



SWOT

ĐIỂM MẠNH - NỘI TẠI

ĐIỂM YẾU - NỘI TẠI

CƠ HỘI - NGOẠI CẢNH

ĐE DOẠ - NGOẠI CẢNH

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets. Conservation International and the George Washington University.

**Những câu hỏi có thể sử dụng cho việc phân tích SWOT**

Điểm mạnh	Cơ hội
<ul style="list-style-type: none">- Bạn có các điểm du lịch phổ thông?- Những khía cạnh môi trường nào hoặc di sản đang được bảo vệ tốt?- Bạn có những người có kiến thức tốt đang làm việc về quản lý du lịch và các điểm di sản?- Những điểm mạnh của nhân viên và những người tham gia trong vùng Bạn là gì?	<ul style="list-style-type: none">- Có những cơ hội để quảng cáo về các giá trị văn hoá và tự nhiên cho du khách?- Có những người trong cộng đồng địa phương có quan tâm làm việc cho công tác du lịch và quản lý điểm di sản?- Du lịch có thể sử dụng những cơ sở vật chất chưa sử dụng hết công suất (các công trình xây dựng lịch sử...)?- Những cơ hội cho việc phối hợp và tạo quan hệ?
Điểm yếu	Đe dọa
<ul style="list-style-type: none">- Cách tiếp cận hiện tại trong việc thuyết minh trông có cũ và cần có sự xem xét lại không?- Những yếu tố vật lý của điểm hay vùng mà làm cho việc quản lý du khách khó khăn?- Có những yếu tố riêng biệt nào thể hiện các vấn đề về thị trường?- Cái gì có thể giúp cho việc đánh giá và phản hồi được thực hiện tốt hơn?- Có thiếu các khoá huấn luyện hoặc năng lực không?	<ul style="list-style-type: none">- Những đe dọa nào tác động đến giá trị di sản của điểm hoặc của vùng?- Những đe dọa đến các điều kiện vật lý của các điểm di sản?- Những đe dọa đến các sinh kế hoặc những hoạt động kinh tế đang diễn ra hoặc sự tồn tại của xã hội của cộng đồng địa phương?- Những đe dọa đến những tồn tại của các doanh nghiệp?- Những đe dọa rõ ràng từ những phân tích rủi ro tiềm năng?



Thống kê thông tin cho việc đánh giá

Thống kê các điểm thu hút

Xác định điểm tự nhiên (những điểm thu hút hoang sơ, vắng vẻ và giải trí...như chụp ảnh, đi bộ, câu cá, lướt sóng, lặn), công trình (tượng đài lịch sử, công trình xây dựng...) và các sự kiện đặc biệt (lễ hội, nghi lễ, các sự kiện thể thao và lễ hội âm nhạc).

Tiêu chí: có giá trị về mỹ quan hoặc cảnh đẹp, giá trị đa dạng sinh học, giá trị văn hoá giá trị lịch sử, sử dụng và các hoạt động, sự tham gia của cộng đồng, điều khiển, tiếp cận và tiềm năng phát triển sản phẩm.

Thống kê về cơ sở hạ tầng và dịch vụ

Xác định khả năng tiếp cận; giao tiếp, giao thông, thức ăn, dịch vụ công cộng như nước, năng lượng, sức khỏe và an ninh; sức khỏe của cộng đồng; môi trường và quỹ đất và việc sử dụng đất công cộng.

Thống kê nhu cầu thị trường (du khách)

Xác định xu hướng du khách và hồ sơ du khách để xác định các điểm đến được du khách quan tâm.

Xác định thị trường du lịch hiện tại và tương lai bởi các đất nước/quốc gia xuất phát và/hoặc các phân đoạn.

Thu thập thông tin về các hoạt động, các thói quen và sự quan tâm với du lịch của du khách.

Thống kê mức độ cạnh tranh và cung cấp

Xác định mức độ cạnh tranh (địa phương và toàn cầu) với các điểm thu hút, sản phẩm và dịch vụ tương đồng.

Phân tích cấu trúc, kích thước và điều kiện của các phương tiện và dịch vụ hiện có ở trong vùng.

Xác định các thị trường tiềm năng và những cơ hội cho việc hợp tác và phối hợp.

Thống kê năng lực con người và thể chế

Xác định các nguồn lợi con người tiềm năng và thực tế cơ bản tại mỗi điểm

Xác định khả năng tham gia của mỗi cộng đồng như thế nào trong việc phát triển du lịch bền vững

Xác định khả năng hỗ trợ của các thể chế hiện tại và tiềm năng.

Thống kê nguồn lợi tự nhiên và văn hoá, kinh tế - xã hội (tác động đến cộng đồng)

Xác định các lợi ích tiềm năng của du lịch về khía cạnh năng động xã hội, văn hoá và kinh tế và những tiềm năng cung cấp những lợi ích về văn hoá địa phương, kinh tế và nguồn lợi tự nhiên.

Xác định các tác động tiêu cực của du lịch đối với văn hoá địa phương, kinh tế và nguồn lợi tự nhiên.

Thống kê các vết (sinh thái) đa dạng sinh học và môi trường

Sử dụng các chuyên gia để xác định động thực vật các hệ sinh thái chức năng, các nguồn năng lượng và nước, các hệ thống quản lý chất thải và những mối quan tâm môi trường và sinh thái khác.

**Các nguồn thông tin cho quá trình đánh giá**

NHU CẦU THÔNG TIN	SỬ DỤNG	• CÁC NGUỒN TIỀM NĂNG
Địa lý, khí hậu và địa hình	Lập kế hoạch hậu cần và tìm hiểu các thuộc tính vật lý mà có thể liên quan đến các điểm thu hút và hoạt động du lịch	<ul style="list-style-type: none">• Các chuyến đi thực địa với các thời gian khác nhau trong năm• Họp với cộng đồng• Các bản đồ địa hình, hình ảnh vệ tinh, lập bản đồ với cộng đồng• Các văn phòng du lịch vùng hoặc quốc gia• Các trạm khí tượng trung ương• Các trang web về khí hậu và lập bản đồ (như Google Earth)• Sách hướng dẫn du lịch (thông tin về khí hậu)
Hoàn cảnh văn hoá, chính trị và kinh tế-xã hội	Định nghĩa khả năng của cộng đồng và mong muốn đón tiếp du khách và những hoàn cảnh chung mà nhóm sẽ làm việc cùng	<ul style="list-style-type: none">• Các buổi họp với cộng đồng và thảo luận nhóm• Các khảo sát và phỏng vấn cư dân địa phương• Các cơ quan quảng cáo đầu tư chính phủ và các trang web• Ban du lịch hoặc các văn phòng & trang web phát triển kinh tế.
Các vấn đề sử dụng nguồn lợi tự nhiên, đa dạng sinh học và môi trường	Hiểu cơ bản về các vấn đề ưu tiên cho công tác bảo tồn, sử dụng đất, nước và nguồn lợi	<ul style="list-style-type: none">• Lập bản đồ cùng cộng đồng và thảo luận nhóm• Các khảo sát và phỏng vấn cư dân địa phương• Tư vấn của các nhà khoa học/nhà tự nhiên• Các xuất bản và trang web bảo tồn địa phương• Các tổ chức phi chính phủ bảo tồn quốc tế (như Conservation International, Nature Conservancy)• Các cơ quan quảng cáo đầu tư chính phủ và các trang web
Cấu trúc thị trường	Hiểu biết chung về thị trường du lịch hiện tại,	<ul style="list-style-type: none">• Các tham khảo thống kê của Tổ chức Du lịch thế giới



	các phân đoạn thị trường chính, các sản phẩm cung cấp, sự cạnh tranh và xu hướng chung	<ul style="list-style-type: none">• Các nhà điều hành tour địa phương và vùng (các cuộc họp, tư vấn, khảo sát)• Khảo sát và phỏng vấn du khách• Các trang web chính phủ• Sách hướng dẫn du lịch• Các xuất bản về du lịch và lòng mến khách• Các Hiệp hội du lịch địa phương
Các hỗ trợ thể chế chung	Giúp đỡ từ các tổ chức đang tham gia vào phát triển du lịch	<ul style="list-style-type: none">• Các cơ quan chính phủ và các trang web• Ban du lịch hoặc các văn phòng xúc tiến đầu tư• Cơ quan về động vật hoang dã và Vườn quốc gia• Các Tổ chức phi chính phủ quốc tế (như Conservation International, Nature Conservancy)• Các trang web của Hiệp hội du lịch địa phương

Điều chỉnh từ: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.



Điểm điển cứu: Đánh giá tiềm năng du lịch của vùng ven biển Tanzania

Được trích từ: Phân tích hiện trạng du lịch vùng ven biển Tanzani, 2001

Du lịch là một trong những lĩnh vực kinh tế hàng đầu của Tanzania và nó có một tiềm năng không hạn chế để có thể đóng góp nhiều hơn nữa cho quốc gia này. Ngày nay, ngành du lịch về cơ bản dựa trên các nguồn lợi đời sống hoang dã như là những điểm thu hút chính, với 90% du khách tham gia vào các chuyến safaris đời sống hoang dã hoặc là săn bắn. Gần đây, bên cạnh du lịch đời sống hoang dã, nhu cầu làm đa dạng hoá các sản phẩm du lịch và phát triển các điểm thu hút khác được nhận ra bởi cả khối tư nhân và cộng đồng. Các vùng ven biển là một trong những vùng mà có những tiềm năng chưa được khai thác để thu hút các đầu tư về du lịch.

Vào năm 2001, một nhóm gồm các bên liên quan khác nhau đã thực hiện đợt đánh giá đầy đủ về vùng ven biển của Tanzania và những tiềm năng của nó cho việc phát triển du lịch bền vững. **Nhóm công tác du lịch vùng ven biển (CTWG)** này do Cục Du lịch và Hội đồng quản lý môi trường quốc gia thành lập thông qua Hiệp hội quản lý Vùng ven biển Tanzania và bao gồm những thành viên của các cơ quan nhà nước và các khối tư nhân. Tất cả các thành viên đều có những kinh nghiệm rộng về các lĩnh vực liên quan đến du lịch ven biển bao gồm lập kế hoạch sử đất, phát triển và tiếp thị du lịch, phát triển cơ sở hạ tầng, đồ cổ, an ninh và quản lý môi trường. Nhóm tư vấn gồm các chuyên gia từ các lĩnh vực khác nhau gồm cả quốc tế và trong nước cũng đã được huy động.

