

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH

CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM
VỚI MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI DO LIÊN MINH CHÂU ÂU TÀI TRỢ



Bộ công cụ về Du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam





© 2013 Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội

Bộ công cụ này đã được soạn thảo với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội (Dự án EU) do Liên minh Châu Âu tài trợ.

Nội dung của bộ công cụ này hoàn toàn thuộc trách nhiệm của Dự án EU và không phản ánh quan điểm của Liên minh Châu Âu.

Dự án EU và Liên minh Châu Âu cho phép in ấn và sao chép tài liệu này cho mục đích cá nhân và phi thương mại với điều kiện có sự thừa nhận bản quyền của Dự án EU và Liên minh Châu Âu. Người sử dụng không được phép bán lại, phân phối lại, hay tạo ra các tác phẩm phái sinh vì mục đích thương mại mà không được Dự án EU hay Liên minh Châu Âu đồng ý bằng văn bản.

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 | Email: info@esrt.vn | Website: www.esrt.vn



VỀ DỰ ÁN EU & BỘ CÔNG CỤ

Bộ công cụ Du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam được Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ xây dựng. Bộ công cụ này là một trong các mục tiêu xây dựng năng lực cho các bên liên quan trong ngành Du lịch Việt Nam để đạt được các lợi ích tổng thể về phát triển kinh tế-xã hội (trong khi vẫn bảo tồn được các nguồn lực về tự nhiên và văn hóa từ du lịch).

Hoạt động của Dự án EU tập trung vào ba nội dung quan trọng gồm: hỗ trợ chính sách và tăng cường thể chế, năng lực cạnh tranh của sản phẩm và đối thoại công-tư, đào tạo và giáo dục nghề.

Bộ công cụ Du lịch có Trách nhiệm tại Việt Nam được soạn thảo với mười ba bài, với các chủ đề đa dạng khác nhau. Các bài và chủ đề trong Bộ công cụ có thể được sử dụng cùng nhau hay độc lập theo từng bài, sử dụng cả bộ hay từng phần, tùy theo nhu cầu đào tạo của học viên và đào tạo viên. Mỗi bài và chủ đề có thể sẽ liên quan đến ba nhóm đối tượng tiềm năng là: cơ quan nhà nước về quản lý Du lịch (khu vực nhà nước), các doanh nghiệp du lịch (khu vực tư nhân), và các cộng đồng tại điểm đến có tham gia vào du lịch.

Các bài và chủ đề được trình bày trong trang kế tiếp.

**13**

BÀI 13 HÀNH ĐỘNG CỘNG ĐỒNG TRONG DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM

Mục lục

Xây dựng các sản phẩm du lịch có trách nhiệm có hiệu quả về kinh tế	143
Đảm bảo nhu cầu thị trường cho các sản phẩm mang lại hiệu quả kinh tế	143
Đảm bảo sản phẩm phù hợp với thị trường	144
Tìm hiểu và tuân theo với những quy định và luật pháp của Nhà nước	145
Bảo vệ môi trường và cộng đồng địa phương	146
Gây ảnh hưởng đến mức độ tác động của du khách đến cộng đồng	147
Tạo lập chiến lược để giảm thiểu tác động tiêu cực của du lịch đối với cộng đồng	147
Áp dụng các Quy tắc du lịch	148
Thúc đẩy sự tham gia và hỗ trợ trong du lịch	149
Hợp tác với cộng đồng	149
Triển khai tổ chức quản lý cộng đồng	149
Hợp tác với các đối tác tư nhân	150
Hợp tác với Chính phủ	150
Xây dựng nguồn lao động du lịch có kỹ năng tại địa phương	151
Phân tích khoảng trống kỹ năng	151
Giám sát và đánh giá các tác động bền vững dựa vào cộng đồng	152
Xây dựng chương trình giám sát dựa vào cộng đồng	152
Cung cấp dữ liệu	153
Xây dựng các chỉ số để đánh giá tính bền vững của du lịch đối với cộng đồng	153
Điều chỉnh thích ứng	153



Kết thúc bài học này học viên có thể:

- Miêu tả được các cách thức để phát triển sản phẩm Du lịch có trách nhiệm nhằm mang lại hiệu quả kinh tế
- Xác định được các phương pháp để bảo vệ cộng đồng địa phương và môi trường khỏi những tác động tiêu cực của du lịch
- Giải thích được tầm quan trọng của việc cộng đồng, chính phủ, các tổ chức cá nhân cùng tham gia và hỗ trợ cho du lịch
- Xác định được cơ hội để giúp tạo ra một lực lượng lao động du lịch địa phương có tay nghề
- Mô tả được cách thức để giám sát và đánh giá tác động của du lịch về mặt môi trường và xã hội đối với cộng đồng, môi trường và nền kinh tế

Sổ tay Du lịch Cộng đồng Việt Nam

Với mục đích truyền bá những lợi ích của du lịch tới cộng đồng Việt Nam, quỹ Quốc tế Bảo vệ Thiên nhiên và Chương trình ESRT do EU tài trợ đã hợp tác xây dựng Sổ tay Du lịch Cộng đồng Việt Nam: Phương thức tiếp cận dựa vào thị trường. Đặc biệt với việc áp dụng phương thức phát triển du lịch cộng đồng dựa trên khả năng thương mại và nhu cầu thị trường, cuốn sổ tay cung cấp các hướng dẫn chi tiết cho các nhà hoạch định du lịch và những người làm trong lĩnh vực này về cách phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm dựa vào cộng đồng không những mang lại lợi ích về kinh tế thương mại mà còn góp phần bảo tồn và phát triển văn hóa môi trường địa phương một cách thận trọng.

