối tượng mục tiêu. Mỗi đơn vị điều phối ASTA nên sử dụng cả các kênh truyền thống và các kênh trực tuyến để quảng bá thông tin, ví dụ thông qua quảng bá trực tuyến, thông cáo báo chí, các chiến dịch quan hệ công chúng, sự hỗ trợ của địa phương, thông báo qua các kênh truyền thông xã hội, các trang web hiện có (ASEAN và quốc gia) và quảng bá trực tiếp trên các tạp chí và các phương tiện truyền thông khác.

KHUYẾN NGHỊ

- ASTA nên tổ chức các chiến dịch tập trung vào các đối tượng mục tiêu cụ thể trong giai đoạn gửi như:
 - Một chiến dịch hướng tới các tổ chức vào đầu tháng 4
 - Một chiến dịch hướng tới các chuyên gia vào cuối tháng 4.
 - Một chiến dịch công khai rộng rãi vào đầu tháng 5



2.2. Giai đoạn quản lý

Trong giai đoạn này, cuộc thi ASTA đã được phát động sau khi công bố rộng rãi. Bây giờ, mỗi đơn vị điều phối nên tuân theo mốc thời gian đã thông báo.

1) Thời gian đăng ký hoặc đăng ký

Trong khoảng thời gian này, điều quan trọng nhất là đảm bảo rằng những ứng viên tham gia có thể tiếp cận bộ hồ sơ đăng ký.

2) Thời gian nhận đơn đăng ký

Đây là khoảng thời gian quan trọng nhất mà những ứng viên tham gia có thể gửi đăng ký tham gia cuộc thi. Các đơn đăng ký này phải đáp ứng các yêu cầu đã xác định trước đó (tiêu chí về tính đủ điều kiện) và cần xác nhận để nhóm ứng viên nộp đơn biết rằng đơn đăng ký đã được tiếp nhận và xử lý.

ỨNG VIÊN NỘP ĐƠN

- Đối với việc gửi trực tuyến, một email sẽ được viết cho người đại diện hợp pháp của nhóm ứng viên nộp đơn
- Đối với việc nộp bản giấy, một email hoặc một giấy xác nhận sẽ được viết cho người đại diện hợp pháp của nhóm ứng viên nộp đơn
- Đối với trường hợp nộp hồ sơ được nhận tận tay, biên nhận có đóng dấu sẽ được chuyển cho người đại diện hợp pháp của nhóm người nộp hồ sơ (tại thời điểm nộp hồ sơ)

3) Giai đoạn đánh giá tại văn phòng

Sau khi đánh giá tại văn phòng, cung cấp phản hồi cho các nhóm ứng viên thông qua nhận xét trực tiếp, cho điểm ban đầu, sàng lọc lần đầu và thông qua các cơ chế khác. Nhóm ứng viên được chọn vào đánh giá thực tế sẽ được thông báo trước.

KHUYẾN NGHỊ

- Giám đốc điều phối sẽ gửi một email/ một văn bản thông báo cho tất cả những ứng viên nộp đơn, với số điểm của xem xét tại văn phòng và thông báo xem họ có đủ điều kiện hay không để đánh giá thực tế.
- Đối với các ứng viên được chọn, thông báo có tên của người (người đánh giá) sẽ liên hệ với họ để tổ chức đánh giá thực tế.



4) Giai đoạn đánh giá thực tế - xác minh

Đánh giá thực tế được tiến hành đúng thời điểm đã được lên kế hoạch trong phương pháp đánh giá. Đánh giá thực tế xem xét (i) đảm bảo sự tuân thủ của ứng viên với Tiêu chuẩn Du lịch ASEAN và (ii) đảm bảo tính xác thực của thông tin do ứng viên nộp. Việc đánh giá cuối cùng chỉ được thực hiện sau khi kết thúc chuyến khảo sát thực tế tất cả nhóm ứng viên được chọn trước.

5) Thông báo kết quả

Để tránh bất kỳ rủi ro nào, kết quả cuộc thi phải được công bố như đã nêu trong thông báo ban đầu. Hơn nữa, những ứng viên không đạt giải phải được cung cấp phản hồi hoặc cập nhật thông tin. Kết quả thường được công bố trước Diễn đàn Du lịch ASEAN để mời ứng viên đạt giải tham gia sự kiện. Kết quả được công bố bằng thông cáo báo chí và thông qua các kênh trực tuyến. Xây dựng các nền tảng đặc biệt, chia sẻ ảnh trên mạng xã hội và các mạng khác có thể làm tăng đáng kể phạm vi tiếp cận và lan tỏa rộng rãi thông báo kết quả.

KHUYẾN NGHỊ

- Giám đốc điều phối sẽ gửi một email/ một văn bản thông báo cho tất cả các ứng viên đã khảo sát thực tế, với tổng số điểm đạt được và thông báo ứng viên có đạt giải không.
- Đối với các ứng viên đạt giải, bức thư sẽ giới thiệu các bước tiếp theo để tổ chức lễ trao giải trong ATF sắp tới.

6) Giải thưởng cho ứng viên đạt giải

Giải thưởng cho ứng viên đạt giải phải được thực hiện như đã nêu trong phát động cuộc thi.

7) Thời gian công bố

Chính thức công bố và tôn vinh ứng viên đạt giải tại Diễn đàn Du lịch ASEAN.



2.3. Giai đoạn sau cuộc thi

Ở giai đoạn này, cuộc thi đã kết thúc đối với những ứng viên tham gia, nhưng thực sự vẫn chưa kết thúc đối với phía tổ chức. Có một số yếu tố cần được xem xét như đánh giá kết quả, bảo trì thêm nền tảng/ trang web và những yếu tố khác.

1) *Đánh giá kết quả và mục tiêu đạt được*

Một cuộc khảo sát nội bộ có thể được tổ chức để đo lường mức độ hiệu quả và những tác động tích cực của cuộc thi trong việc cải thiện chất lượng các sản phẩm và dịch vụ do nhóm ứng viên đề xuất. Điều này có thể được thực hiện trực tuyến trên trang web du lịch ASEAN. Hơn nữa, phân tích phương tiện truyền thông cũng có thể được thực hiện để đánh giá tác động công khai của tổ chức cuộc thi. Việc đánh giá là cần thiết để xác nhận sự cần thiết tổ chức cuộc thi.