Nhóm CTWG đã bắt đầu đánh giá các tiềm năng về du lịch ven biển bền vững của Tanzania từ một số góc cạnh khác nhau. Họ đã nghiên cứu:

- Xu hướng du lịch và nhu cầu thị trường cho Tanzania
- Thống kê các điểm thu hút ở tất cả các vùng biển
- Thống kê về cơ sở hạ tầng và nơi lưu trú dọc theo cả vùng ven biển
- Khả năng tiếp cận đến các vùng ven biển này bằng đường bộ, đường thuỷ và đường hàng không.

Nhóm CTWG đã đánh giá những vùng riêng, nơi mà có tiềm năng mạnh cho du lịch dựa trên các điểm thu hút độc đáo và sau đó đã nghiên cứu về nơi lưu trú và khả năng tiếp cận hiện có của vùng này. **Họ đã xem xét 3 yếu tố - điểm thu hút, nơi lưu trú và khả năng tiếp cận – là 3 yếu tố chủ chốt cho du lịch bền vững.** Để thu thập các thông tin, nhóm CTWG nghiên cứu và xem xét các nguồn thông tin sơ cấp và thứ cấp. Sử dụng những vấn đề và câu hỏi xác định được thông qua việc xem xét các thông tin ban đầu này, một nhóm nhỏ của nhóm đã thực hiện một số chuyến đi thực địa đến một số vùng ven biển chính để tìm hiểu về những ý nghĩ và viễn cảnh của các cơ quan chính quyền địa phương, chủ khách sạn, điều hành tour và cộng đồng địa phương.



Xu hướng du lịch

Du lịch là một hợp phần chính của nền kinh tế Tanzania. Tanzania được xếp thứ 9 ở khu vực Châu Phi về lượng du khách quốc tế đến thăm. Vào những năm cuối thập kỷ '90, du lịch đã tăng lên nhanh chóng ở đây, từ 295.312 du khách vào năm 1995 tăng lên 627.325 vào năm 1999. Trong năm 1999, ước tính du lịch đã đóng góp cho Tổng thu nhập quốc nội (GDP) của quốc gia này là 13%.

Nhóm CTWG tìm thấy rằng phần lớn du khách quốc tế đến Tanzania là từ các quốc gia Anh Quốc, Hoa Kỳ, khối Scandinavia, Đức và Nhật bản. Khoảng thời gian trung bình mà du khách lưu trú tại đây là 7 đêm, nhưng đây chính là của 2 nhóm du khách khác nhau: 2/3 tham quan Tanzania như là một phần của tour đến Châu Phi, thông thường thì họ sẽ đi từ Kenya, lưu nghỉ ở Tanzania 4 đêm và sau đó là quay ngược lại Kenya. 1/3 số du khách khác là để đến Tanzania và lưu lại đó hơn 1 tuần.

Phần lớn các du khách quốc tế đến Tanzania là để thăm những đời sống hoang dã ấn tượng của quốc gia này. Hơn 90% của du khách Tanzania tham gia vào những tour dựa vào tự nhiên và đời sống hoang dã bao gồm các safaris chụp ảnh, đi bộ và săn bắn. Du lịch dựa vào vùng biển và ven biển hiện tại còn rất thấp, mặc dù có những hành trình du lịch thông thường bao gồm safari ở Northern Circuit có một số ngày nghỉ ở vùng ven biển, thường là Zanzibar. Điều mong đợi là xu hướng về những chuyến du lịch dựa vào đời sống hoang dã này sẽ tiếp tục, nhưng có một số tiềm năng vô tận cho việc hình thành các điểm phụ thêm ở những bãi biển hoặc ven biển vào những hành trình truyền thống này. Có như vậy thì vừa đảm bảo những thoả mãn của du khách và có thể từng bước trở thành những điểm thu hút độc lập.

Các điểm thu hút tự nhiên

Các bờ biển hấp dẫn có thể được tìm thấy ở dọc ven biển của Tanzania và được phục vụ như là một trong những điểm thu hút du lịch ven biển sơ cấp. Một bãi biển đã thu hút được những đầu tư du lịch và trở thành nơi đến của nhiều hoạt động con người như du lịch, khai thác, nuôi trồng thủy sản.... Nhóm cũng đã khám phá được một số bãi biển thu hút với một số nhỏ hoặc chưa có những đầu tư về du lịch cho đến hiện tại. Nói chung, những vùng biển được tìm thấy vẫn đang ở trong điều kiện tốt với một số ngoại trừ các hiện tượng như xói lở do những hoạt động xây dựng chất lượng thấp đã làm xuống cấp một số vùng biển trong thập kỷ qua.

Một điểm khó khăn cho việc phát triển du lịch vùng ven biển là thường có **những vùng triều không hấp dẫn** của các bãi biển ở Tanzania vào những kỳ triều xuống. Vào những thời gian này, du khách không thể tiếp cận được với các bãi biển. Khó khăn tự nhiên này đã làm thay đổi những nhu cầu du lịch sang những thu hút du lịch khác trong cùng vùng này. Vì thế du khách phải lập kế hoạch các chuyến đi của họ dựa vào chế độ thủy triều này.



Có rất nhiều các **dịch vụ rừng** nằm dọc theo các bãi biển bao gồm rừng ven biển và rừng ngập mặn. Những khu dự trữ ven biển có thể được phát triển thành những điểm thu hút du khách nếu nó được bảo vệ và khuyến mãi tốt. Một dự án quản lý rừng ngập mặn đang đánh giá những khả năng của việc phát triển các phương tiện du lịch sinh thái trong một số khu dự trữ được lựa chọn. Hiện tại, ở một số vùng, các rừng ngập mặn có thể được tìm thấy ở các cửa sông Pangani, là một trong những điểm thu hút cho **các du thuyền dọc sông** do Chương trình du lịch văn hoá truyền thống ven biển Pangani tổ chức và thông qua một số khách sạn trong vùng. Những vùng khác cũng có những tiềm năng tương tự cho các chuyến tàu nhỏ và **những đường đi bộ và cầu thang đi bộ** cũng được phát triển. Nhóm đề nghị phát triển một số trung tâm thông tin, các cầu thang đi bộ và những bảng hướng dẫn cũng như việc tổ chức các khoá huấn luyện cho các hướng dẫn viên địa phương. Một số cộng đồng địa phương cũng có thể hưởng lợi từ việc tham quan đến các khu dự trữ tăng lên bằng các hoạt động như hướng dẫn du khách, cung cấp nơi lưu trú, thức ăn và nước uống cũng như việc buôn bán các mặt hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống.

Nhóm đã chỉ ra một số điểm độc đáo duy nhất có dọc theo bờ biển của Tanzania. **Khu dự trữ Saadani Game** một trong những điểm của Đông Phi, nơi mà các trò chơi của động vật lớn có thể được nhìn thấy dọc theo bờ biển hoặc tắm biển ở Ấn Độ Dương. Với những nỗ lực về tiếp thị (như “nơi mà các bụi cây tiếp xúc với bãi biển”) và cơ sở hạ tầng được cải tiến, tiềm năng để tăng lên số lượng du khách đến các vùng này là rất tốt. Ở phía Bắc của khu dự trữ này là Bãi biển Madete, được biết rất ít và là nơi tham quan các bãi đẻ của Rùa xanh một cách hiếm hoi. Nó có thể được phát triển thành những chuyến tham quan ban đêm rất thú vị và có nhiều thông tin, có thể đi từ Pangani hoặc từ chính khu dự trữ đó. Điểm thu hút này nên được phát triển và quản lý rất cẩn thận vì những bãi đẻ của Rùa rất dễ bị xáo trộn bởi những tiếng động hoặc ánh đèn vào ban đêm. .

Tanzania cũng có 2 **Khu bảo tồn biển** và một số **Khu dự trữ biển** là những nơi thu hút nhiều khách du lịch với nhiều tiềm năng lớn. Những điểm thu hút tự nhiên độc đáo khác nằm dọc theo bờ biển Tanzania bao gồm những **Suối khoáng** tự nhiên tại Tanga Municipality. Một khi mà nước suối được sử dụng cho việc tắm khoáng thì có nhiều người đến để thưởng thức và trở thành điểm thu hút quốc gia. Tuy nhiên, suối và việc tắm khoáng này chưa được khai thác. Tanga Municipality muốn nhìn thấy những điểm thu hút này được phát triển và khuyến mãi, nhưng nó chưa được thực hiện một cách đơn độc. Đây là vùng mà các mối quan hệ hợp tác giữa cộng đồng, tư nhân và chính quyền nói chung là rất mạnh nên có thể được phát triển.

Câu cá thể thao là một hoạt động khác mà có thể thu hút được du khách. Những hoạt động câu cá lớn có thể được tìm thấy ở những điểm khác nhau dọc theo vùng ven bờ, nhưng rất ít các nhà điều hành tour tận dụng những thuận lợi về nguồn lợi này.



Thu hút văn hoá

Bờ biển Swahili của Tanzania có một số điểm văn hoá nổi tiếng thế giới mà có thể được phát triển thành những điểm thu hút du lịch độc lập. Những **tàn tích cổ** tại các điểm Kilwa Kisiwani và Songo Mnara được công nhận là Điểm Di sản văn hoá thế giới của UNESCO có những tiềm năng vô tận để thu hút du khách.

Những điểm thu hút văn hoá khác như **trình diễn âm nhạc địa phương *taraab*, nông nghiệp và khai thác thủy sản thủ công và những sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống**, đang tồn tại nhưng chưa được quản lý hoặc quảng cáo một cách hệ thống vì nó rất khó để đánh giá có bao nhiêu du khách đang quan tâm vào các loại sản phẩm du lịch này. Tuy nhiên, ít nhất là ở vùng ven biển Pangani, một chương trình du lịch văn hoá đã được phát triển để khuyến cáo du lịch dựa vào cộng đồng địa phương ở trong vùng. Sang kiến thành công này có thể được nhân rộng ra những vùng biển khác để khuyến cáo về văn hoá địa phương.

Tuy nhiên, điều cần lưu ý là việc phát triển trình diễn những văn hoá và nghệ thuật truyền thống thành những điểm thu hút du lịch có thể có một số tác động đến bản thân văn hoá địa phương. Ví dụ: nhóm địa phương *taraab* có thể bắt đầu trình diễn cho du khách một cách định kỳ, sau đó các khán giả địa phương bắt đầu cảm giác rằng họ không còn được quan trọng như những du khách trả phí khác. Mâu thuẫn có thể được tạo ra khi mà các sự kiện của cộng đồng bị thay đổi thành những nhóm trình diễn cho các nhóm du khách. Sự thay đổi văn hoá như thế này là điều không thể tránh khỏi khi mà có nhiều người với các văn hoá khác nhau cùng đến vùng này. Mức độ thay đổi có thể chấp nhận có thể được xác định bởi các cộng đồng địa phương.