5 bước chính của phương thức tiếp cận dựa vào thị trường để phát triển du lịch cộng đồng bao gồm:

- 1. Xác định cơ hội.** Nếu bạn xây dựng được sản phẩm du lịch thì du khách có đến không? Bước 1 xem xét các dữ liệu thu thập được và phân tích các đặc điểm cung - cầu của thị trường và xác định phân khúc thị trường tiềm năng. Du khách nào quan tâm đến du lịch cộng đồng nhất? Họ sẽ ở lại bao lâu? Họ sẽ chi bao nhiêu tiền? Họ thích những hoạt động gì? Nghiên cứu sẽ giúp giải đáp các vấn đề này và vạch ra hướng phát triển trực tiếp cho các sản phẩm du lịch để đạt được thành công nhất.
- 2. Phân tích giải pháp.** Bước 2 xem xét vai trò và sự tham gia của các bên liên quan quan trọng, xác định các sản phẩm tiềm năng để phát triển, tạo ra các sản phẩm phù hợp với thị trường. Ví dụ như việc tổ chức các tour du lịch trong ngày về làng quê với bữa ăn trưa truyền thống và chương trình biểu diễn văn nghệ có thể là phù hợp hơn so với việc phát triển du lịch nghỉ tại nhà dân. Những qui định của Nhà nước, sự phát triển của kế hoạch kinh doanh và thiết lập mối quan hệ đối tác với các bên liên quan cũng là những yếu tố rất quan trọng vào thời điểm này.
- 3. Sự tham gia của các bên liên quan.** Ai sẽ làm gì? Khu vực tư nhân có thể giúp được những gì? Còn khu vực Nhà nước thì sao? Những cân nhắc này cũng cần được đặt ra với các bên liên quan bên trong tổ chức/công ty, như tất cả các doanh nghiệp thành công khác, về vai trò và trách nhiệm của đội ngũ nhân viên phải được đặt ra, bao gồm cả việc xác định cách thanh toán tiền cho các nhà cung cấp dịch vụ.
- 4. Phát triển và giới thiệu sản phẩm.** Nền tảng cho sự thành công được xây dựng dựa trên các kỹ năng và kiến thức tốt. Nếu thực sự muốn thành công thì việc xây dựng và đào tạo năng lực cho đội ngũ nhân viên những kỹ năng kinh doanh du lịch cơ bản là rất cần thiết. Tại thời điểm này, cũng cần phải xem xét việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng. Xây dựng mục đích phát triển, mục tiêu và kế hoạch hoạt động là rất quan trọng. Khi sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng phát triển, cần phải tiếp thị để thu hút đủ số lượng khách hàng – vấn đề mà nhiều doanh nghiệp du lịch cộng đồng thất bại. Tiếp thị có thể trực tiếp hoặc thông qua các nhà điều hành tour du lịch và các tổ chức trung gian khác như trung tâm thông tin du lịch của chính phủ.
- 5. Giám sát và điều chỉnh.** Thiết lập các chỉ số, giám sát và điều chỉnh để đạt được thành công.





XÂY DỰNG CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH CÓ TRÁCH NHIỆM CÓ HIỆU QUẢ VỀ KINH TẾ

Việc cộng đồng tham gia phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm cho du khách là quan trọng vì sản phẩm có trách nhiệm đáp ứng được nhu cầu của du khách đồng thời hướng tới việc bảo tồn và khéo léo quảng bá văn hóa môi trường tại địa phương đó.

Đảm bảo nhu cầu thị trường cho các sản phẩm mang lại hiệu quả kinh tế

Nếu sản phẩm du lịch ở cấp độ cộng đồng không dựa trên một nhu cầu cụ thể thì thường đi đến thất bại. Giống như hầu hết các doanh nghiệp du lịch, phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng phải đáp ứng ít nhất một trong hai nhu cầu sau:

- 1. Nhận biết những hạn chế trong phát triển du lịch:** Sản phẩm này đáp ứng nhu cầu mạnh mẽ mà các doanh nghiệp hiện có trong khu vực không đáp ứng được đầy đủ.
- 2. Lấp khoảng trống trên thị trường:** Sản phẩm này hiện không có sẵn trong cộng đồng hay khu vực nhưng được chứng minh là khả thi ở những nơi khác.

Tuy nhiên, cho dù đáp ứng được nhu cầu nào thì các sản phẩm cần phải dựa trên hiểu biết tốt về quy mô, tính chất và đặc điểm của thị trường để đảm bảo đáp ứng được mong đợi của thị trường và đảm bảo được tính bền vững lâu dài.

Để đảm bảo được nhu cầu tiêu dùng cần tiến hành nghiên cứu thị trường để nắm được số lượng và đặc điểm của du khách có nhu cầu về hàng hóa hay dịch vụ. Những thông tin này có thể được thu thập từ:

- **Thảo luận:** Các cuộc thảo luận với các nhà điều hành tour du lịch, các đơn vị cung cấp dịch vụ lưu trú, quản lý nhà hàng, quản lý các điểm tham quan du lịch, hoặc thậm chí với bên cung cấp dịch vụ xe du lịch sẽ mang lại cái nhìn tổng quan về các đặc tính của thị trường du lịch của địa phương hay trong vùng, các xu hướng và cơ hội.
- **Quan sát:** Chỉ cần tập trung và quan sát những biến động du lịch ở địa phương cũng là cách hay để xác định được loại khách du lịch, các loại hình hoạt động mà họ tham gia, các loại hình tham quan du lịch và sở thích ăn uống của họ.
- **Nghiên cứu chuyên sâu:** Các báo cáo, quy hoạch và chiến lược du lịch, các báo cáo khảo sát du khách, các kế hoạch đầu tư và phát triển du lịch hay một phân tích so sánh về du lịch ở những nơi khác có thể làm sáng tỏ được nhu cầu tiêu dùng, có thể tìm qua Internet hoặc qua các cơ quan du lịch, các câu lạc bộ, các hiệp hội, các trung tâm thông tin/quảng cáo, các sở ban ngành, các tổ chức phi chính phủ khu vực và quốc tế, và các cơ quan du lịch khác.
- Đảm bảo tính sẵn có và chất lượng nguồn lực cho phát triển.

Tính sẵn có, chủng loại và tình trạng tài sản tự nhiên hay văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc xác định sự thành công hay thất bại của một sản phẩm du lịch. Do đó, đánh giá một sản phẩm phải thể hiện được sản phẩm và/hoặc các nguồn lực du lịch đó có tiềm năng tiêu thụ được, có đủ chất lượng, có hấp dẫn du khách không, có gắn với các tiện nghi, dịch vụ, cơ sở hạ tầng của địa phương đó không. Mức độ an toàn và sức khỏe của du khách cũng đóng vai trò quan trọng như những nguồn tài nguyên vật chất và con người. Phải đánh giá được tổng hợp các nguồn tài nguyên và các sản phẩm như là một phần của toàn bộ trải nghiệm du lịch khi tới cộng đồng. Các tài nguyên này bao gồm:

- **Nguồn tài nguyên văn hóa xã hội:** Các yếu tố con người trong cộng đồng ví dụ như các di tích lịch sử, thủ công mỹ nghệ truyền thống, dân ca, điệu múa truyền thống, v.v
- **Tài nguyên thiên nhiên:** Các yếu tố môi trường ví dụ như các bãi biển, núi, hồ, hoặc động – thực vật sống trong môi trường đó.

