

Thực hiện:

**CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI DO LIÊN MINH CHÂU ÂU TÀI TRỢ
VÀ QUỸ QUỐC TẾ VỀ BẢO TỒN THIÊN NHIÊN VIỆT NAM (WWF)**



**CHƯƠNG TRÌNH ESRT
ESRT PROGRAMME**

SỔ TAY DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VIỆT NAM

Phương pháp tiếp cận dựa vào thị trường



MỤC LỤC

VỀ CÁC TÁC GIẢ	4
XUẤT XỨ	5
Định nghĩa du lịch cộng đồng	5
Tác động tích cực của du lịch cộng đồng	6
Các thách thức chính trong du lịch cộng đồng	6
Tình hình phát triển	8
Môi trường pháp lý	9
Phương pháp 5 bước phát triển du lịch cộng đồng dựa vào thị trường	10
BƯỚC 1. XÁC ĐỊNH CƠ HỘI	11
Nhu cầu thị trường	11
BƯỚC 2. PHÂN TÍCH GIẢI PHÁP	13
Các đối tác	13
Các sản phẩm và nguồn lực	15
Các quy định và đầu tư	18
BƯỚC 3. THU HÚT ĐỐI TÁC THAM GIA	24
Cộng đồng địa phương	24
Kinh doanh	25
Chính phủ	26
BƯỚC 4. PHÁT TRIỂN VÀ KHỞI ĐỘNG	27
Đào tạo	27
Đầu tư và phát triển	28
Marketing	30
Điều hành	32
BƯỚC 5. GIÁM SÁT, ĐÁNH GIÁ & ĐIỀU CHỈNH	35
Đánh giá định kỳ	35
Điều chỉnh	37
Danh sách các tài liệu tham khảo	38



Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội
39A Ngô Quyền, Hà Nội, Việt Nam
Tel (84 4) 3734 9357
Fax (84 4) 3734 9359



WWF - Việt Nam
D13 Làng Quốc tế Thăng Long, Cầu Giấy
Hà Nội, Việt Nam
Tel (84 4) 37193049
Fax (84 4) 37193048
wwf.panda.org

LỜI CẢM ƠN

WWF Việt Nam và Dự án EU chân thành cảm ơn Viện Nghiên cứu và Phát triển Du lịch và Tổ chức Phát triển Hà Lan SNV (Việt Nam) về các đóng góp vào việc xây dựng và chỉnh sửa tài liệu này. Hình ảnh sử dụng trong tài liệu thuộc bản quyền của SNV Việt Nam và Tổng cục Du lịch.

Ấn phẩm này được xuất bản với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển năng lực có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ (Dự án EU) và Quỹ Quốc tế về bảo tồn thiên nhiên Việt Nam (WWF).

Nội dung trong ấn phẩm này hoàn toàn thuộc trách nhiệm của Dự án EU và WWF Việt Nam và không phản ánh quan điểm của Liên minh Châu Âu dưới bất kỳ hình thức nào. Liên minh Châu Âu, Dự án EU và WWF Việt Nam không đảm bảo mức độ chính xác của các số liệu đưa ra trong ấn phẩm này và không chịu trách nhiệm đối với bất cứ hậu quả nào từ việc sử dụng các số liệu này.

WWF, Dự án EU và EU chỉ khuyến khích in hoặc sao chép vì mục đích cá nhân và phi thương mại sau khi đã có thông báo đầy đủ với WWF, Dự án EU và EU. Nghiêm cấm người sử dụng bán lại, phân phát lại hoặc có bất cứ hành động phát sinh nào vì mục đích thương mại mà không có sự đồng ý rõ ràng bằng văn bản của WWF Việt Nam, Dự án EU và EU.



VỀ CÁC TÁC GIẢ

Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Chương trình ESRT)

Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU) có mục đích xây dựng năng lực cho các đối tác trong ngành Du lịch Việt Nam để đạt được đầy đủ các lợi ích phát triển kinh tế xã hội đáng kể từ ngành Du lịch trong khi vẫn bảo vệ được các nguồn lực tự nhiên và văn hóa mà ngành phụ thuộc. Chương trình được xây dựng trên cơ sở thành công của Dự án Phát triển Nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam trước đó do EU tài trợ (2005-2010). Dự án EU hoạt động trong ba lĩnh vực chính: hỗ trợ chính sách và tăng cường thể chế, năng lực cạnh tranh của sản phẩm và đối thoại công – tư, và giáo dục và đào tạo nghề.

WWF Việt Nam

WWF Việt Nam thuộc WWF Mê-kông mở rộng, hoạt động để bảo tồn đa dạng sinh học và xây dựng một tương lai an toàn và bền vững cho mọi người thông qua đảm bảo toàn vẹn cảnh quan và khả năng chống chịu với biến đổi khí hậu, đảm bảo phát triển thủy điện bền vững, tăng cường thực thi pháp luật và quản lý các vùng được bảo vệ, đảm bảo đủ tài chính làm đòn bẩy bền vững cho công tác bảo tồn. Nâng cao sinh kế của các cộng đồng địa phương ở trong và xung quanh khu vực được bảo vệ, giảm sự phụ thuộc của họ và áp lực lên các nguồn tài nguyên thiên nhiên là những lĩnh vực trọng tâm của WWF Việt Nam và đã được đưa vào nhiều dự án. Thực hiện các bước hướng đến phổ biến du lịch cộng đồng, WWF Việt Nam đã hợp tác với Dự án EU để tạo ra ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ hơn đến đời sống của người dân địa phương cũng như chất lượng môi trường tự nhiên.

Mục đích sử dụng sổ tay

Sổ tay Du lịch Cộng đồng Việt Nam được thiết kế như một tài liệu hướng dẫn tham khảo thực tế. Góc độ nhìn nhận đơn giản nhưng khái quát, bao trùm tất cả các giai đoạn của chu kỳ dự án, bao gồm các công cụ thực hành và hướng dẫn sử dụng trong suốt chu kỳ, đã khiến cho cuốn sổ trở thành mối quan tâm của các cơ quan du lịch của tỉnh, huyện và địa phương, các tổ chức phi chính phủ đang hoạt động trong lĩnh vực du lịch cộng đồng ở Việt Nam, các tổ chức thuộc khu vực tư nhân mong muốn xây dựng đối tác với các cộng đồng để phát triển các sản phẩm du lịch, hay các cộng đồng đang mong muốn thúc đẩy phát triển du lịch ở địa phương mình.



XUẤT XỨ

Định nghĩa du lịch cộng đồng

Khi khái niệm du lịch cộng đồng (CBT) bắt đầu xuất hiện từ đầu thế kỷ 20, có các cách nhìn nhận và hiểu biết khác nhau về khái niệm này, các khái niệm và định nghĩa khác nhau thường tùy thuộc vào tác giả, khu vực địa lý hoặc nghiên cứu/ dự án cụ thể. Tuy nhiên, vẫn có một số nguyên tắc được áp dụng chung như các nguyên tắc về tính bền vững, sự tham gia và lợi ích của các cộng đồng địa phương. Định nghĩa phổ biến về du lịch cộng đồng là:

Du lịch cộng đồng mang lại cho du khách những trải nghiệm về cuộc sống địa phương, trong đó các cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch và thu được các lợi ích kinh tế - xã hội từ các hoạt động du lịch và chịu trách nhiệm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, môi trường và văn hóa địa phương.

Các nguyên tắc cơ bản

Các nguyên tắc cơ bản của du lịch cộng đồng bao gồm bình đẳng xã hội, tôn trọng văn hóa địa phương và các di sản văn hóa, quyền làm chủ và sự tham gia của người dân địa phương.

Bình đẳng xã hội. Các thành viên của cộng đồng tham gia lập kế hoạch, thực hiện và quản lý các hoạt động du lịch trong cộng đồng của mình. Sự tham gia của cộng đồng địa phương vào công tác chuẩn bị, tổ chức và thực hiện các hoạt động du lịch được chú trọng. Các lợi ích kinh tế được chia đều; không chỉ cho các công ty du lịch mà cả cho các thành viên cộng đồng.

Tôn trọng văn hóa địa phương và các di sản thiên nhiên. Hầu hết các hoạt động du lịch đều tiềm tàng các tác động cả tích cực và tiêu cực đến cộng đồng địa phương và môi trường tự nhiên. Quan trọng là các giá trị văn hóa

địa phương và môi trường thiên nhiên được bảo vệ và tôn trọng thông qua các hoạt động tích cực của tất cả các đối tác trong ngành Du lịch địa phương, điều này rất quan trọng để duy trì cấu trúc xã hội địa phương. Do đó, các cộng đồng không chỉ phải nhận thức được vai trò và trách nhiệm của mình trong việc cung cấp các trải nghiệm du lịch thành công, mà còn phải hiểu các tác động tích cực và tiêu cực của du lịch mà có thể ảnh hưởng đến họ và môi trường tự nhiên của họ do thiếu quy hoạch và quản lý.