Nói chung, các Điểm di sản văn hoá dọc theo các vùng ven biển đang ở trong điều kiện nghèo nàn, vì thế mà hiện tại chưa có những lấp đặt để điều khiển du lịch. Phần lớn các điểm này đang được giám sát bởi duy nhất 1 nhân viên và kết quả là còn quá nhiều việc để làm cho những điểm này.

Nơi lưu trú

Nhóm CTWG thực hiện một đánh giá chi tiết về các nơi lưu trú du lịch hiện có, việc di chuyển dọc theo các vùng ven biển và ghi lại số lượng và loại nhà nghỉ được thành lập trong mỗi làng, ví dụ:

Ở Kilwa

“Có số lượng lớn các nhà khách nhỏ ở Kilwa Masoko và Kilwa Kivinje. Tất cả những nơi lưu trú do tư nhân điều hành và làm chủ cung cấp nơi nghỉ cho ít hơn 5.000 du khách. Ở những vùng nhỏ hơn, các điểm cắm trại được hành thành ở dọc bờ biển của Jimbiza - Chủ nhân có kế hoạch phát triển những nơi lưu trú sang



trọng trong cùng vùng trong tương lai gần.”

Phần lớn các địa điểm ven biển được đánh giá một cách chi tiết. Nhóm chủ yếu tập trung lên khai niệm “giá trị cho đồng tiền” - ở đó các nơi lưu trú, khách sạn và chất lượng của nó phải đảm bảo tương xứng với giá phải trả. Họ đã phỏng vấn những chủ khách sạn về những quan điểm, kế hoạch và mục đích của họ. Điều khó khăn trong việc cải thiện các nơi lưu trú khách sạn là những cơ sở hạ tầng không đủ (phần lớn khách sạn phải cung cấp chính nước, điện và thải rác của chính bản thân họ); gánh nặng về thuế quá lớn (đến 40% trên lợi tức); Giao tiếp kém, điều này đã ngăn cản khả năng của các khách sạn nhận đặt phòng thông qua điện thoại hoặc internet và gây ra một số khó khăn nổi lên; và thiếu các nhân viên đã qua đào tạo.

Khả năng tiếp cận

Mục đích chính của nhóm CTWG là để xác định rằng du khách có thể đến được những điểm thu hút và nơi lưu trú. Nhóm đã nghiên cứu và di chuyển dọc theo những con đường, phà sông và hàng không mà kết nối các cộng đồng nông thôn của Tanzania với các thành phố lớn mà ở đó du khách sẽ đến và giữa các điểm thu hút tiềm năng. Họ đã xác định những vấn đề về khả năng tiếp cận chính mà cần có sự cải thiện. (được mô tả ở dưới).

Đặt chúng lại với nhau: xác định các điểm với những tiềm năng tốt nhất cho du lịch

Quan tâm đến tính duy nhất và đa dạng của các điểm thu hút văn hoá và tự nhiên, nhóm CWGTG đã xác định 3 vùng mà có những tiềm năng tốt nhất cho việc thu hút du lịch:

1. Vùng Kilwa, và vùng xung quanh các Khu dự trữ rừng ngập mặn và sát với các hang động. Những tàn tích xưa được tìm thấy ở vùng Kilwa District là hoàn toàn độc đáo và rộng lớn, đó là tại sao UNESCO công nhận chúng là Điểm di sản văn hoá vào năm 1981. Các tàn tích này được đặt ở những hòn đảo nhiệt đới đẹp, vì thế hành trình đến các đảo của Kilwa Kisiwani và Songo Mnara sẽ thích thú nếu viếng thăm các tàn tích cổ này. Trong khi không đề cập đến những vùng đô thị cổ của Kilwa Kivinje, các tàn tích cổ này là những điểm nhấn của vùng này về du lịch, các điểm thu hút tự nhiên như những bãi biển, rừng ngập mặn và những hồ nước của Hải mã và cách sống của cộng đồng địa phương như *taraab* và việc khai thác cổ truyền là những điểm thu hút tuyệt vời của chính vùng này.

Sự đa dạng về các điểm thu hút có một tiềm năng để đưa Kilwa thành một trong những điểm đến ở ven biển tốt nhất của khu vực. Tuy nhiên, như trình bày ở trên, chỉ có một hợp phần chính mà thiếu đi 2 hợp phần khác thì cũng có thể là những khó khăn cho việc phát triển du lịch của vùng. Khả năng tiếp cận khá kém và thiếu những nơi lưu trú phù hợp trong vùng cần phải được xác định trước khi Kilwa thật sự trở thành điểm đến du lịch được xếp hạng trên thế giới.



2. Khu dự trữ Saadani Game và những vùng xung quanh, Pangani nằm ở phía bắc và Bagamoyo/Kinondoni nằm ở phía nam. Saadani có điểm thu hút được xếp hạng trên thế giới và độc đáo về những động vật lớn đùa chơi ở các bờ biển. Liên kết Saadani với 2 vùng khác sẽ cung cấp cho du khách rất nhiều điểm thu hút và các hoạt động độc đáo và đa dạng trong một vùng tương đối nhỏ. Khu dự trữ Saadani Game là điểm thu hút tuyệt vời nhưng lại bị đối mặt với việc thiếu các nơi lưu trú và khả năng tiếp cận kém. Cả thị xã Pangani và Bagamoyo có những thu hút và nơi lưu trú tốt, nhưng khả năng tiếp cận thì cần phải cải tiến. Saadani, Pangani và Bagamoyo, không thể tự bản thân thật sự trở thành những điểm đến du lịch được xếp hạng trên thế giới. Vùng này sẽ đòi hỏi những cải tiến về đường đi, các tiếp cận về nước, xây dựng nhiều khách sạn hơn, phát triển và tiếp thị một kế hoạch du lịch đặc biệt cho cả vùng mà cho phép du khách có thể di chuyển một cách dễ dàng đến và giữa 3 vùng.

3. Vùng đảo Mafia. Đảo Mafia đang được biết nhiều hơn với những điểm lặn đẹp ở Đông Ấn Độ Dương. Việc phát triển của KBTB **Mafia Island** đã giúp đặt đảo này vào trong bản đồ du lịch thông qua sự truyền miệng của những du khách được thoải mái về vùng này. Những chuyến bơi lặn tuyệt vời là những thu hút sơ cấp, nhưng vùng còn có nhiều điểm thu hút tuyệt vời khác như các bãi biển sinh đẹp ở mặt tây của hòn đảo, có nhiều đảo nhỏ xung quanh đảo lớn, có một số tàng tích của những người tiền sử và những vùng được xem là còn nguyên vẹn. Những thu hút khác bao gồm Rufiji Delta, đi một đoạn thuyền ngắn và những loài chim và động vật độc đáo như Dơi Comoros Fruit và Bò biển.

Việc lưu trú trên đảo được tiếp thị một cách sơ khởi, nhưng các điểm lưu trú TAHI có thể được cải thiện để cung cấp cho các loại du khách trung bình với những lựa chọn chi tiêu thấp hơn. Một trong những khó khăn để vùng này trở thành điểm đến trên thế giới là chi phí đi lại cao liên quan với việc phát triển du lịch ở vùng đảo xa. Thêm vào những chi phí và không tin cậy về hàng không mà nhiều du khách lựa chọn những hành trình nhanh và rẻ hơn và đến các vùng Zanzibar. Việc cải tiến giao thông có thể sẽ mang khá lớn các đầu tư đến vùng này, tuy nhiên cần đo đạc những nhu cầu để đưa cả vùng này vào trong kế hoạch ngắn hạn nhưng phải đảm bảo các hệ sinh thái nhạy cảm đều được lưu giữ tốt.

Ba vùng này được xác định như là “vật trang sức quý giá” của vùng biển Swahili, Tanzania. Những vùng khác cũng có những điểm thu hút tuyệt vời, nhưng 3 vùng ưu tiên này có những tiềm năng lớn nhất do có những tính độc đáo của vùng và những nguồn lợi và đa dạng trong các điểm thu hút trong một vùng nhỏ.

***Những đề xuất ưu tiên cho du lịch ven biển ở Tanzania:*****1. Phát triển những tiến trình đầu tư cho việc phát triển các khách sạn ven biển.**

Nhà đầu tư sẽ hưởng lợi nhiều từ việc giảm quan liêu và có những cơ chế nhất quán hơn, nó sẽ hỗ trợ lớn cho những đầu tư mới vào ngành này. Những tiến trình hành chính có thể thực hiện những biểu mẫu về các hướng dẫn đầu tư cho việc phát triển các khách sạn ở ven biển. Vấn đề chủ chốt là các đòi hỏi về đất, vai trò của chính quyền và cộng đồng địa phương in trong quá trình xem xét và điều quan trọng là thực hiện những đánh giá tác động môi trường mà bao gồm cả những yếu tố quan tâm về văn hoá, xã hội và môi trường.

2. Xác định các vùng ưu tiên cho việc phát triển du lịch ven biển và phát triển một kế hoạch quản lý du lịch tổng thể cho cả những vùng này.

Trong khi tất cả các vùng biển có tiềm năng để trở thành những điểm đến du lịch tuyệt vời thì lại được cung cấp một nguồn hỗ trợ hạn chế. Điều cần thiết là phải xác định những vùng có những tiềm năng tốt nhất và tập trung những nỗ lực và nguồn lợi vào những vùng này. Thêm vào đó, Nhóm cũng chỉ ra rằng do các điểm thu hút nằm dưới sự giám sát của nhiều bên chính quyền khác nhau, một kế hoạch tổng thể mà bao gồm tất cả các điểm thu hút tự nhiên và văn hoá và những nơi lưu trú cần được phát triển.

3. Cải thiện khả năng tiếp cận đến các vùng du lịch ven biển

Việc tiếp cận đến các vùng ven biển được nhận ra là bị hạn chế. Nếu không có những phương tiện giao thông hiệu quả và an toàn đến các vùng du lịch ven biển từ những điểm du lịch khác thì du lịch ven biển sẽ vẫn bị hạn chế. Một số đề xuất riêng để cải tiến khả năng tiếp cận bao gồm:

- **Cải thiện cơ sở đường xá đến các vùng biển**, nói riêng các đường ven biển từ Dar es Salaam-Bagamoyo-Saadani-Pangani-Tanga và từ Dar es Salaam-Kilwa-Lindi.
- **Xem xét các khả năng xây dựng cầu** bắt qua sông Pangani và Wami.
- **Cải thiện sân bay** tại Mafia và điều chỉnh lịch bay để **hạn chế những điểm dừng chờ**
- **Cải thiện các dịch vụ phà băng qua sông** tại sông Pangani, Wami và Rufiji.
- **Nghiên cứu tính khả thi của việc phát triển các dịch vụ phà qua biển** dọc theo các bờ biển, đặc biệt là từ Dar es Salaam đến Tanga (có điểm dừng ở Bagamoyo, Saadani và Pangani) và giữa Dar es Salaam, Mafia và Kilwa.