Lập sơ đồ về các tính năng của điểm tham quan và sản phẩm du lịch sử dụng các tiêu chí đánh giá và trọng số là phương pháp hữu ích để đánh giá những mặt mạnh của điểm đến và sản phẩm du lịch đó, đồng thời giúp xác định được các yếu cầu cần thiết khi phát triển sản phẩm du lịch đó (xem ví dụ ở dưới).

Đảm bảo sản phẩm phù hợp với thị trường

Có rất nhiều loại sản phẩm du lịch ở cấp độ cộng đồng, ví dụ như:

- **Văn hóa:** Những chuyến du lịch đến các di tích hoặc điểm du lịch lịch sử, tôn giáo; Những cách thể hiện về lối sống truyền thống (nấu ăn, nuôi trồng, sản bản); Biểu diễn nhạc cổ truyền, múa hay kể chuyện; Việc kinh doanh các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, các đặc sản của địa phương đặc biệt là đồ ăn thức uống; Những chuyến thăm đến các trường học tại địa bàn.
- **Các hoạt động & sự kiện:** Tổ chức các lễ hội và các sự kiện địa phương (âm nhạc, thể thao, vv); Các phiên chợ truyền thống; Các chuyến đi câu cá, chèo thuyền, xuống kayak, bè.
- **Tự nhiên:** Du lịch đi bộ có hướng dẫn tới các điểm tự nhiên; Bán thuốc Nam, Mô hình kỹ thuật canh tác/đánh bắt cá
- **Dịch vụ du lịch:** Hướng dẫn viên địa phương; Du lịch nghỉ tại nhà dân; Đặc sản của địa phương, đồ ăn thức uống.

Sản phẩm sẽ không bền vững về mặt kinh tế nếu không đáp ứng được nhu cầu của thị trường hoặc hướng đến các phân khúc thị trường không phù hợp. Phân khúc thị trường tiêu biểu tại Việt Nam và các sản phẩm du lịch liên quan được thể hiện trong biểu đồ ở trang sau.

Ví dụ về một ma trận dùng để đánh giá những điểm mạnh của sản phẩm du lịch cộng đồng

Sản phẩm: Trải nghiệm Du lịch lưu trú tại nhà dân trong làng	Điểm (1 Yếu – 10 Mạnh)	Tỉ lệ (100%)	Tổng điểm
Dễ tiếp cận	6	15%	0,90
Chất lượng của các điểm tham quan gần đó	8	4%	0,32
Các thể loại hoạt động sẵn có	6	5%	0,30
Các dịch vụ sẵn có	4	3%	0,12
Sản phẩm đích thực	8	8%	0,64
Sự độc đáo của sản phẩm	8	5%	0,40
Thị trường mục tiêu dễ tiếp cận	10	10%	1,00
Quy mô thị trường đủ lớn	6	8%	0,48
Xu hướng thị trường phù hợp sản phẩm	6	5%	0,30
Sự hiện diện của khối tư nhân	6	3%	0,18
Được hỗ trợ về các quy định	10	4%	0,40
Nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng có sẵn	8	6%	0,48
Tính bền vững về kinh tế	8	10%	0,80
Tính bền vững về môi trường	10	7%	0,70
Tính bền vững về văn hóa xã hội	8	7%	0,56
TỔNG	112	100%	7,58 10

Ví dụ về thị trường điển hình ở Việt Nam với các sản phẩm du lịch tiềm năng phù hợp

Phân khúc thị trường

Các loại sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch



Tìm hiểu và tuân theo với những quy định và luật pháp của Nhà nước

Khi lên kế hoạch kinh doanh du lịch ở cộng đồng địa phương, cần xem xét kỹ các chính sách, quy định và luật lệ ở Việt Nam bởi vì những chính sách này có thể ảnh hưởng đến các hoạt động trong tương lai. Các loại luật và quy định hiện hành cần được nghiên cứu bao gồm:

- Giấy phép của tỉnh cho phép du khách đến thăm các điểm du lịch
- Những quy định của tỉnh, huyện, xã về việc nộp phí vào làng đối với khách nước ngoài
- Những luật cấm của nhà nước hoặc của tỉnh áp dụng với các loại hình hoạt động du khách có thể tham gia
- Những luật cấm của nhà nước hoặc của tỉnh áp dụng khi khách nước ngoài đến tham quan một số địa điểm
- Chính sách định giá của tỉnh với việc lưu trú và một số dịch vụ khác
- Yêu cầu cấp giấy phép kinh doanh của Quận/Huyện với các doanh nghiệp nhỏ
- Các điều kiện hợp đồng liên doanh giữa tư nhân, Nhà nước và cộng đồng
- Các nguyên tắc ứng xử cộng đồng áp dụng cho nhà điều hành tour và du khách
- Theo dõi, ghi chép và báo cáo về yêu cầu của các hoạt động du lịch cho cơ quan Nhà nước (ví dụ như: lượng khách, thời gian lưu trú, mục đích của chuyến thăm).

Những khung quy hoạch có khả năng ảnh hưởng đến các doanh nghiệp du lịch cộng đồng bao gồm:

- Quy hoạch phát triển toàn bộ hoặc khu vực nông thôn
- Quy hoạch bảo tồn hoặc đa dạng sinh học
- Quy hoạch sử dụng đất trong vùng
- Quy hoạch du lịch tổng thể
- Các chương trình sinh kế khác
- Quy hoạch quản lý nguồn tài nguyên thiên nhiên dựa vào cộng đồng
- Quy hoạch quản lý vùng biển
- Thành lập tổ chức quản lý



BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG VÀ CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG

Mặc dù ưu tiên hàng đầu là đảm bảo cho các công ty du lịch cộng đồng đáp ứng nhu cầu thị trường và mang lại hiệu quả kinh tế, tuy nhiên tính bền vững lâu dài trong du lịch cũng đòi hỏi các đơn vị này không được tạo ra những tác động tiêu cực đối với cộng đồng địa phương và môi trường, thông qua đó vẫn đảm bảo tiếp tục thu hút khách du lịch đến thăm cộng đồng, sẽ trở lại một lần nữa trong tương lai và sẽ giới thiệu với bạn bè. Hơn nữa, như đã được giới thiệu ở Bài Những nguyên tắc du lịch có trách nhiệm, du lịch chưa được qui hoạch và chưa được quản lý có thể dẫn đến một loạt các tác động tiêu cực như:

Tác động xã hội

- Căng thẳng xã hội do sự thay đổi sắp xếp trong gia đình và vai trò giới.
- Thương mại hóa các giá trị văn hóa và truyền thống (mất ý nghĩa).
- Thay đổi tập quán văn hóa (ví dụ như nghệ thuật, thủ công mỹ nghệ, trang phục, lễ hội) để đáp ứng nhu cầu du lịch từ thực tế hay từ nhận thức (mất nền văn hóa).
- Làm trầm trọng các bất bình đẳng xã hội sẵn có và tạo ra những bất bình đẳng mới.
- Xung đột giữa các cá nhân và/hoặc nhóm xã hội do sự xuất hiện của những hình thức mới về đạo đức, quan hệ gia đình, vui chơi giải trí trong tổ chức cộng đồng.
- Xung đột văn hóa do những hành vi công kích của du khách (ví dụ như thăm các điểm du lịch tư nhân hoặc các điểm du lịch làm cho du khách hoảng sợ).
- Coi thường các phong tục tập quán và các giá trị “truyền thống”.