2) *Lập kế hoạch cho cuộc thi ASTA tiếp theo*

Dựa trên việc đánh giá kết quả và tình trạng đạt được của các mục tiêu, một mùa giải mới của cuộc thi ASTA có thể được hình thành, với những cải tiến dựa trên phản hồi, ý kiến chứng thực và đề xuất do những ứng viên tham gia cung cấp để mang lại trải nghiệm tốt hơn, tích cực hơn cho những ứng viên tham gia trong tương lai. Ngoài ra, các tiêu chí bền vững hơn có thể được bổ sung nếu thích hợp.

3) *Đẩy mạnh hoạt động truyền thông*

Sau khi cuộc thi kết thúc, các nền tảng/ trang web phải đảm bảo được duy trì tốt, vì sẽ được tiếp cận truy cập nhiều hơn. Hơn nữa, nền tảng/ trang web sau này có thể được kích hoạt lại để sắp xếp phù hợp với mùa mới của cuộc thi. Ngoài ra, nếu có sự quan tâm quảng bá và tương tác với những ứng viên đã tham gia các mùa sẽ góp phần mang lại hiệu ứng tốt hơn, thuận lợi cho tổ chức giải thưởng tiếp theo.



GIẢI THƯỞNG
DU LỊCH BỀN VỮNG ASEAN
(ASTA)



HƯỚNG DẪN TRUYỀN THÔNG VÀ QUẢNG BÁ



Tài liệu này đưa ra những cách thức khác nhau giúp các cơ quan quản lý triển khai ASTA có thể đưa vào thực hiện để tối đa hóa hiệu quả trong việc truyền thông và quảng bá giải thưởng. Truyền thông hiệu quả là một phần và cốt lõi góp phần mang lại thành công cho các cuộc thi. Chiến dịch truyền thông phải không có rào cản để đạt hiệu quả. Truyền thông là một quá trình hai chiều trong đó thông điệp truyền tải được tiếp nhận đúng ý nghĩa.

Các cơ quan quản lý triển khai ASTA nên sử dụng cả các kênh truyền thống và các kênh trực tuyến để quảng bá thông tin, ví dụ thông qua quảng bá trực tuyến, thông cáo báo chí, các chiến dịch quan hệ công chúng, sự hỗ trợ của địa phương, thông báo qua các kênh truyền thông xã hội, các trang web hiện có (ASEAN và quốc gia) và quảng bá trực tiếp trên các tạp chí và các phương tiện truyền thông khác.

1. TRUYỀN THÔNG BÊN NGOÀI

- ✓ Xác định các bên liên quan, khu vực công và tư, những đối tượng có thể quan tâm đến ASTA. Điều này có thể bao gồm các cơ quan hành chính và du lịch địa phương, khách sạn, v.v., và các cộng đồng đã tham gia vào các sản phẩm và dịch vụ du lịch;
- ✓ Xác định các phương pháp tốt nhất cho truyền thông rộng rãi dựa vào nhu cầu, sự quan tâm của các ứng viên tiềm năng;
- ✓ Xây dựng các thông điệp chính bằng ngôn ngữ địa phương hoặc tiếng Anh và tổng quan về cuộc thi bao gồm các lợi ích và các thông điệp quan trọng khác. Phổ biến trên các trang web, email, bản tin, thông cáo báo chí, v.v.

Sau đó, tổ chức truyền thông rộng rãi như bảng dưới đây.

Com. ID	Ai; xác định các cơ quan, các bên liên quan, doanh nghiệp, công chúng, v.v.	Sự kiện hoặc thông tin nào sẽ được cung cấp?	Khi nào thông tin sẽ được cung cấp?	Với tần số như thế nào?	Chịu trách nhiệm thực hiện



1.1. Thông cáo báo chí

Xem xét phát hành một số thông cáo báo chí gửi các cơ quan truyền thông, báo chí trong nước.

Thông cáo đầu tiên có thể được phát hành để phát động cuộc thi kèm theo thông tin chi tiết của quá trình và mời các bên liên quan đến du lịch truy cập các trang web của ASEAN và quốc gia để xem thông tin chi tiết về cuộc thi và các mẫu đơn đăng ký.

Các thông cáo báo chí khác có thể được gửi hai tuần một lần cho đến một tháng trước thời hạn nộp hồ sơ.

Thông cáo báo chí cuối cùng có thể được gửi vào ngày sau Diễn đàn du lịch ASEAN và bao gồm thông tin chi tiết về những ứng viên đạt giải. Thông cáo báo chí kèm theo một vài bức ảnh có liên quan đến sự kiện. Ảnh phải luôn có người và ảnh nổi bật hoặc độc đáo có nhiều khả năng được xuất bản hơn. Có chú thích về nhân vật trong mỗi bức ảnh và công ty hoặc họ đến từ đâu.

Thông cáo báo chí nên sử dụng ngôn từ đơn giản, không cần phải viết bằng ngôn ngữ hoa mỹ hay khéo léo. Tiêu đề phải đơn giản, cung cấp chính xác về sự kiện hoặc thông tin cần phổ biến.

1.2. Truyền thông trên mạng xã hội

Có thể thiết lập một trang Facebook hoặc một tài khoản Twitter để sử dụng quảng bá cuộc thi, cung cấp thông tin cập nhật trực tiếp trong cuộc thi, thông báo kết quả và tải ảnh lên.

Phương tiện truyền thông xã hội có thể tạo ra một tiếng vang hơn mức bình thường. Điều này giúp khuyến khích các ứng viên mới tham gia vào các sự kiện trong tương lai. Kết nối với các phương tiện truyền thông xã hội như Facebook được miễn phí ở nhiều quốc gia để mở rộng phạm vi hỗ trợ giải đáp thắc mắc, quan tâm về giải thưởng.

1.3. Cơ quan quản lý du lịch địa phương

Các cơ quan quản lý du lịch địa phương tạo điều kiện thuận lợi cho việc phổ biến thông tin giữa các bên liên quan, kết nối khu vực công và tư nhân. Vì vậy, chính quyền địa phương có một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ASTA.