4. Khuyến cáo các đầu tư địa phương vào các vùng du lịch ven biển.

Một trong những cách để đảm bảo rằng du lịch ven biển mang lợi ích đến cho các cộng đồng dọc ven biển cũng như các nhà đầu tư địa phương là xác định và



khuyến cáo các công ty mà cộng đồng địa phương có thể tham gia vào. Một khi các công ty này được xác định thì điều cần thiết là phát triển các chương trình huấn luyện kinh doanh cho các cộng đồng địa phương cũng như đảm bảo rằng các nhà đầu tư địa phương có những thông tin về những nguồn vốn tiềm năng. Kiểu công ty mà cộng đồng địa phương có thể tham gia vào bao gồm các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, thức ăn và những sản phẩm khác sử dụng các vật liệu địa phương để bán cho khách sạn và những dịch vụ hỗ trợ như hướng dẫn du khách, vận chuyển địa phương và nhà hàng.

5. Thực hiện phân tích kinh tế về chi phí và lợi ích của các dạng khác nhau về nơi lưu trú ven biển và phát triển hoà trộn quyền với những khuyến khích đầu tư .

Các chính sách du lịch quốc gia trình bày rõ ràng rằng những mục tiêu của Tanzania để thu hút và khuyến cáo thị trường du lịch, tránh việc phát triển du lịch đại chúng. Tuy nhiên, các hướng dẫn chi tiết về kích thước và loại của các nơi lưu trú không được cung cấp. Các vấn đề khác cần được xem xét trong việc xác định kích thước và loại khách sạn nào nên được khuyến cáo bao gồm các tác động môi trường của việc xây dựng và điều hành mức độ mà cộng đồng địa phương được hưởng lợi từ những loại khách sạn khác nhau và cần đảm bảo các dịch vụ hàng không đến toàn quốc gia này. Điều này sẽ đòi hỏi số lượng du khách đủ để hỗ trợ cho những chuyến bay quốc tế định kỳ.



Các câu hỏi hướng dẫn công tác đánh giá

Các nguồn lợi tự nhiên

- Những nguồn lợi tự nhiên sơ cấp của vùng là gì?
- Các vấn đề môi trường (hiện có và tiềm năng)?
- Những hệ sinh thái nào đang có trong KBTB của Bạn?
- Có những loài “bí ẩn” nào sẽ thu hút du khách?
 - Những thống kê về loài đã được thực hiện chưa? Nội dung báo cáo?
 - Có những loài động/thực vật đang bị đe dọa hoặc bị nguy hiểm? Chúng phân bố ở đâu?
- Những thu hút về cảnh đẹp của KBTB?
 - Những mảng hoang sơ nhất của KBTB ở đâu?
- Tính mùa vụ:
 - Có những điểm thu hút có tính mùa vụ không?
 - Những loài và hệ sinh thái nào bị rủi ro trong một số mùa?

Nguồn lợi văn hoá

- Có những điểm khảo cổ học hay lịch sử có ý nghĩa trong KBTB của Bạn không?
 - Chúng đang có nguy cơ bị phá huỷ không?
 - Những thể chế khác cần được tham gia để khai quật, phục hồi, bảo vệ và thuyết minh về những vùng này?
- Có những văn hoá truyền thống hoặc bản xứ địa phương cần được tôn trọng trong quá trình phát triển du lịch bền vững ở những vùng này không?
 - Họ có thể là thành viên tham gia hoặc là người hưởng lợi không?

Hoàn cảnh kinh tế và chính trị

- KBTB có được bảo vệ không?
 - Tại sao nó được xem là quan trọng để bảo vệ? Nó có được bảo vệ hiệu quả không? Nếu không, những phần nào bị thiếu để có thể bảo vệ được hiệu quả?
- Ai là người quản lý vùng? Họ có phải là một phần của hệ thống bảo vệ? Nếu vậy, mô tả hệ thống và công tác quản lý của nó. Hệ thống quản lý có hiệu quả không?
 - KBTB đã tuyển dụng bao nhiêu nhân viên?
 - Mô tả những chức năng của họ
 - Họ làm việc bán thời gian hay đầy đủ thời gian?
 - Họ có phải là người của cộng đồng địa phương hay sống bên ngoài?
 - Có những tình nguyện viên làm việc cho KBTB không?



- Nếu vậy, họ làm gì?
- Mức độ tuyển dụng hiện tại có phù hợp để đảm bảo được các trách nhiệm quản lý bảo vệ hiện tại?
- Những đe dọa sơ cấp đến KBTB? Có những áp lực về phát triển kinh tế như du lịch hoặc các hoạt động khác.
 - Những nguồn lợi nào bị tác động bởi những đe dọa này?
 - Mức độ cấp bách và nghiêm trọng của những mối đe dọa này?
 - Có những chiến lược được sử dụng để giải quyết các mối đe dọa được xác định không?
- Mô tả các tác động hiện tại của du lịch (kinh tế được cải thiện, cơ sở hạ tầng quá tải). Có những nỗ lực nào được thực hiện để định lượng các tác động không?
- Có hệ thống giám sát môi trường ở trong KBTB không? nếu vậy, mô tả nó. Nó có hiệu quả không? Nếu không, tại sao không?

Hồ sơ du khách

- Bạn *muốn* thu hút ai?
 - Bạn có thể thu hút ai?
 - Họ đang sống ở đâu? Có dễ dàng cho họ di chuyển đến vùng của Bạn không?
 - Họ sử dụng ngôn ngữ nào để nói và đọc?
 - Mục đích của họ là gì?
- Có những thống kê du khách cho vùng của Bạn không? Ai là người thu thập chúng?
 - Những ngôn ngữ mà các du khách hiện tại đang dùng để nói và đọc?
 - Xu hướng như thế nào?
- Những du khách này đi tham quan tự do hay cùng với hướng dẫn viên? Nếu có hướng dẫn viên, họ do KBTB của Bạn tuyển dụng, là người địa phương hay bên ngoài?
- Các du khách có đến các cộng đồng địa phương kết hợp với những chuyến tham của họ đến KBTB không? Những đánh giá của cộng đồng về phần lớn du khách là gì?
- Các loại cơ sở hạ tầng du lịch mà KBTB có? Có hệ thống đường mòn không? Việc neo đậu tàu thuyền? các trạm nhiên liệu và hệ thống rác thải?
- Các chương trình giáo dục môi trường của KBTB là gì? Có Trung tâm du khách không? Các trang thiết bị? chương trình giáo dục có giá trị không?

Ngành du lịch, các kế hoạch và chính sách



- Các nhà điều hành tour đang điều hành những gì bên trong và xung quanh KBTB của Bạn? Họ có sử dụng một số hoạt động để giảm thiểu các tác động môi trường không?
- Có những kế hoạch quản lý địa phương, kế hoạch du lịch, quy định phân vùng không?
- Du lịch tự nhiên và du lịch sinh thái có là một phần của kế hoạch chung của KBTB, vùng hoặc quốc gia? Có những kế hoạch phát triển kinh tế và bảo tồn quốc gia ở đây không?
- Những hướng dẫn của chính quyền, luật hoặc chính sách nào tác động đến du lịch trong vùng của Bạn?
- Những cơ hội nào cho Bạn đóng vai trò trong việc lập kế hoạch, ra các quyết định ở cấp độ địa phương, vùng và quốc gia?
- Bạn có thoả mãn với những kế hoạch và chính sách mà liên quan đến du lịch tự nhiên/sinh thái hiện có?
 - Có hệ thống thu phí vào cửa không? Nó có hiệu quả không? Những gì xảy ra với tiền thu từ phí vào cửa và những khoản phí khác?
 - Có các chính sách liên quan đến các hoạt động của khối tư nhân trong KBTB không? Nếu không, nên có hay không? Làm thế nào Bạn có thể thay đổi các kế hoạch và chính sách hiện có? Bạn có bổ sung thêm cái gì không?
- Có những pháp lý liên quan đến KBTB của Bạn đang soạn thảo hoặc sắp phê duyệt không?
 - Có cơ hội cho Bạn tham gia vào những quá trình này không?
 - Đây có trở thành cơ hội tốt giúp hình thành định hướng của du lịch trong KBTB không?

Các cộng đồng địa phương

- Những hoàn cảnh của cộng đồng địa phương bên trong hoặc xung quanh KBTB như thế nào?
 - Kinh tế cơ bản của cộng đồng địa phương là gì?
 - Họ được tổ chức và giáo dục như thế nào?
 - Những giá trị, lãnh đạo của họ? Có những đặc điểm ý nghĩa khác của mỗi nhóm?
- Lịch sử của các mối quan hệ giữa cộng đồng địa phương và KBTB và những động thực vật có trong đó?
 - Có mối quan hệ nào cần thay đổi không?
 - Những thay đổi này có mâu thuẫn với truyền thống?
- Các cư dân địa phương có tham quan KBTB không? Tại sao? Họ có gặp khó khăn trong việc tiếp cận vùng do sự tăng lên về du khách không?



- Cư dân địa phương có tham gia vào các hoạt động du lịch tự nhiên không?
- Những cơ hội tuyển dụng nào cho các cư dân địa phương?
 - Có bao nhiêu cư dân địa phương làm chủ hoặc quản lý kinh doanh?
 - Những kinh doanh du lịch trong vùng có lợi không? Cho các điều hành tour địa phương hay bên ngoài? Đây là những sản phẩm địa phương hay được nhập vào?
- Cộng đồng địa phương có cảm thấy họ bị tác động bởi du khách không?
 - Bạn có biết là cộng đồng địa phương muốn khuyến khích hay không thích du lịch thực hiện trong cộng đồng của họ?
 - Bạn đã thành lập hệ thống giao tiếp với cộng đồng địa phương như thế nào?

Mối quan hệ

- Bạn có những mối quan hệ chủ động với cộng đồng địa phương không?
- Với các cán bộ hoặc cơ quan nhà nước không?
- Với cán bộ, ngành hoặc nhà điều hành du lịch không?
- Với các cơ quan nghiên cứu không?
- Với các tổ chức phi chính phủ không?
- Với các giáo viên hoặc người làm về giáo dục (dựa trên cộng đồng, vùng, quốc gia) không?
- Đối với mỗi mối quan hệ, ai tạo ra nó và tại sao?
 - Nó được tạo ra cho tất cả các bên?
 - Có những giao lưu năng động về thông tin, vì thế việc điều chỉnh được thực hiện như là điều kiện cho sự thay đổi không?
 - Có những thành công nào? Tại sao? Có những mối quan hệ nào không có hiệu quả? tại sao không?