Chia sẻ lợi ích. Việc chia sẻ các lợi ích từ du lịch cho cộng đồng đòi hỏi cộng đồng có thể nhận được các lợi ích giống như các đối tác liên quan khác. Trong việc chia sẻ lợi ích, doanh thu từ các hoạt động du lịch thường được chia cho tất cả những người tham gia, và một phần để riêng đóng góp cho toàn bộ cộng đồng địa phương thông qua quỹ cộng đồng, quỹ này có thể được sử dụng cho các mục đích như tái đầu tư vào cơ sở hạ tầng như cầu, đường, điện hoặc các lĩnh vực lợi ích cộng đồng khác như y tế và giáo dục.

Sở hữu và tham gia của địa phương. Du lịch cộng đồng thành công sẽ khai thác một cách hiệu quả các kiến thức và nguồn lực của cộng đồng địa phương để đạt được các kết quả trong du lịch. Sự tham gia của cộng đồng địa phương từ khâu lập kế hoạch đến thực hiện và đánh giá là rất quan trọng để đảm bảo đạt được một cách tốt nhất quyền sở hữu của địa phương và phát huy được tối đa sự tham gia của địa phương.

Các cơ quan của Chính phủ hoạt động trong lĩnh vực Du lịch cộng đồng, các tổ chức ở khu vực tư nhân muốn phối hợp với các cộng đồng để phát triển các sản phẩm du lịch, hay tự các cộng đồng muốn thúc đẩy phát triển du lịch tại địa phương mình.

Tác động tích cực của du lịch cộng đồng

Du lịch cộng đồng có nhiều tác động tích cực, trong đó phần lớn các tác động hình thành và phát huy tác dụng theo hướng đáp ứng các nguyên tắc phát triển bền vững, cụ thể là mang lại các lợi ích xã hội, môi trường và kinh tế. Ba “trụ cột” này dựa trên khái niệm ba cạnh tam giác (triple bottom line) phát triển bền vững đã được các tổ chức quốc tế như APEC và Liên Hiệp Quốc cùng đưa ra. Một số lợi ích của phát triển du lịch sản phẩm cộng đồng là:

Lợi ích 1: Du lịch cộng đồng góp phần nâng cao thu nhập

Du lịch cộng đồng góp phần nâng cao thu nhập cho các cộng đồng địa phương, đặc biệt ở các vùng sâu vùng xa nơi nghèo đói được thấy rõ rệt hơn. Điều này cực kỳ quan trọng vì nó làm giảm áp lực của con người lên các nguồn lực tự nhiên và cảnh quan địa phương.

Lợi ích 2: Du lịch cộng đồng thúc đẩy sự công bằng

Du lịch cộng đồng thúc đẩy sự công bằng trong phát triển du lịch với việc mang lại cho toàn bộ cộng đồng những lợi

ích từ việc cung cấp các dịch vụ du lịch và cơ sở hạ tầng, bất kể họ có tham gia tích cực vào du lịch hay không, nghĩa là giao thông tốt hơn, điện, điều kiện tiếp cận tốt hơn tới các nguồn nước sạch, viễn thông vv...

Lợi ích 3: Du lịch cộng đồng tạo ra việc làm

Các doanh nghiệp du lịch cộng đồng tạo ra các cơ hội việc làm cho địa phương. Du lịch Cộng đồng có thể giúp thay đổi cơ cấu việc làm địa phương và cải thiện chất lượng lao động ở các vùng địa phương, và giảm di cư từ nông thôn ra các đô thị.

Lợi ích 4: Du lịch cộng đồng bảo vệ và thúc đẩy di sản tự nhiên và văn hóa

Du lịch cộng đồng góp phần phục hồi và phát triển các giá trị văn hóa và nghề truyền thống, kể cả bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và môi trường. Du lịch cộng đồng tạo ra các cơ hội để giao lưu văn hóa và kinh tế giữa Việt Nam và các nước khác. Đây là nhân tố quan trọng để bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống và phát triển các cơ hội phát triển kinh tế ở các vùng nghèo.

Các thách thức chính trong du lịch cộng đồng

Mặc dù các cơ hội đối với tác động tích cực về xã hội, môi trường và kinh tế đã rõ ràng, nhưng vẫn còn một số thách thức trong du lịch cộng đồng cần phải vượt qua.

Thách thức 1: Đảm bảo sự tiếp cận tới các nguồn lực tự nhiên

Trong nhiều trường hợp du lịch cộng đồng đòi hỏi có sự phân vùng lại diện tích đất hoặc nước của cộng đồng cho khách du lịch sử dụng. Do đó, việc tiếp cận tới một đoạn bờ biển, vĩa đá ngầm, đồng cỏ, sông hoặc rừng có thể bị hạn chế, do đó giới hạn các lợi ích như là cá cho các hộ gia đình dùng hoặc bán, củi để đun, tiền từ việc bán gia súc vv... Mặc dù trên thực tế, các gia đình hay các cộng đồng ở Việt Nam không có quyền sở hữu “thực sự” các nguồn lực tự nhiên ở trong vùng của họ, du lịch cộng đồng có thể vẫn đòi hỏi thay đổi việc sử dụng truyền thống và do đó, cần phải cân nhắc những hậu quả tiềm tàng có thể xảy ra trong tình huống này ngay trong giai đoạn đầu của quá trình lập kế hoạch du lịch cộng đồng.

Thách thức 2: Đảm bảo có nhu cầu

Nếu dự án du lịch cộng đồng chỉ đủ để trả cho những người làm cho Dự án thì sẽ có thể mất đi sự hỗ trợ của cộng đồng, họ đang mong muốn có nhiều lợi ích hơn về việc làm và các hoạt động phát sinh thu nhập. Cần nghiên cứu và phân tích thị trường một cách kỹ lưỡng trước khi bắt tay vào thực hiện dự án để đảm bảo có đủ nhu cầu thị trường nhằm đáp ứng các mục tiêu kinh tế - xã hội.

Thách thức 3: Xây dựng các hệ thống quản lý và điều phối cộng đồng tốt

Phải mở rộng hơn sự tham gia của cộng đồng so với ban đầu vào quá trình quyết định xem cộng đồng có nên thực hiện du lịch cộng đồng hay không. Các ban của du lịch cộng đồng phải tích cực thúc đẩy và tạo điều kiện tiếp cận dễ dàng và thường xuyên cho cộng đồng để cộng đồng được nghe và tham gia vào quá trình phát triển cộng đồng. Đơn giản bầu ra một ban định kỳ 6 tháng hay một năm là chưa đủ. Các ban phải đại diện đầy đủ tất cả các thành phần của cộng đồng, thường xuyên trao đổi với cộng đồng về các hoạt động của mình, tìm cách thúc đẩy phát triển thêm các cơ hội có tính chất thực tế và lời cuốn hơn nữa sự tham gia của những người còn lại trong cộng đồng như cung cấp các sản phẩm và các dịch vụ phụ trợ như quán cà phê, nhà hàng, bar (hay bia hơi), các tour, các cửa hàng bán đồ thủ công mỹ nghệ.

Thách thức 4: Quản lý việc rút các nguồn viện trợ

Khi các dự án cộng đồng quá phụ thuộc vào các tổ chức phi chính phủ hoặc nhà tài trợ, hội chứng phụ thuộc có thể xảy ra khiến các nhà điều hành du lịch cộng đồng cảm thấy khó có thể độc lập một khi nhà tài trợ rút đi. Các tổ chức du lịch cộng đồng phải làm việc tích cực với các nhà tài trợ để đảm bảo họ có thể đạt được sự tự lập kinh tế trước khi viện trợ nước ngoài cuối cùng rút đi.