Tác động môi trường

- Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch một cách không có kiểm soát trong môi trường sinh thái dễ biến đổi.
- Làm hư hại cảnh quan và hạn chế không gian để phục vụ cho sự phát triển cơ sở hạ tầng và các dịch vụ du lịch khác.
- Các tour du lịch và du khách tò mò có thể làm xáo trộn hệ động vật hoang dã.
- Sự khan hiếm về việc cung cấp nước và các năng lượng khác tại địa phương.
- Ô nhiễm các dòng sông và vùng tự nhiên do du khách và các doanh nghiệp gây ra.
- Ô nhiễm tiếng ồn và không khí do các hoạt động du lịch.

Tác động kinh tế

- Việc bồi thường và phân chia lợi ích chưa thỏa đáng trong việc sử dụng các giá trị tài sản tự nhiên và văn hóa địa phương của các tổ chức ngoài cộng đồng.
- Căng thẳng xã hội từ tiền lương và thu nhập bất bình đẳng giữa chủ và khách, ngay bên trong chính cộng đồng đó, và giữa nam và nữ.
- Sự phụ thuộc kinh tế ngày càng tăng vào một ngành hay vào một công ty (dẫn đến các vấn đề về kinh tế xã hội vào mùa thấp điểm hoặc các tác động bên ngoài làm giảm số lượng du khách).
- Lạm phát trong giá nhà đất và chi phí nhà ở/sinh hoạt.
- Sự thất thoát kinh tế ra bên ngoài cộng đồng do hoạt động của các doanh nghiệp bên ngoài không hỗ trợ các dịch vụ và hàng hóa sẵn có của địa phương.

Gây ảnh hưởng đến mức độ tác động của du khách đến cộng đồng

Những yếu tố ảnh hưởng đến tác động của du lịch trong cộng đồng bao gồm:

- **Đặc điểm của các điểm đến:** Khả năng thích nghi với môi trường, các đặc điểm di sản; Giai đoạn phát triển kinh tế; Những điểm mạnh về văn hóa xã hội; Thái độ và động cơ của người dân địa phương; Sức chứa và năng lực xã hội.
- **Đặc điểm của du khách:** Lượng khách; Thời gian lưu trú, Tình trạng kinh tế của du khách và người dân địa phương; Cách thức chi tiêu; Sở thích và các hoạt động của du khách.
- **Đặc điểm của các loại hình phát triển du lịch:** Các đặc tính không gian và qui mô phát triển du lịch; Loại sản phẩm du lịch; Mức độ địa phương tham gia sở hữu và vận hành hoạt động các cơ sở du lịch; Mức độ phát triển.



Tạo lập chiến lược để giảm thiểu tác động tiêu cực trong du lịch cộng đồng

Để bảo vệ cộng đồng khỏi những tác động tiêu cực trên, điều quan trọng là các doanh nghiệp du lịch địa phương, chính quyền địa phương và các tổ chức cộng đồng phải hợp tác với nhau để thực hiện và tuân thủ các quy định và luật lệ về ứng xử của du khách và các doanh nghiệp trong cộng đồng và môi trường xung quanh. Các công cụ thực hiện bao quát tới nhiều lĩnh vực khác nhau trong bộ công cụ này, nhưng trọng tâm ở tầm địa phương. Bản tóm tắt các hoạt động bao gồm:

- **Chính sách và chiến lược:** Sử dụng quá trình có tham gia của nhiều bên, thiết lập chính sách cấp địa phương và quy hoạch chiến lược du lịch để hợp tác và thúc đẩy các nguyên tắc và mục tiêu phát triển bền vững. Thực hiện các tiêu chuẩn du lịch và hướng dẫn về hoạt động đúng/nên làm trong kinh doanh du lịch. Phát huy những nguyên tắc ứng xử chuẩn mực cho du khách và doanh nghiệp. Thiết lập và thực thi luật du lịch để làm rõ những điều kiện và yêu cầu cấp phép hoạt động cho các doanh nghiệp du lịch cộng đồng, củng cố việc đánh giá những tác động môi trường và xã hội như một phần của quá trình phát triển. Việc phân vùng, sử dụng đất và luật/quy tắc xây dựng có ảnh hưởng đến quá trình phát triển du lịch.
- **Công cụ thị trường, tài chính và kinh tế:** Thúc đẩy việc cấp giấy chứng nhận du lịch bền vững; Đưa ra các chính sách ưu đãi và khuyến khích đầu tư/phát triển hoạt động du lịch có trách nhiệm; Thực thi hoặc sửa đổi các loại thuế, phí và lệ phí để định hướng lại lưu chuyển du lịch; Xây dựng cơ sở hạ tầng thích hợp để quản lý tác động của du khách; Giành được sự ủng hộ của công chúng trong việc tự nguyện xây dựng bảo cáo môi trường, các bản hướng dẫn/quy tắc ứng xử.
- **Nâng cao nhận thức và xây dựng năng lực:** Thay đổi hành vi của du khách, doanh nghiệp và cộng đồng thông qua việc nâng cao nhận thức về tác động của du lịch và thực tiễn quản lý tốt thông qua việc thúc đẩy các khóa học du lịch có trách nhiệm, tuyên truyền về các điển hình tốt với xã hội và môi trường thông qua quản lý điểm đến hay các tổ chức tiếp thị và các hiệp hội thương mại du lịch.
- **Tiếp thị và truyền thông:** Tính bền vững sẽ được đảm bảo nếu thông điệp rõ ràng và giá cả cạnh tranh. Các nhà cung cấp dịch vụ du lịch có thể áp dụng những cách thuyết minh hợp lý để tuyên truyền về những giá trị văn hóa và thiên nhiên, để nâng cao nhận thức và ý thức về điểm du lịch và mang lại chất lượng trải nghiệm du lịch. Chính phủ có thể chỉ đạo lập kế hoạch chiến lược du lịch theo hướng bền vững bằng cách chú trọng đầu tư quảng bá những hoạt động có trách nhiệm.
- **Việc làm:** Thực hiện các tiêu chuẩn lao động nhằm tạo ra cơ hội cho phụ nữ và nam giới có được việc làm tốt và năng suất trong điều kiện đảm bảo tự do, bình đẳng, an toàn và nhân phẩm. Hiểu và áp dụng luật lao động Việt Nam. Cung cấp hợp đồng lao động cho nhân viên. Trả lương tối thiểu hoặc cao hơn. Mang lại lợi ích của ngành trong sử dụng lao động. Đảm bảo các chế độ ưu đãi và tiền thưởng. Đảm bảo không gian làm việc phù hợp. Tăng cường các chính sách về bình đẳng giới và cơ hội bình đẳng. Tuân theo công tác tuyển dụng có trách nhiệm. Tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng phù hợp.