1.4. Trang web Du lịch Quốc gia và khu vực ASEAN

Trang web Du lịch Quốc gia và khu vực ASEAN đóng một vai trò quan trọng trong việc công bố thông tin cuộc thi và khả năng tiếp cập hướng dẫn hồ sơ đăng ký.

1.5. Khuyến nghị về truyền thông

- ✓ Các kế hoạch truyền thông có thể tuân theo bất kỳ định dạng nào, nhưng tất cả các kế hoạch phải bao gồm
 - Nhắm đối tượng mục tiêu,
 - Các hoạt động,
 - Dòng thời gian và
 - Các biện pháp đánh giá.

Sau khi cuộc thi kết thúc, các nền tảng/ trang web phải đảm bảo được duy trì tốt, vì sẽ được tiếp cận truy cập nhiều hơn. Hơn nữa, nền tảng/ trang web sau này có thể được kích hoạt lại để sắp xếp phù hợp với mùa mới của cuộc thi. Ngoài ra, nếu có sự quan tâm quảng bá và tương tác với những ứng viên đã tham gia các mùa sẽ góp phần mang lại hiệu ứng tốt hơn, thuận lợi cho tổ chức giải thưởng tiếp theo.



2. TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

2.1. Nguyên tắc hoạt động

- ✓ Xây dựng danh sách liên hệ nội bộ/ bên ngoài và xác định ai chịu trách nhiệm theo dõi danh sách.
- ✓ Xây dựng một phương pháp để nắm bắt các bài học kinh nghiệm.
- ✓ Xác định người chịu trách nhiệm (điều phối viên quốc gia) trong việc thiết lập chương trình nghị sự, ghi chú và phụ trách các Câu hỏi thường gặp (FAQ).

2.2. Giao thức nhóm

- ✓ Xác định sự cần thiết của một thỏa thuận phối hợp nội bộ (Ban thư ký ASEAN, các chuyên gia đánh giá quốc gia và các điều phối viên quốc gia).
- ✓ Tài liệu hóa các phương pháp liên lạc bao gồm cách các dịch vụ được bảo mật (cập nhật trên cả các trang web quốc gia và ASEAN) và các mốc quan trọng đã được thống nhất, điều này có thể được đề cập trong thỏa thuận Phạm vi công việc.
- ✓ Xác định cách thức quản lý tài liệu (bao gồm email) để chia sẻ, lưu trữ tài liệu. Xác định đầu mối chịu trách nhiệm.

2.3. Báo Cáo

- ✓ Xác định các báo cáo bắt buộc, chẳng hạn như báo cáo hệ thống các câu hỏi thường gặp.
- ✓ Xác định người chịu trách nhiệm đảm bảo các báo cáo được chuẩn bị và điều phối giữa các nước ASEAN đúng thời hạn.
- ✓ Xác định tần suất các chỉ số và tiêu chí lựa chọn được cập nhật, ai chịu trách nhiệm cập nhật và cách thức các bản cập nhật sẽ được phổ biến hoặc đăng tải.

Com. ID	Cái gì, xác định cái gì được chuyển	Thông tin sẽ được cung cấp như thế nào?	Khi nào thông tin sẽ được cung cấp?	Với tần số như thế nào?	Đầu mối chịu trách nhiệm chuyển	Đầu mối chịu trách nhiệm nhận



BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ







BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG CỦA DỊCH VỤ THỰC PHẨM & ĐỒ UỐNG ĐỊA PHƯƠNG

Tên sản phẩm	
--------------	--

ĐÁNH GIÁ SỰ BỀN VỮNG CỦA DỊCH VỤ THỰC PHẨM & ĐỒ UỐNG ĐỊA PHƯƠNG (Đánh giá cho tất cả các nhà cung cấp dịch vụ thực phẩm và đồ uống địa phương bao gồm trong sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo Tiêu chuẩn Du lịch cộng đồng ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng tốt của các nhà cung cấp dịch vụ F&B				
1. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống có hoặc có thể chứng minh cam kết đối với các kỹ thuật phục vụ và chuẩn bị thực phẩm hợp vệ sinh. (đánh giá viên có thể hỏi nhân viên nhà bếp họ tiến hành như thế nào khi tiếp nhận thực phẩm)				
2. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống sử dụng tối đa các loại túi phân hủy sinh học tự nhiên khi phục vụ và đóng gói thực phẩm (Đánh giá viên có thể yêu cầu xem cách đóng gói để “mang đi”				
3. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống đảm bảo có sẵn nước đun sôi hoặc đã qua xử lý để sử dụng trong chế biến thực phẩm (ví dụ như rửa rau xà lách sống) và làm sạch.				
4. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống đảm bảo có sẵn nước sạch và xà phòng trong các khu vực chuẩn bị thực phẩm.				
5. (Các) nhà vệ sinh, (các) khay tắm, (các) bồn tắm, giếng và bồn rửa phải được làm sạch thường xuyên và không để bụi bẩn, vết bẩn và mùi hôi.				



6. Thuốc khử trùng phải được sử dụng để giữ cho nhà vệ sinh sạch sẽ và không có vi trùng.				
7. Nhà cung cấp F&B phải cung cấp xà phòng, khăn giấy vệ sinh và khăn sạch.				
Yêu cầu tối thiểu để quản lý chất lượng dịch vụ F&B				
8. Thực đơn kèm theo giá (nếu phù hợp).				
9. Thực đơn thay đổi hàng ngày và bao gồm ít nhất một bữa ăn truyền thống vào mỗi thời điểm ăn uống.				
10. Sử dụng tối đa thực phẩm tươi, được trồng hữu cơ và các nguyên liệu địa phương, bao gồm thịt và rau tươi, nhưng không có loại thịt thú rừng bị pháp luật cấm.				
11. Khách chỉ được phục vụ nước uống an toàn.				
12. Món tráng miệng và (hoặc) trái cây là một phần của mỗi bữa ăn.				
13. Chuẩn bị thức ăn và dụng cụ ăn uống được rửa sạch sẽ trước khi sử dụng (nghĩa là rửa sạch ngay sau khi ăn).				
14. Thức ăn được đựng trong hộp sạch sẽ, được bảo quản tốt.				
15. Động vật (vật nuôi và động vật gây hại) được giữ ngoài khu vực bảo quản thực phẩm, nấu nướng và ăn uống.				
Trao đổi kinh nghiệm				
16. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống đảm bảo cơ hội cho khách du lịch tham gia vào các hoạt động nấu ăn và học các kỹ thuật nấu ăn truyền thống.				
17. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống khuyến khích du khách chia sẻ công thức và kỹ thuật nấu ăn				
Nguyên tắc bền vững				
18. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống phải tuyển dụng và sử dụng nhân viên từ cộng đồng địa phương.				



19. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống có chế độ lương, thưởng liên quan phù hợp với hiệu suất và (hoặc) mức độ dịch vụ để tạo động lực cho nhân viên.				
20. Các nhà cung cấp thực phẩm và đồ uống phải thiết lập một góc thông tin và giới thiệu bản sắc văn hóa bản địa.				
21. Đảm bảo rằng thiết kế, xây dựng và dịch vụ của các khu vực và tòa nhà F&B là thân thiện với môi trường. <i>(Đánh giá viên nên kiểm tra việc xả nước thải và nước xám không được đổ trực tiếp vào sông, hồ hoặc nơi khác)</i>				
22. Hợp chất xung quanh không được có rác.				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Gói nông thôn điểm tối thiểu	11			
Gói đô thị điểm tối thiểu	13			
Các nhà cung cấp dịch vụ có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững của Thực phẩm và Đồ uống Địa phương ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				

NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Nếu các nhà cung cấp dịch vụ không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí bền vững thì cần cải thiện điều gì?





MẪU ĐÁNH GIÁ KHÁCH SẠN

Tên sản phẩm	
---------------------	--

ĐÁNH GIÁ ĐỘ BỀN VỮNG CỦA KHÁCH SẠN (Đánh giá cho tất cả các khách sạn bao gồm trong sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo Tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Chính sách và hành động bảo vệ môi trường của khách sạn				
1.Tổ chức đào tạo về chính sách bảo vệ môi trường cho nhân viên, khách hàng và nhà cung cấp (áp phích, chữ ký email, v.v.).				
2. Tổ chức phải thiết lập kế hoạch bảo vệ môi trường để khuyến khích nhân viên, khách hàng và nhà cung cấp tham gia (kế hoạch bằng văn bản, đăng ký, phổ biến tại lễ tân).				
Sử dụng các sản phẩm xanh				
3. Các phòng, nhà hàng, hành lang, v.v. chủ yếu được trang trí bằng các sản phẩm địa phương (rèm, vải, v.v.).				
4. Tổ chức sử dụng thực phẩm địa phương (50% các món ăn từ thực phẩm địa phương).				
5.Tổ chức phải sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường và có thể phân hủy sinh học (túi rác có thể phân hủy sinh học, nhựa tái chế và giấy, chất tẩy rửa và bột giặt 'thân thiện với môi trường' trong các hộp chứa có thể đổ đầy lại được)				
Hợp tác với cộng đồng và các tổ chức địa phương				
6.Tổ chức phải thiết lập kế hoạch hoặc sắp xếp các hoạt động để cải thiện chất lượng cuộc sống, ví dụ như y tế và giáo dục ở các khu vực địa phương. (Báo cáo hoạt động)				



7. Tổ chức phải thiết lập các chương trình/ hoạt động nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho cộng đồng địa phương. (Báo cáo hoạt động)				
8. Tổ chức phải hỗ trợ hoặc tạo cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương. (% nhân viên địa phương)				
Quản lý chất thải rắn				
9. Tổ chức phải áp dụng các nguyên tắc 3R để quản lý chất thải rắn (giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế).				
10. Tổ chức phải có các hoạt động khuyến khích khách hàng hỗ trợ quản lý chất thải của khách sạn, ví dụ như đưa ra cho khách hàng lựa chọn sử dụng túi vải/ nhựa có thể tái chế/ phân hủy sinh học.				
Tiết kiệm năng lượng				
11. Tổ chức phải sử dụng có chọn lọc các thiết bị và dụng cụ điện tiết kiệm năng lượng, ví dụ, đèn chiếu sáng tiết kiệm năng lượng hoặc chấn lưu tổn thất thấp và các thiết bị khác được chứng nhận tiết kiệm năng lượng cao nhất (được xếp hạng 5 sao). ²⁰				
12. Tổ chức phải khuyến khích nhân viên tham gia vào các hoạt động sử dụng năng lượng hiệu quả (áp phích bằng tiếng địa phương, đào tạo, hướng dẫn sử dụng, v.v.)				
Hiệu quả sử dụng nước và chất lượng nước				
13. Tổ chức phải quảng bá để khuyến khích khách hàng tham gia vào chiến dịch tiết kiệm nước, ví dụ như nhắc nhở thân thiện về tiết kiệm nước trong phòng khách và bảng quảng cáo.				
14. Tổ chức phải có kế hoạch dự phòng trong trường hợp lượng nước tiêu thụ không đạt tiêu chuẩn.				
Quản lý chất lượng không khí (trong nhà và ngoài trời)				
15. Tổ chức phải bố trí khu vực hút thuốc riêng biệt với khu vực trung tâm và treo biểu tượng.				
16. Tổ chức phải thiết lập kế hoạch bảo trì máy phát điện và hệ thống điều hòa không khí. (Hồ sơ kế hoạch bảo trì)				
Xử lý và quản lý nước thải				

²⁰(i) Điều chỉnh nhiệt độ của tủ lạnh mini về mức dùng điện năng thấp nhất khi phòng không có người, (ii) sử dụng bình nóng lạnh năng lượng mặt trời, (iii) Đảm bảo máy giặt chỉ hoạt động ở công suất tối đa.