Thách thức 5: Giải quyết hạn chế năng lực

Năng lực của các cộng đồng địa phương trong việc điều hành các doanh nghiệp du lịch cộng đồng ở Việt Nam nói chung vẫn còn yếu. Việc thiếu năng lực quản lý doanh nghiệp du lịch cộng đồng làm hạn chế khả năng của các nhà điều hành trong việc quản lý và phát triển tốt nhất các sản phẩm của họ, do đó ảnh hưởng đến tăng trưởng của doanh nghiệp và tiềm năng nâng cao thu nhập. Các vấn đề chính về năng lực nguồn nhân lực là:

- Hạn chế hiểu biết về cơ chế vận hành của ngành du lịch, nhu cầu và mong muốn của khách du lịch (họ có thể không phải là khách du lịch)
- Nhận thức hạn chế về sự cần thiết phải bảo vệ môi trường
- Năng lực hạn chế về phát triển và quản lý sản phẩm nói chung và các sản phẩm du lịch cộng đồng nói riêng
- Hạn chế tiếp cận với thị trường và hạn chế năng lực xúc tiến các sản phẩm du lịch cộng đồng
- Hạn chế năng lực trong việc cung cấp các dịch vụ du lịch (nghĩa là các kỹ năng giao tiếp, nghiệp vụ vv...)
- Hạn chế đầu tư vốn vào phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng

Thách thức 6: Chia sẻ các lợi ích có hạn

Vai trò và đóng góp của các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là các công ty lữ hành và các nhà điều hành tour, vào phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam vẫn còn yếu. Nói cách khác, nhiều doanh nghiệp lữ hành vẫn chưa quan tâm đầy đủ đến đầu tư vào phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng. Hiệu quả tổng hợp của du lịch cộng đồng là một phân ngành du lịch nhỏ đang nổi với giá trị thị trường hạn chế, và dự kiến một tỷ lệ doanh thu sẽ “mất đi” do tái đầu tư vào bảo tồn và phát triển cộng đồng ở các điểm du lịch địa phương làm giảm mối quan tâm chung của các nhà đầu tư khu vực tư nhân đến du lịch cộng đồng và cản trở sự phát triển của du lịch cộng đồng.

Thách thức 7: Hạn chế sự di chuyển của người nước ngoài

Phân tích thị trường cho thấy du lịch cộng đồng là một ngành khả thi để phát triển trong cộng đồng hoặc trong vùng. Tuy nhiên, ở một số nơi, hạn chế của Chính phủ về di chuyển của người nước ngoài có thể ngăn cản sự phát triển này. Rà soát lại các quy định của Chính phủ sẽ là bước đầu tiên có tính chất quyết định trong quá trình phát triển du lịch cộng đồng, và tìm kiếm sự chỉ đạo và hỗ trợ chính thức của chính quyền địa phương là điều bắt buộc trước khi tiến hành bất cứ đầu tư nào.

Thách thức 8: Phá vỡ cuộc sống hàng ngày và lợi ích chậm trễ

Người dân địa phương cần đáp ứng các nhu cầu hàng ngày, kể cả làm các công việc vặt hàng ngày và thực hiện các nghĩa vụ sinh kế cơ bản. Với các dự án điển hình mất mấy năm xây dựng thị trường và bắt đầu có lợi nhuận, có thể sẽ khó có được sự hỗ trợ của các thành viên cộng đồng địa phương để dành một lượng thời gian đáng kể của họ cho dự án với các lợi ích chậm trễ.

Thách thức 9: Sự quan liêu của Chính phủ

Việc giải quyết các thủ tục pháp lý ở các cấp khác nhau và xác định đúng người trong các cơ quan chính quyền địa phương để giải quyết các vấn đề khác nhau trong quá trình phê duyệt phát triển du lịch cộng đồng đôi khi có thể rối rắm. Nếu một phê duyệt cụ thể tình cờ không nhận được trước khi thực hiện Dự án, chủ đầu tư có thể bị cáo buộc vi phạm pháp luật và Dự án có thể bị đình chỉ phát triển hay hoạt động. Các nhà lập kế hoạch dự án du lịch cộng đồng do đó cần phải chú ý cẩn thận để đảm bảo có được tất cả các văn bản pháp lý và thủ tục hợp pháp, và kiểm tra chéo với các cơ quan quản lý khác nhau để đề phòng hơn nữa.

Nghiên cứu điển hình: Bài học rút ra từ nhà dài của cộng đồng Tà Lài

Khi xây dựng nhà khách cộng đồng của người dân Tà Lài, các đối tác dự án địa phương (bao gồm Ban Quản lý Vùng Phòg Hô, Ủy ban Nhân dân xã và Ủy ban Nhân dân huyện) đã cùng đi đến quyết định rằng nhà dài có thể áp dụng theo quy trình xây dựng tiêu chuẩn mà vẫn để ở cấp huyện.

Tuy nhiên, cuối cùng khi Dự án bắt đầu kinh doanh thì cần hàng loạt các văn bản phê duyệt phức tạp hơn nhiều bao gồm cả Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh và các Sở liên quan của tỉnh như Sở Xây dựng, Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở VH-TTDL và công an - ở cả cấp tỉnh và cấp huyện.

Th t c n thit cho tr ng h p c a Tà Làicó th tóm t t nh sau:

1. Giấy phép chuyển đổi sử dụng đất do Phòng Tài nguyên và Môi trường huyện cấp
2. Giấy phép xây dựng do Sở Xây dựng tỉnh cấp
3. Giấy phép hoạt động do Ủy ban Nhân dân tỉnh cấp (cùng với các giấy phép bổ sung gồm kế hoạch quản lý về tài chính, hành chính và an ninh, giấy phép an toàn vệ sinh thực phẩm, giấy phép phòng cháy chữa cháy, cam kết bảo vệ môi trường)

Tình hình phát triển

Ngành Du lịch

Các doanh nghiệp du lịch cộng đồng có thể hoạt động gần như ở bất cứ nơi nào; từ một nhóm cộng đồng đô thị tại các thị trấn hay thành phố tập hợp nhau để phát triển khu vực nghề thủ công hè phố đến những người dân ở một làng nông thôn phát triển nhà dài cộng đồng hay nhóm biểu diễn văn hóa.

Tuy nhiên, các sản phẩm và dịch vụ du lịch cộng đồng của Việt Nam phần lớn thường thấy ở các vùng nông thôn như là vùng núi phía Bắc (Lào Cai, Lai Châu, Hòa Bình, Vịnh Hạ Long), vùng ven biển miền Trung (Huế, Hội An, Nha Trang) và xung quanh đồng bằng sông Cửu Long ở phía Nam. Ở đây, vẻ đẹp thiên nhiên thường gắn với các di sản văn hóa phong phú.

Đặc biệt, du lịch cộng đồng hầu hết thường thấy ở những nơi có đông dân tộc thiểu số với nhiều văn hóa, truyền thống độc đáo và cảnh quan thiên nhiên xung quanh nơi họ sống, tạo ra sự liên kết các sản phẩm đặc biệt hấp dẫn cho khách du lịch. Ngoài ra, vì thường không dễ có các lựa chọn sinh kế thay thế, du lịch cộng đồng tạo thêm thu nhập cho cuộc sống hầu hết tự cung tự cấp của họ.

Nhu cầu về du lịch có trách nhiệm ở Việt Nam

Một khảo sát của AC Nielson do SNV ủy thác trong năm 2010 đối với hơn 200 khách du lịch nội địa và 200 khách du lịch quốc tế ở các vùng trọng điểm du lịch lớn của Việt Nam đã đưa ra một số phát hiện cơ bản, mang lại cái nhìn tích cực về du lịch cộng đồng ở Việt Nam:

- 65% muốn trải nghiệm văn hóa và di sản địa phương
- 54% muốn trải nghiệm thiên nhiên, nghỉ ngơi và phục hồi sức khỏe
- 84% muốn thăm quan danh lam thắng cảnh địa phương
- 97% sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho kỳ nghỉ thân thiện với môi trường và mang lại nhiều lợi ích thực sự cho người nghèo
- 70% sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho việc bảo vệ môi trường địa phương
- 48% sẵn sàng chi trả nhiều hơn để trải nghiệm văn hóa và di sản địa phương
- 45% sẵn sàng chi trả nhiều hơn để hỗ trợ hội từ thiện địa phương

Ngoài ra, khách du lịch quốc tế cho thấy sẵn sàng trả thêm trung bình US\$47 ngoài chi phí trung bình US\$1,000 cho kỳ nghỉ thân thiện với môi trường và mang lại nhiều lợi ích cho người nghèo. Khách du lịch nội địa sẵn sàng trả thêm US\$27 cũng để cung cấp các lợi ích như vậy.

Các phân khúc thị trường

Các phân khúc thị trường phổ biến nhất thực hiện du lịch cộng đồng ở Việt Nam một cách tiêu biểu gồm:

Khách du lịch quốc tế đơn lẻ

Đặc thù là đi một mình hay thành cặp, khách du lịch quốc tế đơn lẻ (FIT) tham gia các trải nghiệm du lịch cộng đồng do sở thích mạnh mẽ của họ muốn biết về lịch sử, văn hóa và môi trường thiên nhiên của Việt Nam. Khách du lịch quốc tế đơn lẻ (FIT) thường tiến hành các trải nghiệm du lịch cộng đồng như một phần trong chuyến trekking ngắn hay nhiều ngày ở các vùng núi phía Bắc hoặc miền Trung Việt Nam, thường kết hợp đi thăm các làng bản dân tộc thiểu số, mua sắm ở các chợ làng để ăn thử thức ăn địa phương, mua các sản phẩm thủ công truyền thống và nghỉ tại nhà dân.