Quảng cáo và thị trường

- KBTB của Bạn được biết rất nhiều ở mức độ địa phương? vùng? quốc tế?
- KBTB của Bạn có được quảng bá như một phần của chiến dịch du lịch quốc gia, vùng?
- Các Tổ chức phi chính phủ có chủ động với vùng của Bạn không?
- Ngành du lịch có quảng cáo vùng của Bạn không?
- Những phương tiện quảng cáo chính thức của vùng Bạn (tờ rơi, video hoặc trang web) là gì?



- Có những chương trình khuyến mãi không chính thức (thông qua những du khách đã tham quan)? Có cách nào khác để quảng bá du lịch trong vùng của Bạn không?

Các cơ hội và những rào cản

- Những gì sẽ làm thay đổi những nhu cầu du lịch (như nâng cấp cơ sở hạ tầng, khuyến cáo cộng đồng địa phương lành mạnh)
- Những gì xảy ra gần đây có thể tác động du lịch theo một cách và ảnh hưởng KBTB theo cách khác? Những đe dọa này có lớn không? Có những thay đổi về hiện trạng bảo vệ của vùng không? Những tài trợ có được tăng không?
- Có những quảng bá địa phương, vùng hoặc bên ngoài nào?
- Có du khách nào đang đến thăm vùng khác có thể bị thu hút bởi vùng của Bạn không?
- Có những hội thảo sắp tới trong nước Bạn có liên quan đến du lịch tự nhiên không?
- Có những rào cản về chính trị đối với tăng trưởng kinh tế được quan tâm không?
 - Vùng của Bạn có những mâu thuẫn tiềm năng hay vùng của Bạn tương đối ổn định?
- Bạn đã từng có kinh nghiệm về các tai biến thiên nhiên như bão, trong vùng của Bạn không? Những gì đã bị phá hủy?
- Tiền tệ của nước Bạn có ổn định không?

Nguồn: Drumm, Andy and Moore, Alan. 2005. *An Introduction to Ecosystem Planning*, Second Edition. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.



Thực hành: Thảo luận nhóm giả tạo

Bài thực hành này có thể được thực hiện trong nhóm 6-10 người. (nhóm thực tế có thể lớn hơn một ít, nhưng do thời gian hạn chế, thảo luận nhóm giả tạo này có thể nên cần nhóm nhỏ hơn).

Quyết định một người đóng vai trò làm người hoà giải và đại diện của nhóm lập kế hoạch đánh giá. Mỗi người có vài phút để điền vào phần “thông tin các bên liên quan” dưới đây và sau đó mỗi người tự giới thiệu. Thảo luận theo một danh sách các câu hỏi đã được đề nghị (xem phần tài liệu), chọn 10-12 câu hỏi để thảo luận nhóm và phát triển một danh sách gồm những câu hỏi cho riêng Bạn. Với mỗi câu hỏi, mỗi thành viên trình bày về quan điểm của họ và sau đó cả nhóm thảo luận về vấn đề.

Đối với thảo luận nhóm thực tế, tất cả các thành viên tham gia sẽ là thành viên của cùng một cộng đồng địa lý; Trong thảo luận nhóm giả tạo của Bạn có thể bao gồm những người từ các KBTB khác nhau ở những nước khác nhau. Mỗi một cá nhân có thể trả lời câu hỏi như họ áp dụng vào cộng đồng của họ; Câu trả lời sẽ có nhiều thông tin đối với nhiều người từ các cộng đồng khác.

Vào cuối bài thực hành, xem xét câu hỏi nào là hữu ích nhất. Những câu hỏi nào và cách tổ chức buổi họp nào mà Bạn sẽ sử dụng nếu Bạn thực hiện thảo luận nhóm ở cộng đồng Bạn?

Thông tin các bên liên quan

Ngày:

Tên:

Điện thoại/địa chỉ:

Nghề nghiệp:

Trình độ văn hoá:

Ngôn ngữ:

Những ngôn ngữ khác mà Bạn có thể nói:

Địa điểm:

Các tổ chức hoặc hiệp hội địa phương/vùng/quốc gia mà Bạn là thành viên:



Đề nghị một số câu hỏi cho thảo luận nhóm

Trình bày về du lịch hiện có:

1. Du lịch hiện có tồn tại trong vùng của Bạn không?
2. Nó có mang lại lợi ích cho cộng đồng về các khía cạnh xã hội, môi trường và kinh tế không?
3. Du lịch có mang lại lợi ích cho cá nhân Bạn không?

Quan điểm hiện tại về du khách và những tác động xã hội của du lịch:

1. Bao nhiêu phần trăm du khách của Bạn là người địa phương, trong vùng và quốc tế?
2. Số lượng du khách thăm vùng của Bạn tăng lên trong năm vừa qua không?
3. Bạn có thích có du khách đến cộng đồng của Bạn không?
4. Những tác động tích cực nào của du lịch đến cộng đồng của Bạn?
5. Hiện tại, cộng đồng của Bạn có kinh nghiệm nào về những khía cạnh tiêu cực liên quan đến du lịch? Nếu vậy, làm ơn giải thích:



6. Bạn cảm giá như thế nào về du khách chụp ảnh những vùng/xóm làng của Bạn?

7. Có những “luật” hoặc phong tục văn hoá nào mà Bạn cảm thấy du khách nên tuân thủ? Đó là gì?

8. Tại sao du khách bị thu hút đến vùng của Bạn? Điểm thu hút hiện có độc đáo nhất của vùng của Bạn là gì?

9. Những thu hút độc đáo nhất của vùng Bạn mà được phát triển cho du lịch là gì?

Nhận xét về các dịch vụ công cộng và cơ sở hạ tầng:

1. Những dịch vụ nào cần thiết trong cộng đồng của Bạn để làm tiện nghi hơn cho cả du khách và cư dân địa phương?

2. Có các chuyên gia về các trường hợp cấp thiết trong y học, công an và lính cứu hoả tại cộng đồng của Bạn?

3. Bạn có nghĩ rằng du khách cảm thấy đi bộ/di chuyển một mình an toàn trong cộng đồng của Bạn không? Nếu không, tại sao? Làm thế nào để cải thiện hiện trạng này?



Nguồn lợi tự nhiên:

1. Bạn có cảm thấy rằng có mối liên kết mạnh giữa du khách và việc bảo vệ nguồn lợi tự nhiên?

2. Các nguồn lợi tự nhiên nào của địa phương được quản lý vào thời gian này? Nếu có, do ai?

3. Cộng đồng có tham gia vào quản lý những nguồn lợi này không?

4. Bạn có nghĩ rằng cộng đồng nên có ít nhiều tham gia vào việc quản lý những nguồn lợi này?

5. Làm thế nào cộng đồng có thể cải thiện việc quản lý các nguồn lợi của họ?

6. Cộng đồng có được hưởng lợi từ việc bảo vệ những nguồn lợi này không?
 - Nếu có, Họ được hưởng lợi như thế nào? Họ có nhận ra những lợi ích này không?

 - Nếu không, làm thế nào để họ hiểu tốt hơn về những lợi ích này?

7. Bạn có thể mô tả các lợi ích mà cá nhân Bạn đang nhận được nhờ những



nguồn lợi được bảo vệ này?

8. Cộng đồng địa phương có mất những lợi ích bằng cách bảo vệ những nguồn lợi này không?
9. Du lịch được cải tiến cả những lợi ích cộng đồng địa phương và việc bảo vệ nguồn lợi không?

Các đề xuất của các bên liên quan:

1. Những đề xuất của Bạn cho việc phát triển du lịch trong tương lai ở cộng đồng Bạn? Những đầu tư hoặc cải tiến nào được xem là có mức ưu tiên cao nhất.
2. Nếu những hoạt động, dịch vụ và sản phẩm khác có thể được cung cấp trong làng hoặc vùng của Bạn, Bạn nghĩ những hoạt động, dịch vụ này nên được đặt ở đâu? Ai sẽ điều hành chúng?
3. Có những dạng phát triển mà Bạn nghĩ sẽ mang những lợi ích cho cộng đồng địa phương nhiều hơn du lịch bền vững? Nếu vậy, chúng là gì?



Cách lập bản đồ cộng đồng

Thành viên bao gồm nhóm hạt nhân, nhân viên của KBTB, đại diện các cơ quan nhà nước, nhà quản lý nguồn lợi và cộng đồng địa phương, lý tưởng là nên có cả nam giới và phụ nữ và cả những người có chuyên môn, nghề nghiệp khác nhau. Một số người trong nhóm đánh giá nên có những kỹ năng tốt về vẽ bản đồ.

Họp để vẽ bản đồ

Nhóm đánh giá bắt đầu cuộc họp bằng cách tự giới thiệu và thông báo cộng đồng về công việc đánh giá lập kế hoạch. Mỗi đại diện được yêu cầu tự giới thiệu bản thân. Sau đó nhóm đánh giá trình bày về những quan tâm của nhóm và giải thích mục đích của việc vẽ bản đồ và những gì mà họ mong đạt được.

Một bản đồ lớn của vùng và các vùng xung quanh được mở ra. Nếu không có bản đồ chi tiết của vùng thì một bản đồ địa hình với kích thước lớn có thể được vẽ ở trên đất hoặc trên một tấm giấy lớn/hoặc bảng. Nên bao gồm những số liệu về địa hình sau:

- Các vùng dốc – lên/xuống
- Những thông tin đơn giản về chất lượng/kiểu đất;
- Thảm thực vật;
- Các vùng sinh thái;
- Nguồn nước hiện có;
- Các điểm du lịch;
- Cơ sở hạ tầng như đường, trường, cơ sở y tế, trạm gác cảnh sát....

Khi các đặc điểm chính được vẽ, thì các thành viên có thể bắt đầu điền các điểm còn thiếu, xác định các vùng với những vấn đề riêng như:

- Thiếu nước;
- Chất lượng đất kém;
- Thảm thực vật nghèo nàn;
- Vùng động vật có vấn đề;
- Những cơ hội và tiềm năng cho việc phát triển như cơ sở hạ tầng;
- Đất nông nghiệp;
- Các vùng giải trí cộng đồng;
- Các vùng du lịch bền vững;
- Vùng có các hoạt động kinh tế (như săn bắn, chặt cây, khai thác thủy sản, những vùng tập trung)
- Những vùng thương mại;
- Giao thông/tiếp cận;
- Các vùng bảo vệ trong tương lai.