17. Tổ chức cung cấp hệ thống xử lý nước thải phù hợp với quy mô và hoạt động của khách sạn trong trường hợp không có hệ thống xử lý nước thải bên ngoài hỗ trợ.				
18. Tổ chức phải lắp đặt hệ thống lọc tách mỡ trong nhà bếp, nhà hàng và khu vực nhiễm dầu mỡ.				
Quản lý xử lý chất nguy hại và hóa chất				
19. Tổ chức phải có một nơi an toàn cách ly với nhân viên và khách hàng để lưu trữ các chất độc hại và nguy hiểm.				
20. Tổ chức phải phổ biến thông tin về quản lý xử lý chất thải nguy hại cho khách hàng và nhân viên khách sạn, ví dụ, sử dụng lời nhắc thân thiện, tài liệu quảng cáo, bảng quảng cáo, v.v.				
Tình trạng tổng thể, vệ sinh và sạch sẽ của khách sạn				
21. Kết cấu của ngôi nhà phải ở tình trạng tốt, ổn định và an toàn như mái, tường, cửa, sàn, v.v.				
22. Tất cả các phòng, nhà bếp và nhà vệ sinh phải được giữ sạch sẽ và không có mùi hôi, bụi bẩn, mạng nhện, v.v.				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững nông thôn	11			
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững đô thị	13			
Các khách sạn có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững của khách sạn ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				

NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Nếu (các) nhà cung cấp dịch vụ không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí về tính bền vững, thì điều gì cần được cải thiện?	
---	--





MẪU ĐÁNH GIÁ NHÀ Ở CÓ PHÒNG CHO KHÁCH DU LỊCH THUÊ (HOMESTAY)

Tên sản phẩm	
--------------	--

ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG CỦA NHÀ Ở CÓ PHÒNG CHO KHÁCH DU LỊCH THUÊ (HOMESTAY) (Đánh giá cho tất cả các homestay bao gồm trong sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo các Tiêu chuẩn Du lịch Cộng đồng & Homestay của ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Chủ nhà				
1. Các nhà cung cấp dịch vụ lưu trú tại địa phương đã hoàn thành khóa học về kinh doanh Homestay chưa				
Chỗ ở				
2. Cấu trúc của ngôi nhà trong tình trạng tốt và an toàn.				
3. Thiết kế và vật liệu xây dựng phản ánh kiến trúc và bản sắc địa phương (hình ảnh)				
4. (Các) phòng ngủ cho khách riêng biệt				
5. Cung cấp đủ nước sạch trong nhà				
6. Tối đa bốn (4) phòng ngủ được dành để phục vụ khách.				
7. Bộ khăn trải giường sạch sẽ và thay mới cho khách (hồ sơ giặt là)				
8. Các tiện nghi cơ bản như quạt, bàn, tủ mini, gương, ổ cắm điện, màn hoặc cuộn dây, v.v.				
9. Nhà vệ sinh cơ bản và thiết bị phòng tắm.				
Các hoạt động				
10. Các hoạt động khuyến khích sự tham gia tương tác giữa cộng đồng địa phương và khách. (Tờ rơi giải thích cho du khách về các hoạt động)				



Ban quản lý				
11. Tổ chức homestay có cơ cấu tổ chức với vai trò, trách nhiệm và phối hợp rõ ràng. (Sơ đồ tổ chức)				
12. Nhà cung cấp dịch vụ lưu trú có cơ sở dữ liệu về khách, ví dụ như hồ sơ về lượt khách đến, đến từ đâu, thời gian lưu trú, nhận xét, phản nản và đề xuất của khách.				
13. Nhà cung cấp dịch vụ lưu trú homestay đã cập nhật và thực hiện kiểm kê tài nguyên du lịch trong làng và khu vực xung quanh.				
Địa điểm				
14. Bảng chỉ dẫn rõ ràng hướng dẫn khách đến homestay				
Vệ sinh sạch sẽ				
15. Tất cả các phòng, nhà bếp và nhà vệ sinh đều sạch sẽ, ví dụ như không có mùi hôi, bụi bẩn, và mạng nhện.				
16. Xà phòng, dầu gội đầu, khăn giấy vệ sinh và khăn sạch được cung cấp				
17. Môi trường xung quanh không có rác.				
18. Vệ sinh sạch sẽ tránh tạo ra nơi sinh sản cho muỗi				
19. Đồ dùng nhà bếp trong tình trạng tốt, sạch sẽ, để nơi khô ráo.				
20. Người tham gia chế biến thực phẩm có vệ sinh cá nhân tốt và trang phục phù hợp.				
21. Nguyên liệu tươi được sử dụng trong chế biến thực phẩm có nguồn gốc từ các nhà cung cấp địa phương. (Xác nhận của nhà cung cấp hoặc hóa đơn)				
22. Có nước uống an toàn				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững nông thôn	11			
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững đô thị	13			
Các nhà cung cấp dịch vụ có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững của Homestay ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				



NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI ĐÁNH GIÁ

Nếu không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí bền vững thì cần cải thiện điều gì?



BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG

Tên sản phẩm	
--------------	--

ĐÁNH GIÁ SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG GÓP PHẦN XÂY DỰNG DU LỊCH BỀN VỮNG (Đánh giá cho tất cả các cộng đồng có tham gia sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo các Tiêu chuẩn Du lịch Cộng đồng & Homestay của ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Yêu cầu tối thiểu đối với các thỏa thuận quản trị hiệu quả và minh bạch				
1. Chuyển tham quan được quản lý bởi các thành viên cộng đồng địa phương thông qua một Ủy ban du lịch được bầu với nhiệm kỳ tối đa 5 năm.				
2. Đề xuất bán các sản phẩm đặc thù (USP) của địa phương đã được công nhận				
3. Các tài liệu quảng bá, ví dụ như ấn phẩm, bảng diễn giải và bảng điều khiển đã được phát triển				
4. Hợp tác với chính quyền địa phương và các công ty lữ hành để tiếp thị.				
Yêu cầu tối thiểu để thiết lập pháp lý cho sản phẩm				
5. Hoạt động được chính quyền cấp tỉnh và (hoặc) cấp quốc gia công nhận.				
Yêu cầu tối thiểu để quản lý hiệu quả và minh bạch				
6. Hoạt động xây dựng năng lực của cộng đồng trong việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho khách du lịch. (Đa số những người liên quan là người địa phương)				
7. Có một hệ thống quản lý tài chính rõ ràng và các thành viên trong cộng đồng có thể tiếp cận được (bảng cân đối kế toán).				