Khách du lịch quốc tế trọn gói (tour "cổ điển")

Một phân đoạn thị trường khác là những khách du lịch quốc tế đi nghỉ trọn gói, họ có thể kết hợp trải nghiệm du lịch cộng đồng vào hành trình đi nghỉ dài ngày của mình, ví dụ chỉ có một tối nghỉ tại bản ở nhà dân, hoặc thực hiện chuyến đi trong ngày đến một làng dân tộc thiểu số hoặc làng nghề để trải nghiệm văn hóa địa phương. Những khách du lịch này phần lớn có hành trình đi nghỉ 2 tuần và ở ngoài thành phố, thường không ở một chỗ nào hơn một ngày hoặc hai ngày.

Kỳ nghỉ cuối tuần của những người làm việc trong thành phố

Mặc dù thị trường nội địa Việt Nam đã có những hiểu biết vốn có về văn hóa và di sản của mình, nhưng vẫn còn một số lượng đáng kể quan tâm đến các trải nghiệm du lịch cộng đồng. Khách du lịch nội địa thường là những người làm việc trong thành phố thích đi ra vùng nông thôn để thưởng thức không khí trong lành và phong cảnh nông thôn với những làng mạc truyền thống và các điểm thiên nhiên hấp dẫn như thác nước và hang động. Đi thành các nhóm tự tổ chức (thường thuê một xe buýt) thường từ 1-2 ngày, những khách du lịch này thích đi thăm chợ địa phương để mua quà là các sản phẩm tươi của địa phương và đồ thủ công cho bạn bè và gia đình, ăn tối ở các nhà hàng địa phương (đôi khi có biểu diễn truyền thống địa phương) và có dịp để giao tiếp với nhau.

Phượt

Cũng có những biểu hiện về sự bắt đầu tăng trưởng của loại hình du lịch này gắn với sinh viên và lao động trẻ tuổi của Việt Nam. Được biết đến là "Phượt", hay khách du lịch ba lô Việt Nam, phân đoạn thị trường này phần lớn bao gồm các sinh viên và lao động trẻ tuổi của Việt Nam, họ dùng xe máy để đi du lịch với các bạn nhằm khám phá các vùng miền và các điểm hấp dẫn khách du lịch của Việt Nam. Tại các điểm đến, họ có xu hướng sử dụng các cơ sở lưu trú ít tiền và ăn tối ở các nhà hàng địa phương nhỏ. Khách du lịch Phượt đặc biệt thích mua sản phẩm địa phương để mang về chia cho bạn bè và gia đình, và mua các sản phẩm thủ công ít tiền và thuốc nam. Không giống như khách du lịch quốc tế, khách du lịch Phượt thường không phụ thuộc vào các công ty du lịch hay xe thuê đắt tiền có lái xe mà có thể chỉ phí US\$150 một ngày.

Môi trường pháp lý

Vào thời điểm viết tài liệu này, Chính phủ Việt Nam đang trong quá trình xây dựng chính sách du lịch cộng đồng. Dự kiến tài liệu này sẽ giúp mang lại cho các đối tác một định nghĩa rõ ràng và chặt chẽ về du lịch cộng đồng cho Việt Nam, và tầm nhìn cho tất cả mọi người hướng đến. Các nguyên tắc hỗ trợ cho du lịch cộng đồng cũng có thể thấy trong một loạt chính sách hiện nay của Việt Nam, bao gồm:

Luật du lịch Việt Nam (năm 2006)

Là văn bản pháp lý cao nhất quy định các hoạt động du lịch trong nước. Luật Du lịch bao gồm các quy định để hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng và đề cập cụ thể đến mối quan hệ chặt chẽ giữa du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng trong việc đạt được phát triển du lịch bền vững. (Khoản 1, Điều 5)

Nghị định số 109 (2003 / NĐ-CP)

Ban hành ngày 23/9/2003, Nghị định này quy định việc bảo tồn các vùng đất ngập nước và các hoạt động khai thác phải bền vững liên quan tới vai trò các cộng đồng địa phương, và quy định phát triển du lịch được coi là ưu tiên ở các vùng đất ngập nước, đặc biệt du lịch sinh thái, như một phương thức bảo tồn hiệu quả.

Luật bảo vệ và phát triển rừng, Nghị định số 23 (2006/ NĐ-CP), và Quyết định số 186 (2006/ QĐ-CP)

Luật và nghị định này ban hành các quy định về quản lý rừng liên quan tới phát triển du lịch sinh thái (Điều 53, Luật bảo vệ và phát triển rừng; Điều 55-56; Nghị định 23 và Điều 22 Quyết định số 186). Theo quy định của luật, hoạt động kinh doanh du lịch sinh thái có thể được tiến hành trong rừng đặc dụng (nghĩa là vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên và khu bảo vệ cảnh quan rừng) và đóng góp vào các hoạt động bảo tồn.

Quyết định số 104 (2007 / QĐ-BNN)

Được Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn ban hành ngày 27/12/2007, quyết định này đưa ra hướng dẫn về các hoạt động du lịch sinh thái tại các vườn quốc gia, kể cả các nguyên tắc kinh doanh trong các khu bảo tồn thiên nhiên, "Cộng đồng dân cư ở địa phương được tham gia và hưởng lợi từ các hoạt động du lịch sinh thái để nâng cao thu nhập cũng như nhận thức, trách nhiệm về bảo tồn thiên nhiên, đa dạng sinh học" (Mục 3, Điều 4).

Luật Bảo vệ Môi trường (2005)

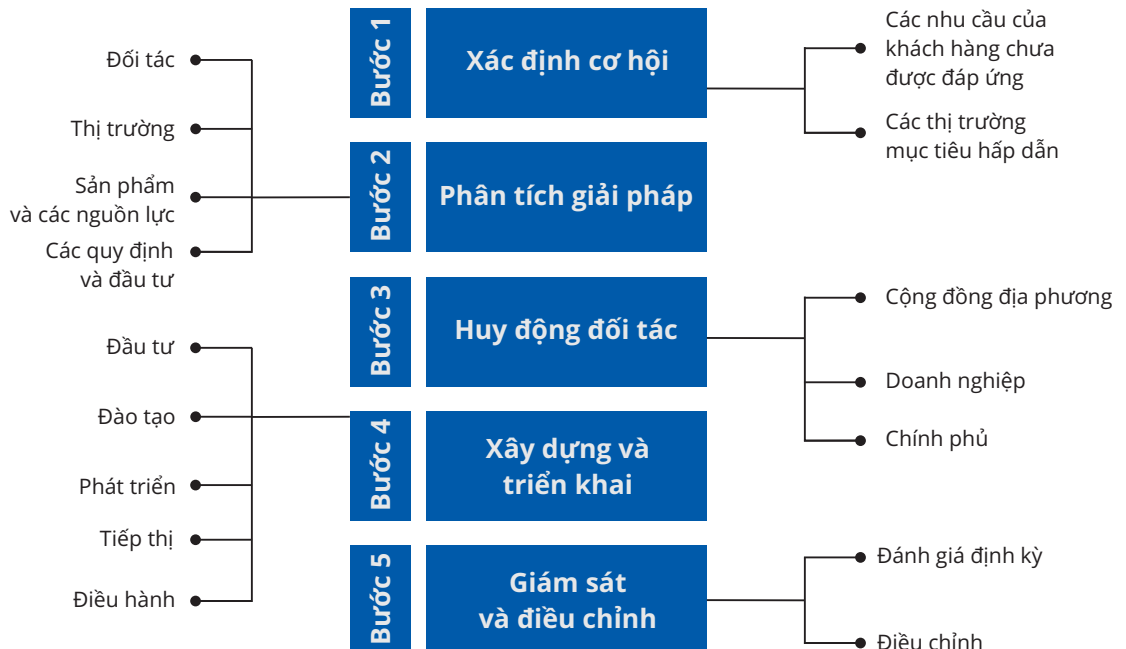
Ngoài việc đưa ra các quy định về bảo vệ môi trường trong các hoạt động du lịch, Luật Bảo vệ Môi trường khuyến khích phát triển các mô hình du lịch sinh thái ở các điểm du lịch và các loại hình cảnh quan thiên nhiên khác để tạo ra sự hài hòa giữa con người và thiên nhiên" (Khoản 1, Điều 31).