Áp dụng các Quy tắc du lịch

Một trong những biện pháp tốt nhất đối với cộng đồng để bảo vệ môi trường và văn hóa, chống lại những tác động tiêu cực từ du lịch là áp dụng những bộ quy tắc ứng xử của doanh nghiệp, cộng đồng và khách du lịch. Dưới đây là một số ví dụ về những bộ quy tắc ứng xử tiềm năng.

Ví dụ về các Quy tắc ứng xử của khách du lịch:

- Tôn trọng văn hóa và truyền thống địa phương
- Chú ý đến sự riêng tư và tập quán của cộng đồng địa phương
- Hỗ trợ nền kinh tế địa phương bằng cách mua hàng hóa và dịch vụ của địa phương đó
- Không xâm phạm đến các điểm văn hóa hay các đài tưởng niệm
- Không làm xáo trộn hệ động vật hoang dã và không gây tổn hại đến hệ sinh thái
- Tôn trọng các tập quán của cộng đồng địa phương
- Tôn trọng luật pháp của địa phương

Ví dụ về các Quy tắc ứng xử của cộng đồng địa phương:

- Cung cấp các sản phẩm du lịch có chất lượng
- Mang đến môi trường an toàn và an ninh cho du khách tới thăm
- Chào đón và thân thiện với du khách
- Bảo vệ nền văn hóa và truyền thống địa phương
- Nâng cao nhận thức trong cộng đồng về tầm quan trọng để cân bằng bảo tồn và phát triển kinh tế

Ví dụ về các Quy tắc ứng xử của các doanh nghiệp du lịch

- Sử dụng nhân viên và hướng dẫn viên địa phương bất cứ nơi nào có thể
- Bảo trợ cho các nhà cung cấp và các doanh nghiệp sở hữu nhỏ tại địa phương
- Tuyên truyền các nguyên tắc ứng xử cho du khách khi đến thăm các cộng đồng và khu vực thiên nhiên
- Khuyến khích du khách không cho tiền người ăn xin
- Hỗ trợ các dự án xã hội và môi trường tại địa phương
- Tôn trọng các quy định, luật lệ và luật pháp của tỉnh và địa phương ảnh hưởng tới các hoạt động kinh doanh trong cộng đồng
- Thuyết minh chính xác và xác thực về môi trường và văn hóa



THÚC ĐẨY SỰ THAM GIA VÀ HỖ TRỢ TRONG DU LỊCH

Yếu tố quan trọng của bất kì doanh nghiệp du lịch cộng đồng thành công nào là có được sự hỗ trợ tích cực từ các bên liên quan ngay từ bước đầu lên kế hoạch. Cho dù doanh nghiệp thuộc sở hữu là của một cá nhân hay một gia đình, có được sự hỗ trợ từ cộng đồng, chính quyền địa phương và các đối tác tư nhân sẽ đảm bảo có ít vấn đề nảy sinh hơn. Hơn nữa, các bên liên quan còn có thể cung cấp tài chính, vật chất hoặc kỹ thuật.

Hợp tác với cộng đồng

Việc tham gia của cộng đồng có thể có nhiều hình thức, ví dụ như:

- Tham gia vào việc nghiên cứu khả thi của cộng đồng
- Tham gia vào các phần việc trong lập kế hoạch và phát triển kinh doanh
- Cung cấp lao động cho nhu cầu nhân sự và công việc xây dựng
- Công việc tình nguyện
- Cho thuê đất/nhà/địa điểm kinh doanh
- Đưa đất sở hữu tư nhân vào trong tour du lịch



Triển khai tổ chức quản lý cộng đồng

Để đảm bảo tốt nhất cho sự thành công của doanh nghiệp du lịch cộng đồng, kiểm soát và quản lý được những tác động tiêu cực thì điều quan trọng là cần có các nhóm tổ chức cộng đồng tốt, gây dựng được niềm tin, sức mạnh và tài sản. Trong khi có rất nhiều mô hình quản lý cộng đồng khác nhau thì cộng đồng thường sẽ thiết lập một số hình thức tổ chức quản lý tiêu biểu.

Các tổ chức này làm việc để:

- Đảm bảo lợi ích của du lịch sẽ được nhiều người hưởng chứ không chỉ chủ doanh nghiệp
- củng cố các quy tắc và quy định về việc lập kế hoạch, hoạt động và phát triển du lịch
- Giải quyết tranh chấp
- Hoạt động như một trung gian giữa Nhà nước và doanh nghiệp (công ty lữ hành, đại lý du lịch) và cộng đồng

Cho dù được thành lập với tư cách pháp lý (ví dụ như Hợp tác xã hay Hội đồng quản trị có liên quan) hay đang vận hành chưa chính thức, thì những đặc điểm chung của tổ chức quản lý cộng đồng là:

- Nhiều đại diện từ tất cả các bên liên quan trong cộng đồng
- Phi lợi nhuận
- Dựa trên các lao động tự nguyện
- Hoạt động ở cấp địa phương
- Định hướng dịch vụ

Đặc điểm của các tổ chức quản lý cộng đồng:

- Rõ ràng về mục đích, mục tiêu và đối tượng họ đại diện và muốn kêu gọi tham gia
- Có hiểu biết về cộng đồng về mặt điều kiện kinh tế, cấu trúc chính trị, các giá trị và chuẩn mực, xu hướng nhân khẩu, lịch sử và kinh nghiệm khi có nỗ lực tham gia
- Tích cực lắng nghe và học hỏi từ nhận thức, ý kiến, mong muốn và nhu cầu của cộng đồng
- Hướng tới tìm kiếm sự đóng góp của cộng đồng, khuyến khích sự tin cậy và cam kết
- Có cách lãnh đạo khách quan và đại diện công bằng cho tất cả các bên liên quan bao gồm cả các nhóm nhỏ
- Giúp thiết lập được cấu trúc và quá trình, tạo điều kiện phát triển du lịch có hiệu quả và giải quyết được những mâu thuẫn
- Chấp nhận quyền tự quyết của cộng đồng

Hợp tác với các đối tác tư nhân

Khu vực tư nhân đóng vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp du lịch cộng đồng như là một đối tác, khách hàng, kênh tiếp thị và/hoặc là cố vấn, tóm lại là kênh liên lạc giữa điểm du lịch và du khách/thị trường.