Trước khi mỗi nguồn lợi hoặc các chi tiết được đưa vào trong bản đồ, thì điều



quan trọng là người hướng dẫn để dành 5-10 phút để thảo luận. Vai trò của người hướng dẫn là đề hỏi bất cứ những cái gì được đưa vào trong bản đồ - về những tác động, lợi ích, chi phí và ảnh hưởng đến việc phát triển du lịch và những gì nên được cân bằng. Nhóm hạt nhân nên ghi lại tất cả những nhận xét và phản ảnh của tất cả các thành viên .



1 – Các điểm thu hút tự nhiên

Hướng dẫn: mô tả những gì là thu hút tự nhiên độc đáo của KBTB của Bạn. Cố gắng mô tả chi tiết và tránh chung chung như “vùng cảnh đẹp biển nhiệt đới”. Ghi chú: cột cuối cùng hỏi rằng Bạn chọn thị trường tiềm năng nào “thu hút”. Điều này có nghĩa là loại hình tham quan nào (ở bao lâu) mà điểm thu hút có thể thu hút và có thể được điều chỉnh dựa trên những thị trường chính của điểm đến.

Điểm thu hút tự nhiên Tên Mô tả và những thu hút hiện có	Mô tả vùng (khoảng cách từ điểm trung tâm hoặc sử dụng GPS)	Khả năng tiếp cận (từ đường vào chính)	Mô tả các sử dụng tiềm năng	Nhạy cảm môi trường (các vùng bãi đẻ của các loài nguy cơ, thực vật hiếm ...)	Mối quan tâm về văn hóa xã hội (niềm tin và những sử dụng truyền thống, điều cấm...)	Chọn thu hút thị trường tiềm năng
# _		Dễ (cao nhất là 1 giờ đi bộ) Trung bình (đôi, 1-2 h) Khó (leo dốc, hơn 2h)				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# _		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài



2 – Các điểm thu hút văn hoá

Hướng dẫn: Khi miêu tả các điểm thu hút về văn hoá, nói rõ các điểm độc nhất về những điểm thu hút đó và tránh miêu tả chung chung các điểm thu hút như “ Câu chuyện miệng”

Các thu hút văn hoá Tên Mô tả và thu hút hiện có	Địa điểm và Thời gian (khi nào và thường xuyên như thế nào)	Mô tả các hoạt động tiềm năng	Nhạy cảm môi trường (vùng làm tổ của những loài nguy cơ, thực vật hiếm, nguồn nước)	Quan tâm văn hoá-xã hội (sử dụng & niềm tin t. thông, phá vỡ tiềm năng, quyền sử dụng đất)	Chọn điểm thu hút thị trường tiềm năng
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài



3 - Điểm thu hút lịch sử và di sản

Hướng dẫn: khi mô tả các điểm thu hút lịch sử và di sản, trình bày những gì được xem là độc đáo về chúng và cố gắng tránh mô tả thu hút chung chung như “tượng đài”.

Thu hút lịch sử và di sản Tên, mô tả, và các thu hút hiện có	Mô tả địa điểm và tiếp cận (khoảng cách từ trung tâm hoặc sử dụng GPS)	Mô tả điều kiện hoặc công việc nâng cấp đòi hỏi để đáp ứng du khách	Nhạy cảm môi trường (vùng làm tổ của những loài nguy cơ, thực vật hiếm, nguồn nước)	Quan tâm văn hoá-xã hội (sử dụng & niềm tin t. thống, phá vỡ tiềm năng, quyền sử dụng đất)	Chọn điểm thu hút thị trường tiềm năng
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài
# _					Chuyến ngày Cuối tuần Lâu dài



4 – Các hoạt động giải trí

Hướng dẫn: mô tả những gì được xem là độc đáo về các hoạt động tiềm năng. Tránh mô tả hoạt động chung chung như “đi bộ”.

Hoạt động giải trí Tên Mô tả và những thu hút hiện có	Mô tả điểm tốt nhất để thực hiện hoạt động (khi nào và thường xuyên bao lâu)	Mức độ khó	Nhu cầu phát triển sản phẩm	Nhạy cảm môi trường (các vùng bãi đẻ của các loài nguy cơ, thực vật hiếm ...)	Mối quan tâm về văn hóa xã hội (niềm tin và những sử dụng truyền thống, điều cấm...)	Chọn thu hút thị trường tiềm năng
# __		Dễ (cao nhất là 1 giờ đi bộ) Trung bình (đôi, 1-2 h) Khó (leo dốc, hơn 2h)				Chuyển ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyển ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyển ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
# __		Dễ Trung bình Khó				Chuyển ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài

**Biểu mẫu thông kê đánh giá**

Hướng dẫn: Mỗi điểm thu hút được đề cập trong cột ở bên trái và tính tỷ lệ của mỗi loại 1-5, trong đó 5 là tỷ lệ tích cực nhất. Sau đó cộng tỷ lệ cho mỗi điểm thu hút và tổng điểm của chúng trong khung được thiết kế.

	Thu hút #1	Thu hút #2	Thu hút #3	Thu hút #4
Giá trị phong cảnh				
Đa dạng sinh học				
Giá trị văn hoá				
Giá trị lịch sử				
Sử dụng & hoạt động				
Tham gia của cộng đồng				
Điều khiển vùng				
Tiếp cận				
Phát triển sản phẩm				
Tổng cộng				
Ghi chú				

(Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)



S p x p các thu c tính ngu n l i cho các s d ng c a du khách – Ví d

Các vùng c h i tr i nghi m ngu n l i	S hi n c ó c a ngu n l i		Kh năng ngu n l i ph l p đ c các s d ng	Kh năng ngu n l i ch ng l i các s d ng	M i quan tâm t i m năng c a du khách đ n ngu n l i	Tính quan tr ng c a vùng (liên quan đ n các m c đích, ý nghĩa và nh ng ch đ thuy t minh c a KBTB)	Nh ng vùng ho c nh ng đ c đi m t m quan tr ng chính đ i v i m c đích, ý nghĩa và ch đ thuy t minh c a KBTB
	Trong KBTB	Ngoài KBTB					
Fins	3	2	5	1	5	5	Landscape Arch, Fiery Furnace
Monoliths and Walls	3	3	3	2	5	5	Delicate Arch, Windows Area, Courthouse Towers, Balanced Rock
Upland Blackbrush Flats	3	5	1	2	1	2	
Slickrock/ Petrified Dunes	3	5	4	3	2	4	
Broad Open Grassland Valley	3	3	1	1	1	2	
Rolling Topography Mixed Shrub Valley	3	4	3	2	1	2	Wolfe Ranch
Broad Open Shrubland Valley	3	3	3	1	1	1	
Ridge/Highlands	5	5	4	3	2	1	
Wash/Canyon	3	5	4	2	2	2	
River Canyon	2	2	4	3	5	2	
	1 = Duy nh t 2 = Hi m 3 = Không th ng g p 4 = Th ng g p 5 = Phong phú		1 = R t th p 2 = Th p 3 = Trung bình 4 = Cao 5 = R t cao				



S p x p các thu c tính ngu n l i cho các s d ng c a du khách – Bi u m u

Các vùng c h i tr i nghi m ngu n l i	S h i n c ó c a ngu n l i		Kh năng ngu n l i ph l p đ c các s d ng	Kh năng ngu n l i ch ng l i các s d ng	M i quan tâm t i m năng c a du khách đ n ngu n l i	Tính quan tr ng c a vùng (liên quan đ n các m c đích, ý nghĩa và nh ng ch đ thuy t minh c a KBTB)	Nh ng vùng ho c nh ng đ c đi m t m quan tr ng chính đ i v i m c đích, ý nghĩa và ch đ thuy t minh c a KBTB
	Trong KBTB	Ngoài KBTB					
	1 = Duy nh t 2 = Hi m 3 = Không th ng g p 4 = Th ng g p 5 = Phong phú		1 = R t th p 2 = Th p 3 = Trung bình 4 = Cao 5 = R t cao				

**1 – GIAO THÔNG**

Hướng dẫn: sử dụng sơ đồ này để liệt kê các con đường và những cơ sở hạ tầng hiện có và được lập kế hoạch và những dịch vụ mà du khách có thể sử dụng để tiếp cận tới các điểm đến và những điểm thu hút chính.

Các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm cho những kế hoạch cơ học, giao thông và giao tiếp có thể được liên lạc để cung cấp những thông tin này. *Chú ý: mỗi một mục liệt kê trong những vùng phục vụ liên kết với các giao thông khác. Ví dụ: sân bay quốc tế có thể có những chuyến bay nội địa đến những vùng du lịch chủ chốt trong vùng. Thuận tiện, sạch sẽ và những dịch vụ như nhà vệ sinh nên được xếp hạng dưới những Điều kiện chung. Giao thông gây ra những vấn đề môi trường chính (các con đường làm tăng sự xói lở, vì thế liệt kê các vấn đề cũng như những cơ hội tiềm năng để cải thiện tính bền vững hoặc những sáng kiến hiện có cho mỗi chiến lược (các doanh nghiệp cho sử dụng những xe được sửa lại).* (Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)

Điểm thu hút tự nhiên Tên Mô tả và những thu hút hiện có	Mô tả vùng (khoảng cách từ điểm trung tâm hoặc sử dụng GPS)	Khả năng tiếp cận (từ đường vào chính)	Mô tả các sử dụng tiềm năng	Nhạy cảm môi trường (các vùng bãi đẻ của các loài nguy cơ, thực vật hiếm ...)	Mối quan tâm về văn hóa xã hội (niềm tin và những sử dụng truyền thống, điều cấm...)	Chọn thu hút thị trường tiềm năng
#		Dễ (cao nhất là 1 giờ đi bộ) Trung bình (đôi, 1-2 h) Khó (leo dốc, hơn 2h)				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
#		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
#		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài
#		Dễ Trung bình Khó				Chuyến ngày thường Cuối tuần Ở lâu dài



2 – Tóm tắt khả năng tiếp cận

Sự hướng dẫn: xem xét lại sơ đồ 6 về giao thông và xác định những vùng chính nào cho việc cải tiến và có những cơ hội. Xác định các câu hỏi dưới đây khi Bạn thực hiện:

1. Phương tiện giao thông nào mà phần lớn du khách sử dụng để đến điểm đến/vùng tập trung?
2. Những hành khách quá cảnh có dễ dàng kết nối với những phương tiện/thông tin (taxi, xe thuê, xe buýt, trung tâm du khách, các hướng dẫn du lịch, bảng hiệu) một cách dễ dàng?
3. Có những bảng hiệu trên đường hoặc đường cao tốc để chỉ du khách đi về các vùng một cách phù hợp?
4. Những bảng hiệu này có thể hiện được tương tượng tích cực về điểm đến/vùng tập trung?
5. Những con đường và đường cao tốc có thể được sử dụng tốt hơn dưới điều kiện tài chính và chương trình hiện có? cũng như không trở nên động nghịch hơn?
6. Có những cơ hội để phát triển các loại phương tiện giao thông khác để tăng cường khả năng tiếp cận đối với các thị trường du lịch khác? Nếu có, loại phương tiện nào nên được phát triển? Xem xét các loại du khách khác nhau và làm thế nào để các kiểu giao thông có thể khuyến khích du lịch?
7. Những vấn đề xã hội và môi trường tiềm năng nào nên được xác định? Có những đề xuất đầu tiên về cách xác định các vấn đề này?
8. Có những trung tâm hoặc điểm du khách mà ở đó thông tin có thể được phân phát?
9. Những dịch vụ giao thông thông thường có hiệu quả và an toàn? Chúng có thể được cải thiện như thế nào?