Luật Đa dạng sinh học (2008)

Luật Đa dạng sinh học nhấn mạnh rằng du lịch sinh thái là một tiêu chí thành lập vườn quốc gia (Khoản 4, Điều 17), khu dự trữ thiên nhiên (Phần b, Mục 2, Điều 18) và khu bảo vệ cảnh quan (Phần C, Điều 2, Khoản 20). Du lịch sinh thái cũng được nhấn mạnh là hoạt động cho các hộ gia đình địa phương và cá nhân sinh sống hợp pháp trong các khu dự trữ thiên nhiên nói trên, cho họ quyền "tham gia và hưởng lợi ích từ các hoạt động kinh doanh du lịch trong khu bảo tồn" (Phần B, Mục 4, Điều 30).

Phương pháp 5 bước phát triển du lịch cộng đồng dựa vào thị trường

Để phát triển du lịch cộng đồng theo phương pháp dựa vào thị trường, cần phải thực hiện theo 5 bước cơ bản, cụ thể là xác định cơ hội, phân tích giải pháp, huy động đối tác, xây dựng và triển khai, và cuối cùng là giám sát và điều chỉnh. Sổ tay du lịch cộng đồng Việt Nam được xây dựng theo phương pháp phát triển năm bước dựa vào thị trường này.





BƯỚC 1: XÁC ĐỊNH CƠ HỘI

• Xác định cơ hội

Nhu cầu thị trường

Nếu chúng ta xây dựng thì họ có đến không? Bước đầu tiên trong quá trình phát triển du lịch cộng đồng là xác định các lĩnh vực nhu cầu thị trường. Một dự án du lịch cộng đồng không dựa trên nhu cầu được xác định chắc chắn thì sẽ thất bại. Giống như hầu hết các dự án du lịch, sự hình thành dự án du lịch cộng đồng nói chung bắt nguồn từ cơ hội nằm ở một trong ba lĩnh vực sau:

- 1. Giải quyết các hạn chế về tăng trưởng du lịch.** Ở vùng của bạn có nhu cầu mạnh mẽ về sản phẩm du lịch cộng đồng mà chưa được các cộng đồng hiện tại đáp ứng đầy đủ không? Việc xây dựng dự án du lịch cộng đồng có giúp đáp ứng nhu cầu thị trường này không? Ví dụ về điều này có thể là một làng mở nhà khách cộng đồng để phục vụ số lượng lớn khách du lịch mà các cơ sở cung cấp lưu trú hiện nay không đáp ứng được.
- 2. Lấp các khoảng trống trên thị trường.** Có trải nghiệm nào về sản phẩm hay dịch vụ du lịch cộng đồng mà hiện nay không được cung cấp trong vùng của bạn không? Việc phát triển dự án du lịch cộng đồng của bạn có giúp đáp ứng được nhu cầu thị trường này không? Ví dụ, có thể không ai giới thiệu trải nghiệm tour du lịch làng đích thực nhưng cuộc thảo luận của bạn với các nhà điều hành khách sạn gần đó cho thấy đang có nhu cầu rõ ràng.
- 3. Phát triển khái niệm mới.** Bạn có ý tưởng gì về khái niệm du lịch cộng đồng mà hiện nay chưa được giới thiệu trong khu vực của bạn không? Có loại hình dự án du lịch cộng đồng nào hoạt động thành công ở nơi khác mà bạn có thể phát triển và từ đó tạo ra nhu cầu mới không? Ví dụ về điều này có thể là giới thiệu trọn gói mới ăn trưa kết hợp biểu diễn văn hóa cho các nhóm tour đi qua làng bạn mà hiện nay chưa được ai chào mời.

Tuy nhiên, dù bạn có thể có bất cứ lựa chọn nào trong số trên, quyết định của bạn cần phải được dựa trên sự hiểu biết thấu đáo về quy mô, bản chất và các đặc tính của thị trường để đảm bảo khái niệm du lịch cộng đồng được chuyển tải theo cách thức đáp ứng được các mong đợi của thị trường.

Thu thập thông tin

Có chắc chắn sẽ có nhu cầu về dự án du lịch cộng đồng không? Số lượng và đặc điểm khách du lịch muốn có trải nghiệm du lịch cộng đồng này là như thế nào? Cần tiến hành phân tích rộng rãi để đánh giá cơ hội du lịch cộng đồng. Các nguồn thông tin có nhiều. Một số biện pháp phổ biến nhất để thu thập thông tin là

- **Thảo luận.** Thảo luận không chính thức với các nhà điều hành tour, các đơn vị cung cấp cơ sở lưu trú, những người điều hành nhà hàng, các nhà quản lý điểm du lịch, hay thậm chí những cơ sở cung cấp dịch vụ giao thông vận tải có thể cung cấp bức tranh tuyệt vời về đặc điểm thị trường du lịch địa phương hoặc trong vùng, cũng như các xu hướng du lịch và cơ hội. Nói chuyện với đại diện các hiệp hội và câu lạc bộ doanh nghiệp du lịch cũng có thể là cách thức tuyệt vời để lấy thông tin.
- **Quan sát.** Đơn giản là luôn mở rộng tầm mắt và quan sát sự năng động du lịch trong vùng của bạn cũng có thể là cách hay để nắm bắt thông tin. Có những loại khách du lịch nào đến (trẻ, già, theo nhóm, quốc tịch vv...)? Họ tham gia các loại hình hoạt động nào (nghĩa là trekking, mua sắm đồ thủ công, đạp xe vv...)? Họ thích đến thăm quan điểm du lịch nào (nghĩa là tự nhiên, văn hóa, lịch sử)? Họ thích ăn tối ở đâu (nghĩa là cửa hàng thức ăn hè phố, nhà hàng địa phương, nhà hàng quốc tế, quán cà phê vv...)?
- **Nghiên cứu.** Một loạt thông tin bao gồm các báo cáo du lịch, các quy hoạch và chiến lược du lịch Việt Nam có thể được tìm thấy bằng cách tìm kiếm trên các trang web du lịch hoặc thông qua văn phòng các cơ quan du lịch, các câu lạc bộ và hiệp hội du lịch, trung tâm xúc tiến/ thông tin du lịch, văn phòng huyện, các tổ chức phi chính phủ trong nước và quốc tế đang hoạt động trong lĩnh vực du lịch, các tổ chức và cơ quan du lịch khác. Cơ hội có thể được xác định thông qua nghiên cứu các báo cáo khảo sát du lịch, các kế hoạch phát triển và đầu tư du lịch, xác định các dự án cơ sở hạ tầng đã cam kết hoặc đã lên kế hoạch, các chiến lược và quy hoạch du lịch, hoặc xem xét các vùng địa lý tương đồng, các xu hướng xã hội và nhân khẩu hay các dữ liệu về sự thay đổi kinh tế hoặc môi trường.

Phân tích thị trường

Mục đích của việc tiến hành phân tích thị trường là để hiểu được quy mô và tăng trưởng tiềm năng của (các) thị trường, động cơ và nhu cầu, phương tiện và cách thức di chuyển, và các cách thức tiêu dùng. Để giúp xác định được các cơ hội thị trường trong vùng, trước tiên cần phải xác định loại thông tin bạn muốn nắm bắt. Một số câu hỏi nghiên cứu liên quan có thể là:

Các câu hỏi khảo sát thị trường tiềm năng⁽¹⁾

1. Có bao nhiêu khách đang thăm quan trong vùng (nội địa và quốc tế)?
2. Có phải số lượng khách du lịch đang tăng lên, giảm đi hay vẫn thế?
3. Mục đích du lịch của họ là gì?
4. Các nhóm tuổi phổ biến nhất là gì?
5. Họ tham gia các hoạt động gì?
6. Họ thích đi đâu
7. Họ lưu trú bao lâu?
8. Họ tiêu dùng bao nhiêu tiền?
9. Họ đi đơn lẻ hay thành đoàn?
10. Có sự thiếu hụt trong cung cấp các dịch vụ và cơ sở du lịch cộng đồng hiện nay không? Nếu có thì tại sao?
11. Có hay không các xu hướng du lịch thể hiện sự quan tâm mạnh mẽ hay ngày càng tăng đến các trải nghiệm du lịch cộng đồng trong vùng?
12. Việc phân phối các sản phẩm thị trường phụ trợ ở trong vùng như thế nào?
13. Các thế mạnh của vùng là gì?
14. Các hoạt động du lịch chủ đạo và nhu cầu trong vùng là như thế nào?
15. Có hay không các phân khúc thị trường cụ thể mà địa phương thu hút?
16. Có hay không các nhóm quan tâm đặc biệt mà du lịch cộng đồng có thể phục vụ?