Việc cam kết với các doanh nghiệp du lịch là rất cần thiết để đảm bảo sản phẩm và dịch vụ cộng đồng bổ sung thêm cho những gì khối tư nhân đang cung cấp, phù hợp với những ưu tiên của nhà điều hành tour và lịch trình du lịch, nhấn mạnh điểm độc đáo của cộng đồng và hài hòa với các hoạt động khác đang phục vụ khách du lịch.

Hai loại hình chính của khối tư nhân ở Việt Nam là:

- **Nhà điều hành tour:** Xây dựng, quảng bá và điều hành các tour bao gồm các hoạt động và sản phẩm cộng đồng tạo ra.
- **Nhà cung cấp dịch vụ du lịch:** Bao gồm cơ sở lưu trú, nhà hàng, điểm tham quan, công ty xe du lịch, hướng dẫn viên, cửa hàng bán đồ lưu niệm. Quan hệ tốt với các nhà cung cấp dịch vụ du lịch thì các cơ sở này sẽ hỗ trợ tiếp thị và quảng bá cho doanh nghiệp địa phương.

Có thể thu hút sự tham gia của đối tác tư nhân bằng 2 cách:

1. **Công ty hợp danh:** Doanh nghiệp địa phương mời một hoặc nhiều công ty tư nhân ví dụ như nhà điều hành tour du lịch trở thành thành viên hợp danh tham gia vào quá trình quản lý và phát triển sản phẩm.
2. **Các hiệp hội trong Ngành:** Các doanh nghiệp địa phương trở thành thành viên của một hiệp hội Ngành (ví dụ như Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, các Phòng thương mại địa phương v.v.) để được trang bị các dịch vụ như quảng bá và đào tạo doanh nghiệp thành viên của nhóm.

Việc tham gia đóng góp của khối tư nhân vào các doanh nghiệp du lịch cộng đồng có thể thực hiện dưới nhiều hình thức như:

- Tư vấn về cơ hội phát triển sản phẩm
- Tư vấn kỹ thuật về sự phát triển và hoạt động của doanh nghiệp
- Quảng bá và đưa du khách đến cộng đồng và cung cấp thông tin phản hồi để cải tiến sản phẩm
- Thiết lập mối quan hệ kinh doanh với các doanh nghiệp địa phương
- Hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng địa phương (đường, nước), cung cấp thiết bị (như điện thoại, radio) hoặc dịch vụ (như chăm sóc sức khỏe) để hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương
- Giúp tăng cường sự hiểu biết về ngành Du lịch và những lợi ích của việc cam kết và hỗ trợ công ty du lịch cộng đồng về khách hàng, nhà cung cấp và quản lý nhà nước

Hợp tác với Chính phủ

Các công ty du lịch cộng đồng bền vững cần phải hợp tác tốt với chính quyền địa phương có liên quan tới công việc kinh doanh. Do đó, các công ty du lịch cộng đồng nhất thiết phải tham vấn với các cơ quan chính quyền của xã, huyện, tỉnh trong quá trình lập kế hoạch, phát triển và vận hành bởi họ nắm được các vấn đề của địa phương, chịu trách nhiệm xử lý các đơn đăng ký thành lập cơ sở kinh doanh nhỏ, và tư vấn trong quá trình phát triển dựa trên sự hiểu biết về các công việc nội bộ và yêu cầu của từng quá trình. Các cơ quan Nhà nước sẽ hỗ trợ nhiều mặt, đặc biệt là nền đầu tư vào đầu để mang lại hiệu quả kinh tế đáng kể cho người dân địa phương và môi trường xung quanh.

Cơ quan quản lý Nhà nước hỗ trợ nhiều loại hình như các khoản tài trợ, hỗ trợ quảng bá, xây dựng cơ sở hạ tầng hay nhận được các phê duyệt qui hoạch và những hỗ trợ thuận lợi từ Nhà nước. Vì thế, tất cả các lĩnh vực nhận được hỗ trợ từ Nhà nước đều cần được điều tra ở cấp địa phương, huyện và tỉnh.

Một số hoạt động quản lý Nhà nước có thể tiến hành ở lĩnh vực du lịch và các lĩnh vực khác bao gồm:

- Khuyến khích du lịch phát triển đến các vùng, miền thông qua việc đầu tư cơ sở hạ tầng và quảng bá
- Đảm bảo chính sách được tuân thủ khi thực thi
- Quảng bá về các doanh nghiệp du lịch địa phương và các sản phẩm trong các tài liệu marketing
- Sửa đổi những quy định gây cản trở sự phát triển của doanh nghiệp nhỏ
- Đào tạo kỹ năng nghề trong du lịch





XÂY DỰNG NGUỒN LAO ĐỘNG DU LỊCH CÓ KỸ NĂNG TẠI ĐỊA PHƯƠNG

Du lịch là một ngành có tính cạnh tranh cao ở Việt Nam, việc phát triển và vận hành các doanh nghiệp du lịch cộng đồng bền vững phải dựa trên lực lượng lao động có tay nghề và có kiến thức. Do đó, điều quan trọng là các nhà quản lý và đội ngũ nhân viên cần nâng cao năng lực và trải qua đào tạo về các kỹ năng liên quan tới công việc của mình.

Phân tích khoảng trống kỹ năng

Tiến hành phân tích về kỹ năng sẵn có và còn thiếu sẽ làm rõ được các vấn đề trong đó vấn đề phát triển năng lực là cần thiết. Phân tích này sẽ giúp xác định được những kỹ năng và nhiệm vụ cần thiết để phát triển và điều hành doanh nghiệp, những kỹ năng hiện có và những kỹ năng cần phải đạt được thông qua đào tạo hoặc xây dựng năng lực.

Để tiến hành phân tích sự thiếu hụt về kỹ năng, một ma trận cơ bản có thể chỉ ra kỹ năng cần thiết và kỹ năng sẵn có trong cộng đồng. Mức độ kỹ năng thể hiện theo các cấp độ quản lý và vai trò, trách nhiệm bên trong doanh nghiệp.