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)

**3 – Các dịch vụ công cộng**

Câu hỏi	Nhận xét/đề xuất		
1. Cảnh sát địa phương có sẵn sàng thực hiện trách nhiệm điều khiển đám đông, giúp đỡ du khách, quản lý các khu vực hoang vắng tiềm năng?	Có	Không	
2. Có những dịch vụ khẩn cấp trên đường phố?	Có	Không	
3. Du khách có thể sử dụng những dịch vụ chăm sóc sức khỏe khẩn cấp ở địa phương?	Có	Không	
4. Nếu không có, bao xa đến trạm xá gần nhất?	Bao nhiêu dặm	Thời gian đến được trạm xá	
5. Có những dịch vụ cấp cứu ở trong vùng?	Có	Không	
6. Có dịch vụ cứu lửa ở địa phương?	Có	Không	
7. Nguồn cung cấp nước địa phương có thể đủ nhu cầu tăng lên của du khách cho các sử dụng uống và tắm?	Có	Không	
8. Nguồn cung cấp nước địa phương có chất lượng đảm bảo cho du khách về mùi, màu và vị?	Có	Không	
9. Có nhà vệ sinh công cộng ở các điểm đến?	Có	Không	
10. Những nhà vệ sinh công cộng có được duy trì và làm sạch?	Có	Không	
11. Có hệ thống xử lý rác thải?	Có	Không	
12. Những dịch vụ quản lý cảnh vật ở các địa điểm công cộng đảm bảo du khách sử dụng được quản lý? (thu dọn vệ sinh, chăm sóc thực vật)	Có	Không	
13. Nếu có những hệ thống xử lý rác thải công cộng, chúng có thể thực hiện thêm cho phần thải ra của du khách? Lượng thêm bao nhiêu?	Có	Không	
14. Rác thải được xử lý theo cách thân hữu môi trường và an toàn?	Có	Không	
15. Có thùng đựng rác có thể tái tạo?	Có	Không	
16. Những thùng rác thải và rác tái tạo có được duy trì và chuyển đi thường xuyên?	Có	Không	Bao lâu chuyển tác một lần? - Rác thải - Rác tái tạo
17. Những con đường và công trình công cộng có được làm vệ sinh?	Có	Không	Ai chịu trách nhiệm? Bao lâu làm vệ sinh đường phố 1 lần?
18. Những nhu cầu địa phương có thể điều khiển nhiều hơn cho các hoạt động	Có	Không	Ai quản lý việc bảo dưỡng đường phố



du lịch mà không gây ra tắc nghẽn?

19. Các nhu cầu địa phương có thể điều chỉnh giao thông nhiều hơn với nguồn kinh phí duy trì và lịch trình hiện có? Có Không

20. Có các dịch vụ điện thoại:
- Gọi trực tiếp quốc tế?
- Internet?
- Điện thoại di động? Có Không

21. Có dịch vụ ngân hàng?
- Thu đổi ngoại tệ?
- Sử dụng thẻ?
- Thu đổi ngân phiếu du lịch? Có Không

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)



4 – Đánh giá các vùng xung quanh

Hướng dẫn: Chất lượng môi trường cơ học là rất quan trọng cho du khách. Có cả nét đẹp mỹ quan và môi trường trong lành như các khía cạnh con người, xây dựng, giao thông, đường xá, nước sạch, ô nhiễm thấp nhất (bao gồm cả tiếng ồn) sẽ làm những thay đổi ý nghĩa về mức độ thoả mãn của du khách trong một kỳ nghỉ. Xem xét và xếp hạng những yếu tố sau, có thể được chỉnh sửa để phù hợp với hoàn cảnh địa phương. Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)

YẾU TỐ	ĐIỀU KIỆN CẢM NHẬN ĐƯỢC	NHẬN XÉT/ĐỀ XUẤT
Chất lượng không khí		
Mức độ ồn		
Giao thông đường bộ		
Quản lý chất thải rắn (rác)		
Điều kiện nhà và công trình xây dựng		
Nguồn nước sạch (sông...)		
Rủi ro sức khỏe		
Cảnh vật tự nhiên		
Độ lành mạnh của các điểm thu hút tự nhiên chính (bãi biển, sông...)		
Quản lý nước và chất thải		
Khác		

**Mẫu khảo sát nơi lưu trú**

Tên công ty: _____

Địa chỉ: _____

Điện thoại: _____

Loại hình lưu trú của Bạn?

Khách sạn _____ Lều/trại _____ Khu nghỉ mát _____ Vùng/điểm cắm trại _____

Nhà khách _____ Nghỉ đêm&điểm tâm _____ Nhà riêng _____ Chung cư _____

Khác _____

Đặc điểm nào phù hợp với loại hình lưu trú này nhất?

Giá trị gia đình _____ Sang trọng _____ Kinh tế _____ Khách Ba-lô _____

Khác (mô tả) _____

Số lượng mỗi loại:

Đơn: _____ Đôi: _____ Căn hộ: _____ Khác: _____ Tổng số: _____

Các tiện nghi hiện có:

Nhà hàng _____ Tiếp tân 24 giờ _____ Dịch vụ vận chuyển _____ Hồ bơi _____

Giặt là _____ Quầy hàng lưu niệm: _____ Người đưa hành lý: _____

Khác (ghi rõ) _____

Số khách trung bình được phục vụ hàng năm? _____

Tính thay đổi theo mùa vụ: Nếu có, bao nhiêu (%) vào mùa cao điểm? _____

Giá trung bình của mỗi phòng? _____ Cao: _____ Thấp: _____

Phần % các khách hàng của Bạn đến từ đâu:

Quốc gia #1: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #2: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #3: _____ % của tất cả các khách: _____

Đối với khách du lịch thì nguyên nhân chính để tham quan vùng này (đưa ra 1 nguyên nhân) là:

Văn hoá: _____ Lữ hành mạo hiểm: _____ Tự nhiên/đời sống hoang dã: _____

Lịch sử: _____ Khám phá nghệ thuật: _____ Lặn có khí tài: _____

Câu cá: _____ Bơi có ống thở: _____ Khác (nêu rõ): _____

Bạn đã quảng cáo công ty của Bạn như thế nào:

Truyền miệng: _____ Sách mỏng: _____ Công ty lữ hành: _____ Internet: _____

Trình diễn lữ hành: _____ Trung tâm thông tin du khách: _____ Bảng hiệu trên đường: _____

Khác (Nêu rõ): _____

Có bao nhiêu nhân viên làm đủ giờ và bán thời gian? _____

Bạn có làm việc với cộng đồng địa phương? Nếu có, cách làm?

Bạn có sử dụng kỹ thuật sinh thái? _____ Nêu rõ, nếu có:

**Mẫu khảo sát điều hành Tour**

Tên công ty: _____

Địa chỉ: _____

Điện thoại: _____

Mô hình nào dưới đây phù hợp nhất với việc điều hành tour của Bạn?

Lớn (>20), chỉ nội địa _____ Lớn, nội địa & quốc tế _____

Nhỏ, nội địa - cả toàn quốc _____ Nhỏ, nội địa & quốc tế _____

Nhỏ, chỉ tại vùng địa phương _____ Tour xe buýt _____ Khác (nêu rõ) _____

Bạn chủ yếu cung cấp những loại tour nào?

Văn hoá: _____ Mạo hiểm (đi xe đạp, chèo xuồng, du ngoạn) _____ Giáo dục: _____

Tự nhiên/đời sống hoang dã: _____ Bãi biển: _____ Lái tàu: _____

Lịch sử: _____ Khám phá nghệ thuật: _____ Lặn có khí tài: _____ Câu cá: _____

Bơi có ống thở: _____ Khác (nêu rõ): _____

Đặc điểm nào phù hợp với loại hình lữ hành của Bạn nhất?

Giá trị gia đình _____ Sang trọng _____ Kinh tế _____ Khách Ba-lô _____

Khác (mô tả) _____

Số khách trung bình được phục vụ hàng năm? _____

Tính thay đổi theo mùa vụ: Nếu có, bao nhiêu (%) vào mùa cao điểm? _____

Giá trung bình dao động cho tour trọn gói (bao gồm tất cả)? _____ Cao: _____ Thấp:

_____ Một ngày: _____ 1 đêm/2 ngày: _____ Cuối tuần: _____

Ngày thường: _____ trọn tuần: _____

Phần % các khách hàng của Bạn đến từ đâu:

Quốc gia #1: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #2: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #3: _____ % của tất cả các khách: _____

Bạn nghĩ nguyên nhân chính nào mà du khách sử dụng dịch vụ của Bạn?

Bạn đã quảng cáo công ty của Bạn như thế nào:

Truyền miệng: _____ Sách mỏng: _____ Công ty lữ hành: _____ Internet: _____

Trình diễn lữ hành: _____ Trung tâm thông tin du khách: _____ Bảng hiệu trên đường: _____

Khác (Nêu rõ): _____

Có bao nhiêu nhân viên làm đủ giờ và bán thời gian? _____

Bạn có làm việc với cộng đồng địa phương? Nếu có, cách làm?

Bạn có sử dụng kỹ thuật sinh thái? _____ Nêu rõ, nếu có:

Bạn mong số lượng người sử dụng dịch vụ của Bạn trong năm tới là bao nhiêu?

**Khảo sát nghệ thuật và sản phẩm địa phương**

Tên công ty: _____
Địa chỉ: _____
Điện thoại: _____

Đặc điểm nào phù hợp với hoạt động của Bạn nhất?

Công ty lớn: _____ Vừa: _____ Nhỏ: _____ Rất nhỏ: _____
Hãng sản xuất: _____ Bán sỉ: _____ Bán lẻ: _____
Khác (nêu rõ) _____

Loại hình sản phẩm mà Bạn sản xuất?