⁽¹⁾ Phỏng theo: Du lịch Victoria, Quy hoạch và xây dựng du lịch từ khái niệm đến thực tế: Các hướng dẫn quy hoạch và xây dựng các dự án du lịch ở Victoria, Du lịch Victoria, Úc

Các phân khúc thị trường du lịch cộng đồng tiềm năng

Các thị trường tiềm năng điển hình cho các sản phẩm du lịch cộng đồng ở Việt Nam bao gồm:

- Khách du lịch quốc tế quan tâm đến văn hóa và môi trường và thích “ra khỏi lối mòn” để trải nghiệm cái gì đó mới mẻ, khác lạ hay “chân thực hơn”
- Người Việt Nam trong nước và người nước ngoài sống ở các thành phố muốn có chuyến đi nghỉ ngắn đến các làng quê để thoát khỏi cuộc sống đô thị và nghỉ ngơi trong khung cảnh thôn dã.
- Sinh viên Việt Nam và lớp trẻ ở các đô thị muốn thám hiểm vùng quê Việt Nam với bạn bè và trải nghiệm cuộc sống nông thôn trong thời gian rảnh rỗi
- Sinh viên và những nhà nghiên cứu đi thăm các vùng nông thôn để thăm quan, học tập và nghiên cứu trong các lĩnh vực như xã hội học, nhân chủng học, môi trường, chim chóc và động vật, các quần thực vật và động vật
- Khách du lịch ba lô và khách lẻ đi trekking, tìm kiếm các trải nghiệm về chợ quê và gặp gỡ các dân tộc thiểu số.



BƯỚC 2: PHÂN TÍCH GIẢI PHÁP

Các đối tác

Để phát triển khái niệm dự án du lịch cộng đồng, cần phải tiến hành phân tích các đối tác. Đơn giản đặt ra câu hỏi: ai có thể làm cái gì? Các đối tác trong dự án du lịch cộng đồng có thể là bất kỳ ai mà có tiềm năng tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp, hay chịu tác động của dự án du lịch cộng đồng.

Phân tích đối tác

Cách thức hiệu quả để xác định và đánh giá hàng loạt đối tác trong dự án du lịch cộng đồng, vai trò tiềm năng và trách nhiệm của từng đối tác là thực hiện bài tập “lập sơ đồ đối tác” đối với cả các đối tác trong và ngoài cộng đồng. Một khi các đối tác đã được xác định, kỹ năng tiềm năng và sự quan tâm đến du lịch cộng đồng đã được đánh giá thì cần phải thực hiện kiểm tra xem đầu vào từ bên ngoài hay sự phối hợp giữa các đối tác khác nhau có thể diễn ra như thế nào và ở đâu và vai trò của từng đối tác có thể phát huy như thế nào và ở đâu để hỗ trợ sáng kiến du lịch cộng đồng.

Các đối tác bên trong (cộng đồng)

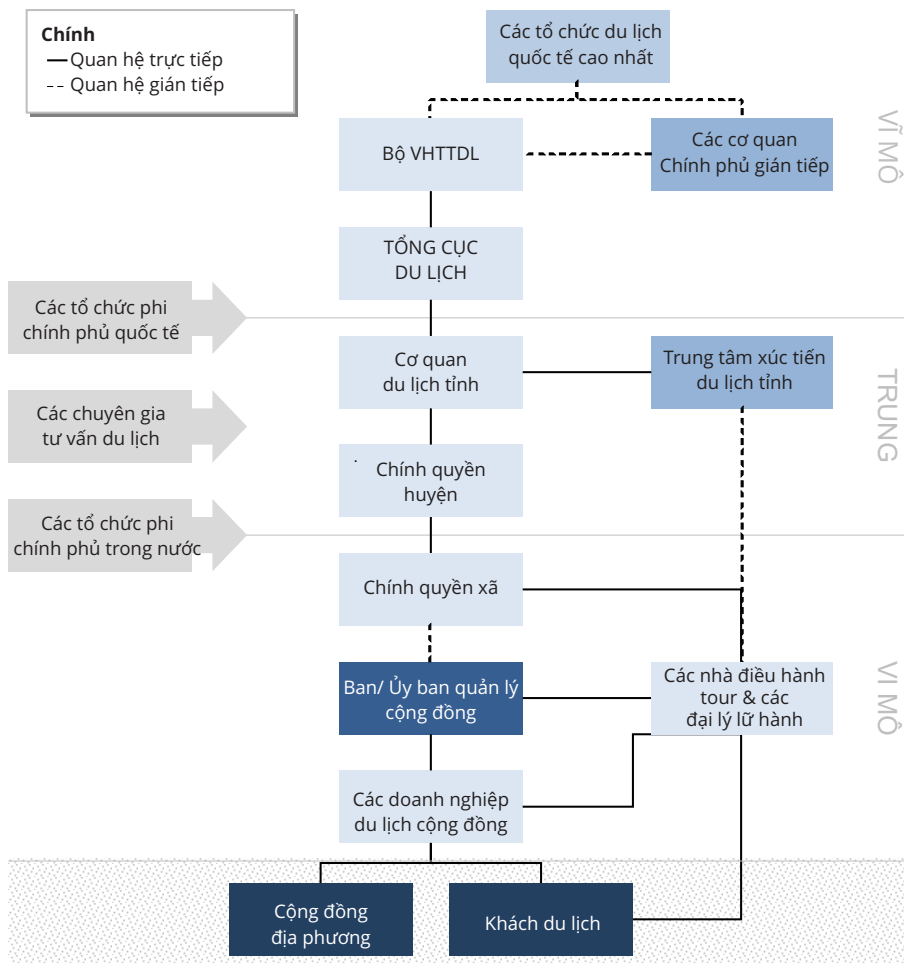
Trong phạm vi cộng đồng, sơ đồ đối tác có thể có nhiều dạng và càng đơn giản hoặc càng chi tiết càng có lợi, ít nhất quy trình này phải xác định: tên địa điểm, chi tiết liên hệ, và mối quan tâm cụ thể hay sự liên quan đến sáng kiến du lịch cộng đồng. Chính thời điểm này cộng đồng cũng có thể đảm bảo việc đưa vào sơ đồ đối tác các thành phần bị đặt bên lề cộng đồng (nghĩa là phụ nữ, thanh niên, người nghèo).

Trong quá trình xác định (và chỉ định) vai trò, các thành viên cộng đồng phải được đặt ở vị trí mà họ phù hợp nhất tùy theo lĩnh vực kỹ năng và chuyên môn của họ chứ không chỉ đơn giản là cố gắng đưa vào tất cả mọi người (bản sơ đồ thống kê kỹ năng có thể giúp ích việc này). Ví dụ, người nghèo có trình độ giáo dục thấp và không có kinh nghiệm quản lý doanh nghiệp nhỏ trở thành nhà cung cấp nông sản cho bữa ăn của khách du lịch hoặc làm công việc nấu nướng hay cung cấp dịch vụ vận chuyển sẽ có ý nghĩa hơn là trở thành nhà cung cấp các dịch vụ du lịch nghỉ tại nhà (homestay) do dịch vụ này đòi hỏi các kỹ năng về các lĩnh vực như marketing, giao tiếp, và tài chính, những kỹ năng mà phải mất một số thời gian để có thể học và thực hiện.

Các đối tác bên ngoài

Các đối tác bên ngoài cộng đồng đặc trưng là từ khu vực tư nhân, khu vực công và các tổ chức phi lợi nhuận. Đối với phát triển du lịch cộng đồng, nội dung trọng tâm chính của các thành viên cộng đồng phải được các đối tác hiểu rõ, những đối tác này có thể có mối liên quan trực tiếp nhất với dự án du lịch cộng đồng. Các đối tác này thường bao gồm:

- Chính quyền xã và huyện
- Trung tâm xúc tiến/thông tin du lịch huyện
- Các nhà điều hành tour và các đại lý lữ hành hoạt động trong vùng
- Các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong vùng



Sơ đồ "các đối tác bên ngoài" của ngành Du lịch Việt Nam

Các sản phẩm và nguồn lực

Sự sẵn có, loại hình và điều kiện các giá trị tự nhiên và văn hóa của cộng đồng và khu vực xung quanh có thể đóng vai trò then chốt trong việc quyết định thành công hay thất bại của dự án du lịch cộng đồng. Việc đánh giá các sản phẩm và nguồn lực do đó phải được thực hiện để xác định các lợi thế có thể phát triển và tiếp thị đến khách du lịch, và cũng xác định các sản phẩm hay nguồn lực cần bảo vệ để tránh các tác động tiềm ẩn không mong muốn của du lịch.