Yêu cầu tối thiểu để hợp tác hiệu quả				
8. Khi tiến hành các hoạt động tránh được các tác động tiêu cực đến các cộng đồng lân cận (không bị các cộng đồng lân cận phản nản).				
Yêu cầu tối thiểu để duy trì phẩm giá con người				
9. Không cho phép thực hiện các hoạt động du lịch tình dục, buôn bán ma túy, buôn bán người và bóc lột lao động trẻ em				
10. Hoạt động thúc đẩy bình đẳng giới và hòa nhập xã hội (nam và nữ bình đẳng/ đa dạng thị trường nguồn về lao động).				
Yêu cầu về chia sẻ công bằng lợi ích và chi phí				
11. Tồn tại các thỏa thuận chia sẻ lợi ích rõ ràng và được thống nhất. (tài liệu)				
12. Phát triển các sáng kiến mang lại lợi ích cho cả cộng đồng. (Bảng cân đối kế toán)				
Yêu cầu đối với liên kết với các nền kinh tế khu vực				
13. Các thành viên cộng đồng địa phương chiếm tỷ trọng lớn trong lực lượng lao động tham gia sản phẩm dự thi.				
14. Các sản phẩm của cộng đồng địa phương được ưu tiên sử dụng hơn là hàng nhập khẩu (ví dụ: đồ lưu niệm sản xuất trong nước so với đồ lưu niệm sản xuất hàng loạt).				
Yêu cầu tối thiểu để duy trì tính toàn vẹn và giá trị văn hóa truyền thống				
15. Các tài sản văn hóa có ý nghĩa đối với cộng đồng địa phương và các truyền thống văn hóa có giá trị được xác định, lập thành văn bản và xác nhận bởi các cộng đồng có liên quan (tài liệu/ báo cáo).				
16. Có các chương trình thể hiện một cách chân thực, nâng cao và lưu giữ các truyền thống văn hóa địa phương theo hướng bảo vệ tính toàn vẹn, bản sắc và các giá trị văn hóa.				
Yêu cầu đối với việc bảo tồn tài nguyên tự nhiên				



17. Các nguồn tài nguyên tự nhiên và các địa điểm có ý nghĩa với cộng đồng và dễ bị tác động được xác định, lập kế hoạch, lập thành văn bản và xác nhận bởi các cộng đồng có liên quan.				
Yêu cầu tối thiểu của các hoạt động bảo vệ môi trường				
18. Xây dựng một hệ thống quản lý chất thải rắn phù hợp tại địa phương áp dụng các nguyên tắc tránh, giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế và xử lý hợp vệ sinh đối với chất thải khó phân hủy (ví dụ: làm phân bón hữu cơ).				
19. Quản lý nước thải phù hợp với địa phương sử dụng các công nghệ giảm thiểu rủi ro đối với sức khỏe con người và tác động đến môi trường. (Công nghệ nào?)				
Yêu cầu tối thiểu về sự tương tác giữa khách và cộng đồng địa phương				
20. Thông tin về môi trường và văn hóa được bao gồm trong hướng dẫn về cộng đồng và môi trường xung quanh.				
21. Các chính sách và hành động đảm bảo an toàn và an ninh cho du khách. (Báo cáo)				
Yêu cầu về tính bền vững của sự tham gia của cộng đồng				
22. Định giá minh bạch và công khai với du khách về lợi nhuận tương xứng thu được từ các khoản đầu tư của cộng đồng. (Kế hoạch kinh doanh)				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững nông thôn	11			
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững đô thị	13			
Các nhà cung cấp dịch vụ có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững về sự tham gia của cộng đồng ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				


NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Nếu không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí bền vững thì cần cải thiện điều gì?





BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ HƯỚNG DẪN VIÊN ĐỊA PHƯƠNG & NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH

Tên sản phẩm	
--------------	--

ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG HƯỚNG DẪN VIÊN ĐỊA PHƯƠNG & NHÀ ĐIỀU HÀNH DU LỊCH (Đánh giá cho tất cả các hướng dẫn viên địa phương và công ty lữ hành liên quan sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo Tiêu chuẩn Du lịch cộng đồng ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm / câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Yêu cầu tối thiểu để đảm bảo chất lượng và chuyên môn của hướng dẫn viên địa phương				
1. Hướng dẫn viên du lịch cộng đồng tại địa phương được tuyển dụng dựa trên trình độ kiến thức, sức khỏe thể chất và thể lực phù hợp cho các hoạt động				
2. Hướng dẫn viên địa phương thực hiện cam kết phát triển và nâng cao kiến thức về môi trường và văn hóa địa phương; bao gồm lịch sử, truyền thống văn hóa, địa lý, động thực vật và các địa điểm văn hóa/ di sản, và các nguyên tắc du lịch bền vững. <i>(Đánh giá viên phải yêu cầu hướng dẫn viên địa phương giới thiệu sản phẩm dự thi)</i>				
3. Hướng dẫn viên địa phương tạo điều kiện cho du khách có những trải nghiệm thú vị và phù hợp với môi trường, xã hội và văn hóa nhằm bảo vệ các giá trị và tài nguyên tự nhiên, văn hóa. <i>(Đánh giá viên có thể yêu cầu hướng dẫn viên địa phương đưa ra ví dụ)</i>				
4. Hướng dẫn viên địa phương được tiếp cận				