Có thể tìm thấy những người có khả năng xây dựng năng lực ở cả trong và ngoài cộng đồng, thông thường bao gồm:

- **Nhân viên có tay nghề hiện có:** Sử dụng đội ngũ nhân viên hiện có hoặc những thành viên trong gia đình có tay nghề để đào tạo tại chỗ đội ngũ nhân viên khác.
- **Các tổ chức phi chính phủ và các tổ chức tài trợ:** Các tổ chức phi chính phủ quốc tế và địa phương và các tổ chức tài trợ hoạt động trong ngành Du lịch, văn hóa, môi trường, phát triển cộng đồng có thể hỗ trợ việc đào tạo năng lực.
- **Các tổ chức tình nguyện:** Trong một số trường hợp, các tổ chức tình nguyện nước ngoài có thể được tham gia để hỗ trợ đào tạo các kỹ năng để phát triển tổ chức và sản phẩm.

- **Các tổ chức du lịch:** Các hiệp hội và tổ chức du lịch (Nhà nước và tư nhân) là những người xây dựng năng lực tốt, đặc biệt là các lĩnh vực như quảng bá, xúc tiến và qui hoạch nhân lực.
- **Các trường giáo dục và đào tạo chính thống và không chính thống:** Tham dự khóa đào tạo hay giáo dục tại một trường cao đẳng kỹ thuật hoặc tại một hiệp hội nào đó.

Các kỹ năng cần thiết cho doanh nghiệp du lịch cộng đồng được thể hiện ở dưới đây.

CHỦ SỞ HỮU/ NHÀ ĐIỀU HÀNH

- Kỹ năng phát triển sản phẩm
- Hiểu biết về những biến động trong ngành Du lịch
- Hiểu biết về các vấn đề pháp lý
- Kỹ năng tài chính kế toán
- Kỹ năng giám sát và phân tích
- Những chiến lược định giá và quản lý quảng bá
- Kỹ năng quảng bá và truyền thông

CẤP ĐỘ GIÁM SÁT

- Kỹ năng quản lý chung
- Hiểu biết về kỹ thuật (như chuẩn bị đồ ăn thức uống, dịch vụ ăn uống, phục vụ buồng, lập thực đơn, v.v...)
- Kỹ năng giám sát và phân tích
- Kỹ năng lãnh đạo và đào tạo
- Giải quyết xung đột và giao tiếp giao thoa văn hóa

CẤP ĐỘ NHÂN VIÊN

- Tay nghề tốt (như chuẩn bị/dịch vụ ăn uống, phục vụ buồng, lập thực đơn, v.v...)
- Kỹ năng hướng dẫn và giải thích
- Đạo đức làm việc tốt

GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ CÁC TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG

Đặc trưng mang lại sự thành công cho du lịch cộng đồng chính là việc xây dựng và thực hiện hệ thống giám sát và quản lý các tác động tiêu cực của du lịch để đảm bảo tối đa hóa các tác động tích cực và giảm thiểu các tác động tiêu cực đối với môi trường và cộng đồng. Giống như các điểm đến, du lịch là một quá trình tiến hóa dần dần để đáp ứng các nhu cầu của thị trường cũng như của cộng đồng. Tuy nhiên, nếu cộng đồng nói chung và các doanh nghiệp du lịch nói riêng không phát triển các chỉ số, tiêu chuẩn và mục tiêu thì cộng đồng đó khó có thể biết rõ được mức độ và lĩnh vực mang lại thành công cần phải được hỗ trợ và củng cố lại, hay lĩnh vực nào có thể đe dọa đến sự thành công của doanh nghiệp và điểm đến đó.

Việc giám sát, đánh giá định kỳ và sự điều chỉnh được cho là khâu quan trọng góp phần vào thành công của du lịch cộng đồng bởi vì việc này:

- Giúp duy trì tiêu chuẩn chất lượng
- Theo dõi những tác động tiêu cực của du lịch đối với cộng đồng địa phương
- Đảm bảo các sản phẩm phù hợp với thị trường

Sự tham gia của cộng đồng trong việc giám sát và đánh giá ngành Du lịch

Cần có sự tham gia rộng rãi của cộng đồng vào việc xây dựng các vấn đề chủ chốt và chọn lựa các chỉ số, và cũng có thể được đào tạo để thu thập dữ liệu. Thiết lập một tổ công tác đa thành phần nhằm giám sát quá trình và phân tích kết quả có thể giúp đảm bảo tính minh bạch của quá trình và tránh những xung đột chính trị về lợi ích khi phân tích kết quả. Thông thường, được thực hiện bởi các chủ thể chủ chốt thực hiện như cán bộ nhà nước tại địa phương, các chuyên gia tư vấn phát triển và các nhà tài trợ cùng các nhóm cộng đồng, sự giám sát nên được thực hiện đơn giản với việc thu thập ý kiến từ khách du lịch, các công ty du lịch và người dân địa phương.

Xây dựng chương trình giám sát cộng đồng

Thực hiện chương trình giám sát và đánh giá cộng đồng cần tuân thủ các bước sau:

Bước 1. Lập kế hoạch giám sát

Thảo luận và đưa ra ý tưởng giám sát cộng đồng; Lập mục tiêu giám sát; Thảo luận các vấn đề thiết thực như đối tượng tham gia, phạm vi cần thiết nghiên cứu và thời gian giám sát.

Bước 2. Phạm vi các vấn đề quan trọng

Nghiên cứu những vấn đề quan trọng mà các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng đang phải đối mặt; Tổ chức họp cộng đồng để xem xét và ưu tiên các vấn đề; Lập thông tin từ nhóm công tác giám sát nhóm để hoàn thiện danh sách.

Bước 3. Lập các chỉ số

Lọc ra các chỉ số hiện có từ các nguồn thứ cấp và phù hợp với những vấn đề chính; Thảo luận theo nhóm để tìm ra những chỉ số mới phù hợp với những vấn đề này; Lược bỏ các chỉ số không đủ tính thực tế để thực hiện hoặc không quá liên quan tới các vấn đề chính và điều chỉnh đi.