Việc lựa chọn sản phẩm và nguồn lực nào để phát triển phải dựa trên những thông tin của nghiên cứu thị trường trước đó và đặc biệt là tham vấn của các đối tác chính trong khu vực nhà nước và tư nhân.

Ngoài ra, như Armstrong nhận định trong Báo cáo đặc biệt số 21 (Occasional Paper 21) "...các sản phẩm và nguồn lực du lịch phải tiếp thị được, có chất lượng đủ cao và sức hấp dẫn vốn có đối với khách du lịch, và gần các tiện nghi, dịch vụ, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất tốt của địa phương. An toàn và sức khỏe của khách du lịch ở mức độ cao cũng quan trọng, vì đó là người và tài sản".⁽²⁾

Các loại nguồn lực

Các nguồn lực của cộng đồng có thể được chia thành nguồn lực văn hóa – xã hội và nguồn lực tự nhiên.

Nguồn lực văn hóa – xã hội thuộc về các yếu tố con người của cộng đồng, cho dù đó là quá khứ hay hiện tại. Các nguồn lực văn hóa – xã hội có thể là vật thể, như là các tòa nhà lịch sử và các sản phẩm thủ công truyền thống, và phi vật thể, như là các bài dân ca và các điệu múa truyền thống.

Các nguồn lực tự nhiên là đặc điểm môi trường xung quanh chúng ta. Nguồn lực tự nhiên có thể bao gồm các loại địa hình như bãi biển, núi và hồ, hoặc thực vật và động vật sinh sống trong môi trường.

Phân tích nguồn lực

Một bài tập hữu ích cho cộng đồng thực hiện để xác định các nguồn lực tự nhiên và văn hóa vật thể là vẽ bản đồ nguồn lực của cộng đồng và khu vực xung quanh trên một tờ giấy lớn. Một bản vẽ tay phác thảo đơn giản về khu vực, trọng tâm của bài tập vẽ bản đồ nguồn lực không chú ý nhiều đến mức độ chính xác của khoảng cách giữa các điểm hay các nơi, chiều cao của núi hay khúc quanh cụ thể của dòng sông, mà chú trọng xác định các đặc điểm chính về tự nhiên và văn hóa của địa điểm.

Bản đồ phải xác định:

- Loại địa mạo như núi, vịnh, hồ, sông, bãi biển, đồng ruộng, thác nước, hang động, vv...
- Các cơ sở hạ tầng đã được xây dựng như nhà cửa, đường sá và các tuyến đường sắt
- Các điểm lịch sử hoặc văn hóa như đền thờ, chùa chiền hoặc các kiến trúc từ thời Pháp thuộc
- Các điểm khác mà khách du lịch có khả năng quan tâm như bệnh viện, chợ và cửa hàng.

Sau khi hoàn thành bài tập vẽ bản đồ nguồn lực, người tham gia phải đưa ra các di sản văn hóa phi vật thể mà có thể là mối quan tâm của khách du lịch như các bài hát, điệu múa, truyền thống, lễ hội và sự kiện thú vị. Sau đó, các sản phẩm khác độc đáo và đặc biệt ở trong vùng có thể được bổ sung vào danh sách như thức ăn và đồ uống đặc sản, hoặc các thực vật và động vật thú vị.

Sắp xếp ưu tiên các sản phẩm và nguồn lực

Từ bài tập vẽ bản đồ, một danh sách đầy đủ các nguồn lực của cộng đồng có thể được xây dựng và các tiêu chí nặng ký được áp dụng để sắp xếp ưu tiên các sản phẩm theo thứ tự những sản phẩm nên được phát triển trước và những sản phẩm có thể được phát triển sau (xem ví dụ phía dưới).

⁽²⁾ Armstrong R. 2012

Khi nghiên cứu các sản phẩm và nguồn lực, cộng đồng nên đặt mục tiêu xác định một hay hai sản phẩm đầu tàu hoặc sản phẩm dẫn đầu, những sản phẩm này đủ mạnh để là mục đích chính của chuyến thăm quan cộng đồng, và cũng xác định mối liên kết giữa các sản phẩm để các sản phẩm này có thể kết nối với nhau tạo thành chuỗi du lịch đi bộ, đạp xe hay đi thuyền.

Ví dụ về ma trận xác định các sản phẩm và nguồn lực ưu tiên

Sản phẩm du lịch cộng đồng tiềm năng: Du lịch nghỉ tại bản (village homestay)	Điểm 1 Kém – 10 Tốt	Đánh giá (% of 100)	Tổng điểm
Dễ tiếp cận	6	15%	0.90
Chất lượng các điểm du lịch lân cận	8	4%	0.32
Các hoạt động sẵn có	6	5%	0.30
Các dịch vụ hiện có	4	3%	0.12
Sản phẩm đích thực	8	8%	0.64
Tính độc đáo của sản phẩm	8	5%	0.40
Các thị trường mục tiêu dễ tiếp cận	10	10%	1.00
Thị trường mục tiêu đủ quy mô	6	8%	0.48
Các xu hướng thuận lợi của thị trường mục tiêu	6	5%	0.30
Sự có mặt của khu vực tư nhân	6	3%	0.18
Hỗ trợ về quy định thể chế	10	4%	0.40
Nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng sẵn có	8	6%	0.48
Bền vững về kinh tế	8	10%	0.80
Bền vững về môi trường	10	7%	0.70
Bền vững về văn hóa-xã hội	8	7%	0.56
TỔNG	112	100%	7.58
			10

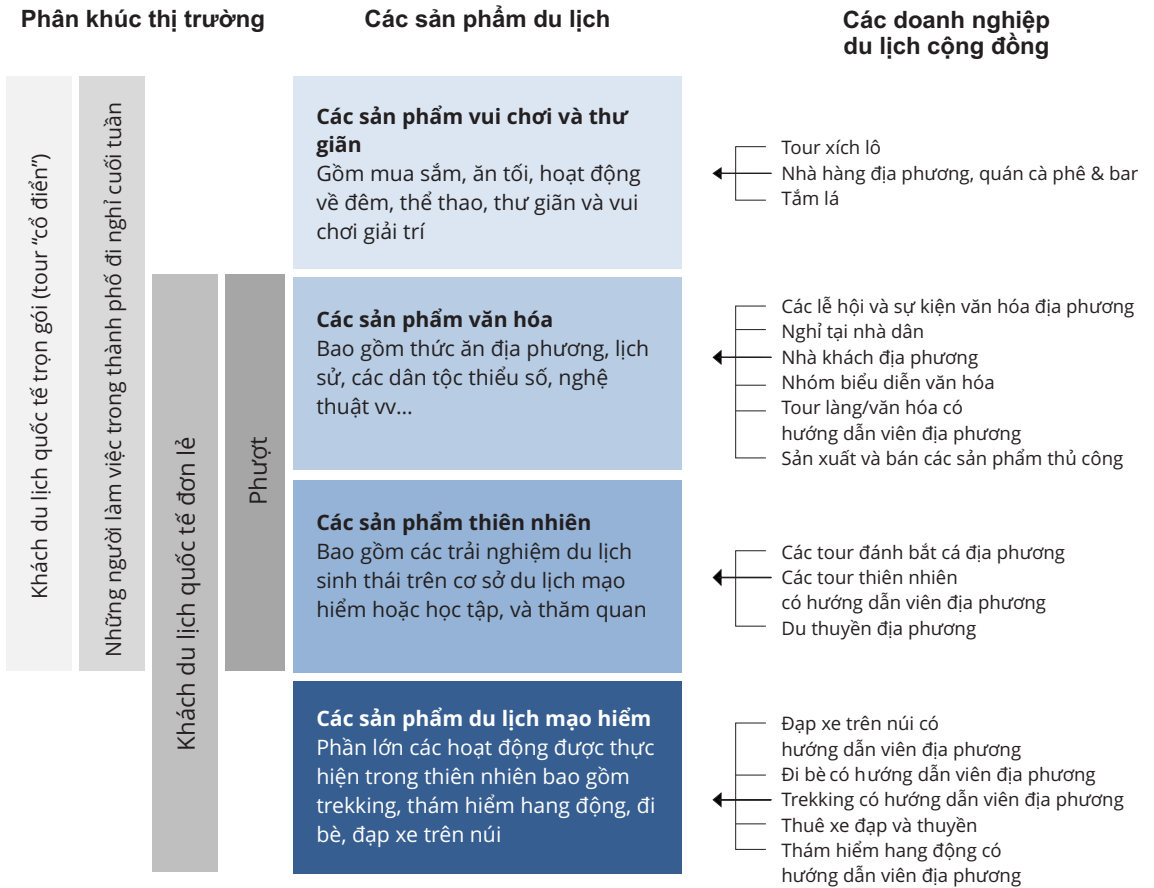
Các doanh nghiệp du lịch cộng đồng tiềm năng