với các cơ hội đào tạo và nâng cao năng lực để nâng cao trình độ và kiến thức. (Đánh giá viên có thể hỏi về các cơ hội đào tạo cho hướng dẫn viên địa phương)				
Cam kết tối thiểu đối với các tiêu chuẩn và quy định du lịch cộng đồng của ASEAN				
5. Hướng dẫn viên địa phương cam kết không ngừng học hỏi và nâng cao kỹ năng giao tiếp, đặc biệt là trong lĩnh vực hướng dẫn phiên dịch. (Đánh giá viên có thể hỏi danh sách đào tạo cho hướng dẫn viên địa phương)				
6. Hướng dẫn viên địa phương phải có thái độ thân thiện với du khách, và tự hào đại diện cho cộng đồng. (Đánh giá viên có thể kiểm tra và (hoặc) hỏi các thành viên cộng đồng)				
7. Hướng dẫn viên địa phương đóng góp vào việc bảo vệ và tôn vinh các giá trị, truyền thống tự nhiên và văn hóa của cộng đồng bằng cách cung cấp các hoạt động giáo dục và nâng cao nhận thức về văn hóa và môi trường tự nhiên cho du khách và cộng đồng người dân tại địa phương. (Đánh giá viên có thể yêu cầu hướng dẫn viên địa phương cung cấp ví dụ)				
8. Hướng dẫn viên địa phương tuân theo tất cả các chính sách và quy tắc ứng xử được nêu trong tiêu chuẩn Du lịch cộng đồng liên quan đến an toàn và an ninh của du khách. (Đánh giá viên có thể yêu cầu hướng dẫn viên địa phương chỉ ra các vấn đề tiềm ẩn về an ninh, an toàn và cách xử lý)				
9. Hướng dẫn viên địa phương cung cấp một dịch vụ chất lượng và phù hợp với các tiêu chuẩn do ASEAN phát triển nhằm mục đích nâng cao chất lượng dịch vụ hướng dẫn. (Đánh giá viên có thể xác minh trên diễn đàn du lịch trực tuyến)				
Yêu cầu tối thiểu để quản lý các tour du lịch và các hoạt động đảm bảo chất lượng				
10. Các hoạt động theo mục tiêu, hướng dẫn, quy định và quy tắc ứng xử của sáng kiến du				



lich cộng đồng. (Đánh giá viên có thể kiểm tra xem TO có ký kết cam kết CBT không)				
11. Các hoạt động du lịch đảm bảo du khách luôn tương tác với tự nhiên, văn hóa và cộng đồng bản địa theo hướng dẫn của CBT (Đánh giá viên có thể xác minh trên diễn đàn du lịch trực tuyến và hỏi các thành viên cộng đồng không tham gia trực tiếp vào sản phẩm dự thi)				
12. Tour/ các hoạt động được xây dựng rõ ràng về lịch trình, giá, hệ thống đặt dịch vụ. (Đánh giá viên có thể yêu cầu tờ rơi hoặc chứng minh)				
13. Ghi lại thông tin về du khách trong các chuyến tham quan, bao gồm cả thời gian khởi hành và kết thúc tour. (Đánh giá viên có thể yêu cầu sổ ghi chép)				
14. Du khách được thông báo về hành trình tham quan, mức độ khó khăn, các nguy cơ có thể xảy ra, các biện pháp phòng ngừa an toàn và các quy định hoặc quy tắc ứng xử của khách trong chuyến tham quan. (Đánh giá viên có thể xác minh trên diễn đàn du lịch trực tuyến và kiểm tra các tài liệu truyền thông)				
15. Tồn tại một hệ thống kiểm soát và cải tiến chất lượng, bao gồm hệ thống phản hồi của du khách về trải nghiệm tham quan/ hoạt động và du khách được khuyến khích tích cực tham gia vào quá trình phản hồi.				
16. Tỷ lệ hướng dẫn địa phương (phiên dịch) so với khách đến tham quan không lớn hơn 1: 5-10. (Đánh giá viên có thể hỏi các thành viên cộng đồng không tham gia trực tiếp vào sản phẩm dự thi về quy mô nhóm khách trung bình)				
Tiêu chuẩn về đóng góp của nhà điều hành du lịch trong việc bảo vệ cộng đồng và thiên nhiên				
17. TOs giảm thiểu giao thông cơ giới, đặc biệt là trong các khu vực trung tâm.				
18. TOs xử lý toàn bộ chất thải rắn do sản phẩm dự thi tạo ra cho khu du lịch cộng đồng.				



19. TOs, nhân viên và khách hàng đóng góp hoặc tham gia vào công việc phát triển địa phương (ví dụ: các dự án làng, giáo dục, bảo trì đường địa phương, v.v.).				
20. TOs giải thích các quy tắc ứng xử cho khách hàng, nhấn mạnh trách nhiệm của khách là đối xử tôn trọng người dân địa phương, và tránh hủy hoại môi trường.				
21. Nhân viên TO được đào tạo về sơ cứu, bao gồm cả hô hấp nhân tạo.				
22. TOs có thể chứng minh nỗ lực trong việc cải thiện chất lượng hoạt động thông qua báo cáo về sự hài lòng của khách từ các cuộc khảo sát khách hàng.				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững nông thôn	11			
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững đô thị	13			
Các nhà cung cấp dịch vụ có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững của hướng dẫn viên địa phương và nhà điều hành du lịch ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				

NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Nếu không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí bền vững thì cần cải thiện điều gì?	
---	--





MẪU ĐÁNH GIÁ NHÀ VỆ SINH CÔNG CỘNG

Tên sản phẩm	
---------------------	--

ĐÁNH GIÁ TÍNH BỀN VỮNG CỦA NHÀ VỆ SINH CÔNG CỘNG ASTA (Đánh giá cho tất cả các nhà vệ sinh công cộng bao gồm trong sản phẩm dự thi)				
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo Tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng ASEAN	Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
	CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
Lối vào nhà vệ sinh				
1. Biển báo rõ ràng và có thể nhìn thấy rõ từ xa. Lối vào sạch sẽ, gọn gàng				
Tổng thể chung				
2. Tường, trần sạch sẽ, khô ráo, không bị bong tróc, không có rác.				
3. Sàn và tường sạch sẽ, nguyên vẹn, khô ráo				
4. Không có mùi hôi trong nhà vệ sinh				
5. Thông gió/ khe hở để lưu thông không khí được đặt đúng vị trí và hoạt động				
6. Cung cấp bảng gợi ý và tài liệu nâng cao nhận thức				
7. Các tiện nghi cơ bản được cung cấp (ví dụ: giấy vệ sinh, xà phòng, thùng, gương, khăn giấy, v.v.)				
8. Các biện pháp tiết kiệm tài nguyên và nước (vòi cảm biến, ánh sáng tự nhiên, v.v.)				
Khu vực rửa				
9. Vòi, máy sấy tay, thùng rác đã được lắp đặt và hoạt động				
10. Không rò rỉ, không bị hỏng các phụ kiện cố định và hệ thống ống nước				