Bước 4. Thu thập dữ liệu

Chọn nguồn dữ liệu; Chọn phương pháp thu thập dữ liệu như khảo sát điều tra bằng câu hỏi; Chọn một cơ sở dữ liệu đơn giản để lưu kết quả

Bước 5. Đánh giá kết quả

Lập tiêu chuẩn một năm; Xác định ngưỡng thích hợp để đáp ứng quản lý

Bước 6. Thông báo kết quả

Chọn phương pháp truyền thông đến các nhóm đối tượng liên quan khác nhau; Công bố kết quả và thường xuyên cập nhật

Bước 7. Lên kế hoạch ứng phó

Xác định vùng có chỉ số yếu kém; Nghiên cứu nguyên nhân gây ra hiệu suất kém; Quyết định một giải pháp quản lý, Lập kế hoạch hành động

Bước 8. Xem xét lại mục tiêu và những khó khăn

Xem xét lại mục tiêu du lịch cộng đồng và những vấn đề chính; Xem xét các chỉ số và việc thu thập dữ liệu

Bước 9. Triển khai các hoạt động

Triển khai các phương án quản lý theo như kế hoạch hành động

Cung cấp dữ liệu

Việc thu thập thông tin và dữ liệu phục vụ cho quá trình giám sát và đánh giá có thể lấy từ nhiều nguồn khác nhau:

- **Hồ sơ kinh doanh:** Các dữ liệu cơ bản về hoạt động kinh tế phải luôn sẵn có trong hồ sơ của công ty hoặc tổ chức quản lý cộng đồng. Các dữ liệu liên quan có thể là doanh số bán hàng, doanh thu, lỗ - lãi, mức sử dụng lao động, bảng thống kê nguồn gốc khó khăn và các dữ liệu phúc lợi khác.
- **Hồ sơ tham quan cộng đồng:** Tỷ lệ lưu trú/sử dụng, thời gian và thời điểm tham quan, tuổi, giới tính, quốc tịch cần được lưu lại như một điều kiện khi khách đến tham quan làng/cộng đồng.
- **Khảo sát du khách:** Có thể dao động từ phiếu điều tra sự hài lòng cho đến sổ thông tin phản hồi của khách thông qua khảo sát định lượng và định tính. Những thông tin có giá trị bao gồm những thông tin về nhân khẩu học, ngày thăm, các hoạt động tham gia, thích và không thích (bao gồm cả khía cạnh xã hội và môi trường).
- **Thảo luận giữa các bên liên quan:** Thường xuyên tổ chức các hội thảo và cuộc họp không chính thức giữa các bên liên quan thông qua việc giao lưu và tọa đàm với cộng đồng và các bên liên quan khác (như nhà điều hành tour, chính quyền địa phương) hoặc chính thức thông qua các cuộc điều tra và các cuộc họp giữa các bên liên quan. Thông tin sẽ bao gồm quan niệm của các bên liên quan về cộng đồng và các sản phẩm du lịch, và những tác động tích cực và tiêu cực đối với cộng đồng và môi trường xung quanh.
- **Quan sát và đánh giá vật chất:** Quan sát các hoạt động du lịch theo thời gian như hồ sơ các sự kiện, các khoản đầu tư và phát triển có thể là nguồn thông tin hữu ích, hồ sơ ảnh là những thông tin rất hữu ích.

Xây dựng các chỉ số để đánh giá tính bền vững của du lịch đối với cộng đồng

Xác định và lựa chọn các chỉ số tác động sẽ giúp cộng đồng biết được khi nào các giới hạn về thay đổi môi trường, xã hội và kinh tế bị xâm phạm. Sức chứa của môi trường và cộng đồng (ví như khả năng hấp thụ các tác động của du lịch) cần được dự báo trước, chỉ số tác động để đánh giá sự thay đổi cần được xây dựng trong từng chặng đường hoạt động của dự án. Chỉ số này phải liên quan đến các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng, được định lượng cụ thể (xem bài 8 Giám sát Tác động Du lịch có trách nhiệm). Các chỉ số tiêu biểu cho du lịch bền vững trong cộng đồng bao gồm:

Các chỉ số tác động kinh tế

- Số lượng việc làm trực tiếp và gián tiếp trong ngành Du lịch (loại việc làm, giới, v.v...)
- Tỷ lệ việc làm truyền thống của địa phương so với việc làm trong ngành Du lịch
- Thu nhập trực tiếp và gián tiếp từ du lịch cộng đồng
- Chi phí cho các dự án phát triển cộng đồng từ quỹ du lịch (bao gồm các loại dự án và người thụ hưởng)
- Số lượng và loại hình doanh nghiệp du lịch địa phương
- Doanh thu của doanh nghiệp du lịch, mức lỗ - lãi
- Công suất/tỷ lệ sử dụng của doanh nghiệp du lịch/(bao gồm cả tính thời vụ)

Các chỉ số tác động xã hội

- Số lượng thành viên cộng đồng tham dự các khóa đào tạo liên quan đến du lịch (bao gồm loại, trình độ và thời gian của khóa học)
- Tỷ lệ nữ giới trong nguồn nhân lực du lịch địa phương (bao gồm thâm niên, tiền lương và lợi ích so với nam giới)
- Số lượng nữ doanh nhân trong ngành công nghiệp du lịch địa phương
- Số lượng và loại hình sự kiện văn hoá truyền thống được bảo trợ và những di sản văn hoá được bảo vệ hoặc nâng cấp
- Lượng phản hồi tích cực và tiêu cực từ các bên liên quan về các doanh nghiệp du lịch hay các điểm tham quan cộng đồng

Các chỉ số tác động môi trường

- Số lượng và loại các dự án bảo vệ môi trường thực hiện do có các hoạt động du lịch
- Mức độ ô nhiễm trong cộng đồng và môi trường
- Mức độ phá hoại môi trường thiên nhiên địa phương do du khách và công ty lữ hành
- Số lượng thành viên cộng đồng tham dự các khóa đào tạo liên quan đến môi trường (bao gồm loại, trình độ và thời gian của khóa học)
- Mức độ sử dụng tài nguyên và mức tài nguyên sẵn có (nước, đất, điện, v.v...)
- Mức độ quản lý và xử lý chất thải

Điều chỉnh thích ứng

Nếu chỉ cần theo dõi những tác động của du lịch đối với cộng đồng và những lợi ích du lịch mang lại cho mục đích bền vững trong cộng đồng, thì sẽ không đủ cho sự thành công trong quá trình hoạt động và phát triển điểm tham quan du lịch và các sản phẩm du lịch mà kết quả của việc giám sát còn phải được đánh giá và hành động. Do đó, các kết quả giám sát và đánh giá cần được coi như kim chỉ nam cho sự phát triển và thực hiện các chính sách, hành động ngắn hạn và dài hạn trong tương lai. Các tổ chức quản lý cộng đồng cũng cần đảm bảo kết quả giám sát và đánh giá sẽ được đưa vào các nghiên cứu, điều chỉnh chiến lược và kế hoạch hành động du lịch sắp tới. Quá trình học tập ứng phó với sự thay đổi thông qua giám sát, thử nghiệm và học hỏi được coi là quản lý thích ứng và phải là một quá trình liên tục.