Khi các sản phẩm và các nguồn lực chính đã được xác định là phù hợp để phát triển, các doanh nghiệp du lịch cộng đồng tiềm năng có thể được kết nối. Trong phần phụ lục có thể thấy bảng trình bày các sản phẩm du lịch cộng đồng đặc trưng ở Việt Nam. Các loại hình các doanh nghiệp du lịch cộng đồng bao gồm:

- **Văn hóa.** Các tour thăm các tòa nhà hay địa điểm lịch sử hoặc tín ngưỡng; Trình bày các lối sống truyền thống (nấu nướng, canh tác, săn bắt); biểu diễn âm nhạc, điệu múa truyền thống hay kể chuyện; Bán các sản phẩm thủ công mỹ nghệ địa phương, sản vật, thức ăn và đồ uống đặc sản; thăm quan trường học địa phương
- **Hoạt động và sự kiện.** Tổ chức các lễ hội và sự kiện địa phương (âm nhạc, thể thao vv...); Cung cấp cho các ngày truyền thống hoặc ngày phiên chợ địa phương; đánh cá, bơi thuyền, chèo thuyền kayak và các tour đi bè
- **Thiên nhiên.** Đi bộ có hướng dẫn du lịch tới các điểm du lịch thiên nhiên; bán thuốc rừng truyền thống; Trình bày các kỹ thuật canh tác/ đánh bắt cá truyền thống
- **Dịch vụ du lịch.** Hướng dẫn du lịch địa phương; cơ sở lưu trú tại nhà dân hoặc nhà khách; sản vật địa phương; thức ăn và đồ uống

Kết nối thị trường với doanh nghiệp

Điều quan trọng là các doanh nghiệp du lịch cộng đồng và các sản phẩm được kết nối đến các thị trường mục tiêu đã xác định. Sơ đồ dưới đây đưa ra ví dụ về các phân khúc thị trường điển hình của Việt Nam, các sản phẩm du lịch đã được kết nối và các doanh nghiệp du lịch cộng đồng phù hợp.



Các quy định và đầu tư

Khả năng của cộng đồng phát triển thành công các sản phẩm du lịch cộng đồng là trách nhiệm của hệ thống chính trị và các chính sách, kế hoạch cho ngành du lịch⁽³⁾ ở mức độ đáng kể. Trước khi quyết định kế hoạch phát triển du lịch cộng đồng, cần phải tiến hành phân tích môi trường pháp lý. Nếu được lập kế hoạch và quản lý đúng đắn, du lịch cộng đồng có thể là nhân tố quý giá trong việc đa dạng hóa và thúc đẩy cộng đồng hiện nay, các kế hoạch phát triển của vùng và của địa phương, do đó bắt buộc phải có nhận thức về mức độ “phù hợp” của dự án du lịch cộng đồng với môi trường bên ngoài.⁽⁴⁾

Các chính sách và hệ thống

Các dự án du lịch cộng đồng có khả năng thành công hơn ở những nơi có các cơ cấu thể chế đưa ra các chính sách thuận lợi và có sự liên kết giữa các tổ chức, hỗ trợ kỹ năng hoặc kỹ thuật. Lý tưởng là sẽ có khuôn khổ khởi đầu bằng việc chính phủ cam kết các công ước quốc tế liên quan quy định sự phát triển du lịch bền vững hoặc du lịch có trách nhiệm, tiếp theo là thể hiện cam kết này trong các đạo luật quốc gia, cụ thể nhất là chính sách quốc gia về du lịch cộng đồng. Các quy hoạch và chiến lược du lịch cấp quốc gia, cấp vùng, tỉnh (hay thậm chí cấp huyện) sau đó được xây dựng, và mỗi cấp đều hướng đến đạt được các mục tiêu đề ra trong quy hoạch/chiến lược của cấp trên. Việc đưa du lịch cộng đồng để giảm nghèo vào các kế hoạch phát triển quốc gia cũng có thể thúc đẩy sự phát triển của du lịch cộng đồng, đặc biệt là quan hệ đối tác liên kết giữa cộng đồng – tư nhân.⁽⁵⁾ Do đó, cần phải tiến hành phân tích kỹ lưỡng môi trường chính sách mà dự án du lịch cộng đồng sẽ hoạt động.

Đặc điểm chung của các chính sách hỗ trợ phát triển cộng đồng là:⁽⁶⁾

- Ưu tiên các lợi ích kinh tế - xã hội cho cộng đồng địa phương
- Quyền của các cộng đồng được tôn trọng và nâng cao, và sự tham gia tích cực của cộng đồng và công tác quản lý được thúc đẩy
- Việc đóng góp vào bảo tồn các nguồn lực tự nhiên và văn hóa được xác định
- Các chính sách ngành được xây dựng, bao gồm cả việc thiết kế các phương pháp tiếp cận phù hợp và công cụ quy hoạch và quản lý, thiết lập các cơ cấu thể chế hỗ trợ và xây dựng năng lực.

Ở Việt Nam, các chính sách cụ thể, các luật lệ và quy định cần phải cân nhắc khi lập kế hoạch cho một dự án du lịch cộng đồng bao gồm:

- Giấy phép của tỉnh để khách du lịch có thể đến được các điểm cụ thể
- Các quy định của tỉnh, huyện hoặc xã về chi trả các khoản lệ phí đi vào làng đối với khách nước ngoài
- Các giới hạn trong nước hoặc trong tỉnh về loại hình hoạt động mà khách du lịch có thể tham gia
- Các giới hạn trong nước hoặc trong tỉnh về các địa điểm mà khách nước ngoài có thể thăm quan
- Các chính sách của tỉnh về giá áp dụng cho các cơ sở lưu trú và các dịch vụ khác
- Các yêu cầu về giấy phép kinh doanh nhỏ của huyện
- Các điều kiện hợp đồng liên doanh giữa khu vực tư nhân, khu vực nhà nước và cộng đồng
- Quy định về ứng xử của cộng đồng đối với các nhà điều hành tour và khách du lịch
- Các yêu cầu về giám sát, ghi chép và báo cáo các hoạt động của khách du lịch (ví dụ số lượng khách du lịch, thời gian lưu trú, mục đích thăm quan vv...) của các cơ quan của chính phủ

(3) Theo Tổ chức Du lịch Thế giới và Ủy ban Du lịch Châu Âu năm 2011

(4) Asker et al 2010

(5) Asker et al 2010

(6) Caribbean Regional Sustainable Tourism Development Programme 2008

Các yêu cầu quy hoạch của Chính phủ

Dự án du lịch cộng đồng cũng nên được xây dựng một cách lý tưởng là phù hợp với các kế hoạch phát triển tổng thể hiện nay và đã được đề xuất trong vùng. Nhận thức về các mục tiêu và định hướng chính sách trong các kế hoạch chiến lược cũng có thể được áp dụng vào tiếp thị các cơ hội phát triển của dự án du lịch cộng đồng. Do đó, việc nghiên cứu các chính sách quy hoạch địa phương hoặc các yêu cầu phân vùng sẽ có tính chất quyết định trong việc đảm bảo dự án du lịch cộng đồng sẽ được phép hoạt động.

Các chính sách quy hoạch của Chính phủ thường quy định sự phối hợp phát triển, bảo vệ môi trường, nhà ở, phát triển kinh tế và cung cấp cơ sở hạ tầng. Ở cấp địa phương (xã hoặc huyện), các chính sách và khung quy hoạch sẽ thường mô tả các mục tiêu quy hoạch cơ bản và các chiến lược của vùng và là cơ sở quan trọng để các cán bộ của chính phủ ra quyết định về các đề xuất phát triển.

Các khung quy hoạch có thể tác động tiềm năng đến các dự án du lịch cộng đồng và do đó cần được nghiên cứu như một phần của quá trình lập kế hoạch du lịch cộng đồng, bao gồm:

- Các kế hoạch hợp nhất hay kế hoạch phát triển nông thôn
- Các kế hoạch bảo tồn hay đa dạng sinh học
- Các kế hoạch về sử dụng đất trong khu vực
- Các quy hoạch tổng thể về du lịch
- Các chương trình sinh kế khác
- Các kế hoạch quản lý tài nguyên dựa vào cộng đồng
- Các kế hoạch quản lý vùng ven biển