11. Máy rút khăn giấy/ xà phòng đã được lắp đặt, đang hoạt động và được làm đầy				
12. Khu vực rửa tổng thể sạch sẽ, khô ráo, ngăn nắp, không vứt rác bừa bãi				
Nhà vệ sinh				
13. Cửa sạch sẽ, hoạt động tốt và có chốt, khóa còn nguyên vẹn				
14. WC có bệ xí và nắp đầy.				
15. Móc áo còn nguyên vẹn				
16. Bồn cầu/ xí bệt và bệ ngồi còn nguyên vẹn, không tắc nghẽn, không bị ố vàng				
17. Xả bằng nút ấn hoặc tự động đảm bảo sạch sẽ và hoạt động tốt				
18. Hộp đựng giấy vệ sinh còn nguyên vẹn và được bổ sung				
19. Thùng rác có lót được đặt đúng vị trí, khô ráo, sạch sẽ, được khử trùng, không mùi, nguyên vẹn				
Bồn tiểu				
20. Bồn tiểu còn nguyên vẹn, không tắc nghẽn, không bị ố vàng.				
21. Xả bằng nút ấn hoặc tự động đảm bảo sạch sẽ và hoạt động				
Sự an toàn				
22. Đèn chiếu sáng bên trong và bên ngoài được đặt đúng vị trí và hoạt động				
Tổng điểm				
Điểm tối đa	22	22	22	22
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững nông thôn	11			
Điểm tối thiểu cần đạt được của sản phẩm du lịch bền vững đô thị	13			
Các phòng vệ sinh có đáp ứng các tiêu chí về tính bền vững của nhà vệ sinh công cộng ASTA không? (Trả lời CÓ hoặc KHÔNG)				


NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

Nếu không tuân thủ đầy đủ các tiêu chí bền vững thì cần cải thiện điều gì?



BỔ SUNG

BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TIẾP CẬN VÀ QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN

Tên sản phẩm	
--------------	--

ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TIẾP CẬN VÀ QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN (Đánh giá cho tất cả sản phẩm dự thi)					
Mô tả các chỉ số và tiêu chí theo Tiêu chuẩn toàn cầu		Tự đánh giá của ứng viên nộp đơn (1 điểm/ câu hỏi)		Xác nhận của đánh giá viên ASTA	
QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN		CÓ	KHÔNG	CÓ	KHÔNG
1. Chiến lược quản lý điểm đến bền vững	Kế hoạch hoặc chiến lược quản lý điểm đến nhiều năm được phát triển với sự tham gia của cộng đồng				
2. Tổ chức quản lý điểm đến	Khu vực tư nhân và khu vực công tham gia vào việc tổ chức và quản lý du lịch				
3. Giám sát	Xác định và phát triển các giải pháp giảm thiểu tác động của du lịch				
4. Quản lý thời vụ du lịch	Chiến lược cụ thể để quảng bá những nét đặc trưng trái vụ và thu hút du khách quanh năm				
5. Thích ứng với biến đổi khí hậu	Chương trình giáo dục và nâng cao nhận thức của công chúng, doanh nghiệp du lịch và du khách về biến đổi khí hậu				
6. Kiểm kê tài nguyên du lịch và các điểm tham quan	Kiểm kê và phân loại các tài nguyên du lịch và các điểm tham quan bao gồm các địa điểm tự nhiên và				



	văn hóa				
7. Quy chế lập kế hoạch	Các hướng dẫn, quy định và (hoặc) chính sách về quy hoạch hoặc phân vùng bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa				
8. Khả năng tiếp cận điểm đến	Thiết kế các giải pháp tiếp cận nhằm đảm bảo tính toàn vẹn của điểm đến đồng thời tạo ra chỗ ở hợp lý cho người khuyết tật				
9. Mua lại tài sản	Chính sách hoặc luật pháp xem xét các quyền của người bản địa, đảm bảo tham vấn cộng đồng và chỉ cho phép tái định cư khi có sự đồng ý và (hoặc) đền bù hợp lý				
10. Sự hài lòng của du khách	Thu thập và báo cáo công khai dữ liệu về mức độ hài lòng của du khách				
11. Tiêu chuẩn bền vững	Giám sát việc tham gia kinh doanh du lịch trong chứng nhận du lịch hoặc hệ thống quản lý môi trường				
12. An toàn và bảo mật	Các biện pháp phòng ngừa an toàn như trạm sơ cứu tại các bãi biển/ địa điểm thu hút khách du lịch				
13. Xử lý tình huống khẩn cấp	Có kế hoạch ứng phó khẩn cấp với sự tham gia của khu vực tư nhân và bao gồm các thông tin liên lạc trong và sau khi xảy ra khủng hoảng hoặc khẩn cấp				
14. Quảng bá	Thông điệp quảng bá phải chính xác như trong mô tả về sản phẩm dự thi và dịch vụ liên quan				



TIỆN ÍCH TRỌN GÓI CHO NHỮNG NGƯỜI CÓ NHU CẦU ĐẶC BIỆT					
15. Người bị suy giảm khả năng vận động					
Nếu CÓ, vui lòng giải thích làm thế nào những người bị suy giảm khả năng vận động có thể tiếp cận sản phẩm					
16. Người khiếm thị					
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khiếm thị có thể tiếp cận sản phẩm					
17. Người khiếm thính					
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khiếm thính có thể tiếp cận sản phẩm					
18. Người khuyết tật tâm thần					
Nếu CÓ, vui lòng giải thích cách người khuyết tật tâm thần có thể tiếp cận sản phẩm					
Tổng điểm					
Điểm tối đa		18		18	

NHẬN XÉT CỦA ĐÁNH GIÁ VIÊN

--