Quần áo: _____ Đan/móc: _____ Nghệ thuật: _____
Nghệ thuật dân tộc: _____ Chăn mền: _____ Đồ gốm/gạch: _____
Nội thất: _____ Hàng trang sức: _____ Vật dụng gia đình: _____
Tượng, điêu khắc gỗ: _____ Thức ăn: _____ Nước uống: _____
Khác (nêu rõ): _____

Trung bình bao nhiêu sản phẩm Bạn bán trong 1 năm? _____

Tính thay đổi theo mùa vụ: Nếu có, bao nhiêu (%) vào mùa cao điểm? _____

Loại sản phẩm Bạn sản xuất?

Giá cao: _____ Dao động trung bình: _____ Rẻ: _____

Phần % các khách hàng của Bạn đến từ đâu:

Quốc gia #1: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #2: _____ % của tất cả các khách: _____

Quốc gia #3: _____ % của tất cả các khách: _____

Bạn nghĩ nguyên nhân chính gì mà du khách mua sản phẩm của Bạn?

Bạn đã quảng cáo công ty của Bạn như thế nào:

Truyền miệng: _____ Sách mỏng: _____ Công ty lữ hành: _____ Internet: _____

Trình diễn lữ hành: _____ Trung tâm thông tin du khách: _____ Bảng hiệu trên đường: _____

Khác (Nêu rõ): _____

Có bao nhiêu nhân viên làm đủ giờ và bán thời gian? _____

Bạn có làm việc với cộng đồng địa phương? Nếu có, cách làm?

Bạn có sử dụng kỹ thuật sinh thái? _____ Nêu rõ, nếu có:

Bạn mong số lượng người sử dụng dịch vụ của Bạn trong năm tới là bao nhiêu?

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.

**Thống kê năng lực con người và thể chế (lao động)****1. Dân số trong vùng**

- a. Số lượng: _____ Xu hướng: _____
- b. Cấu trúc tuổi (số)
- | | |
|----------------|-----------------|
| Dưới 20: _____ | Xu hướng: _____ |
| 20-30: _____ | Xu hướng: _____ |
| 31-50: _____ | Xu hướng: _____ |
| 51-65: _____ | Xu hướng: _____ |

2. Cơ cấu lao động

- a. Lực lượng lao động tổng thể trong dân Xu hướng: _____
- b. Số lượng người thất nghiệp Xu hướng: _____
- c. Loại công việc Số lượng Thu nhập trung bình mỗi giờ
- | | |
|--|-------|
| Nông nghiệp: _____ | _____ |
| Khai thác: _____ | _____ |
| Xây dựng: _____ | _____ |
| Làm hăng: _____ | _____ |
| Nghề mộc: _____ | _____ |
| Giao thông: _____ | _____ |
| Buôn bán: _____ | _____ |
| Tài chính/bảo hiểm/bất động sản: _____ | _____ |
| Dịch vụ: _____ | _____ |
| Cán bộ nhà nước: _____ | _____ |
- d. Trình độ giáo dục ở địa phương: _____
- | | |
|-------------------------------|-------|
| % Tốt nghiệp cấp 1: _____ | _____ |
| % Tốt nghiệp phổ thông: _____ | _____ |
| % Có 1 bằng đại học: _____ | _____ |
| % Thạc sỹ: _____ | _____ |
| % Tiến sỹ: _____ | _____ |
- Số lượng người tham gia các khoá huấn luyện về du lịch: _____

Vị trí phục vụ du lịch (Sử dụng khảo sát dịch vụ du lịch)

Chủ đầu tư/quản lý: _____

Nhân công: _____

3. Có xu hướng kinh tế thấy rõ? Người dân di chuyển đến hay đi khỏi vùng?

Có nhóm hay kiểu người nào đấy? Những người trẻ tuổi ở lại hay đi khỏi vùng? Sau khi được đào tạo, lao động có tìm đi đến những vùng khác không?



Nhu cầu lao động du lịch

1. Nguồn lao động hiện có

- a. Nguồn lao động hiện có có đáp ứng được những nhu cầu du lịch?
- b. Nguồn lao động hiện có đang tăng lên hay giảm xuống?
- c. Nhân tố chính tác động đến xu thế này?
- d. Có hoặc sẽ có nhu cầu lao động tăng lên từ những ngành khác?
- e. Những kỹ năng đòi hỏi để làm việc trong những ngành này mà có thể chuyển sang ngành du lịch?

2. Nhu cầu lao động cho du lịch

- f. Nhu cầu lao động từ các ngành du lịch có tăng lên không? tại sao?
- g. Những nhu cầu riêng về lao động trong ngành du lịch?
- h. Những thách thức chủ chốt hoặc những cơ hội tồn tại trong cơ cấu lao động du lịch hiện tại và tương lai?



Nguồn thông tin cho việc phân tích dấu vết môi trường

Nhóm có thể bắt đầu khám phá những vấn đề về môi trường và đa dạng sinh học bằng cách xem xét các thông tin hiện có. Nguồn thông tin này bao gồm:

- Các ấn phẩm xuất bản, tổng quan tài liệu, thông tin trên mạng của các tổ chức bảo tồn và môi trường trong nước và quốc tế. Ví dụ: Tóm tắt chương trình, tổng quan các chương trình quốc gia, những xuất bản về các điểm nóng và các hồ sơ môi trường quan trọng ở địa chỉ www.cepf.net.
- Danh sách các loài có nguy cơ của IUCN ở www.iucn.org và www.redlist.org. Những danh sách này liệt kê tỷ lệ các loài đang có nguy cơ hoặc độ rủi ro cao.
- Kế hoạch quản lý của các KBTB và Vườn Quốc gia và những quy chế phân vùng (đã được soạn thảo cho các KBTB và Vườn quốc gia được xây dựng tốt)
- Báo cáo và những bài báo của các nhà khoa học và những tổ chức bảo tồn ở vùng địa phương
- Xem xét các *đánh giá sử dụng nguồn lợi tự nhiên, văn hoá và kinh tế - xã hội* để hiểu sâu về các hiện trạng văn hoá- xã hội có thể tác động hoặc những vấn đề môi trường và lợi ích đa dạng sinh học. Vấn đề và những cơ hội được xác định sẽ điền vào trong ma trận dấu vết.

Gỡ cửa các chuyên gia đa dạng sinh học và môi trường

Khi những nghiên cứu đầu tiên cung cấp đủ những cơ sở cho việc thảo luận sâu hơn, nhóm đánh giá có thể dựa trên các phỏng vấn và tư vấn với các chuyên gia môi trường và đa dạng sinh học địa phương để hiểu sâu hơn về những tác động và cơ hội tiềm năng ở trong vùng địa phương. Bao gồm:

- Nhà bảo tồn sinh học;
- Nhà thực vật học;
- Chuyên gia về đời sống hoang dã;
- Nhà sinh thái;
- Nhà nghiên cứu;
- Các giáo sư trường đại học
- Nhân viên quản lý các Vườn Quốc gia và KBTB;
- Trưởng các tổ chức, hiệp hội - những người mà tham gia tích cực vào các vấn đề bảo tồn và đa dạng sinh học tại các điểm tập trung.



Mẫu phỏng vấn cho việc phân tích dấu vết

Xin chào, Ông/Bà/Cô _____. Chúng tôi đến đây để tìm hiểu quan điểm của Ông/bà/cô về những tác động tiềm năng cũng như những cơ hội của việc phát triển du lịch bền vững ở trong vùng. (Mô tả những tiềm năng cho du lịch bền vững dựa trên những thống kê các điểm thu hút và nhu cầu thị trường).

1. Ông/Bà/Cô có nghĩ những tác động đến (nêu lên các dạng tác động phù hợp như động thực vật, nguồn lợi nước...) sẽ là gì?

2. Với những tác động mà Ông/Bà/Cô đã nêu ra, Ông/Bà/Cô có nghĩ chúng có thể chấp nhận được hoặc không thể chấp nhận được?
 - a. Nếu những tác động là không thể chấp nhận được, những quan tâm chủ yếu nào cần được xác định?

 - b. Những tác động tiềm năng này có thể được điều khiển như thế nào?

 - c. Chúng có thường xuyên/dễ dàng xảy ra không?

 - d. Những tác động này tồn tại bao lâu?

 - e. Những tác động này sẽ lan tỏa như thế nào?

3. Du lịch bền vững có thể được thay đổi để xác định những quan tâm chủ yếu và làm cho những tác động này có thể chấp nhận được?

4. Có những vấn đề nào mà việc phát triển du lịch bền vững cần phải giải quyết? (cho một số ví dụ từ ma trận của Bạn)?

5. Những bên liên quan hoặc nhóm nào sẽ cần được tham gia xác định du lịch bền vững như là một cơ hội hay đe dọa?

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.

**Mẫu ma trận dấu vết sinh thái****Mẫu ma trận dấu vết đa dạng sinh học và môi trường**

Loại đe dọa (dưới đây là những ví dụ. Điền các mô tả phù hợp cần thiết)	Tác động tiềm năng	Các cơ hội tiềm năng và những giả thiết chủ chốt	Các nhóm/ bên liên quan tham gia hoặc bị tác động	Chuyên gia/người để liên lạc	Tiềm năng cho các tác động (Điền vào mỗi ô với +, 0, -)
Săn bắt các loài có nguy cơ trong các vùng bảo vệ	Phát triển du lịch có thể cung cấp thu nhập cho cộng đồng để mua các dụng cụ săn bắn tốt hơn (súng, bẫy...)	Do có ít biện pháp thay thế, nên sử dụng săn bắt phi pháp để tăng thu nhập. Du lịch có thể cung cấp biện pháp thay thế và nguyên nhân để BV ĐS hoang dã, nâng cao nhận thức	Cộng đồng địa phương và chính quyền xung quanh KBTB KBTB	Nhà sinh học, nghiên cứu địa phương Nhân viên KBTB Chuyên gia KT-XH Khảo sát KT-XH	(-)
Sự xâm lấn nông nghiệp vào các vùng rừng chưa được bảo vệ	Phát triển du lịch có thể tăng nhu cầu cho các sản phẩm nông nghiệp, cung cấp những thu nhập cho các kỹ thuật nông nghiệp – tăng nông nghiệp	Du lịch sinh thái có thể cung cấp phạm vi tạo ra các vùng bảo vệ, có thể cung cấp những khuyến khích cho nông nghiệp bền vững và sinh thái... Việc điều chỉnh kinh tế để hình thành các vùng bảo vệ là đủ mạnh, lịch sử/văn hoá trong các KBT	Hiệp hội du lịch sinh thái địa phương Thành viên cộng đồng Trung ương, bộ và cán bộ địa phương	Cán bộ khuyến nông Nhà sinh học địa phương Nhà kinh tế học Các khảo sát kinh tế-xã hội	(-)

(Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)

**Ma trận dấu vết sinh thái**

Loại đe dọa (dưới đây là những ví dụ. Điền các mô tả phù hợp cần thiết)	Tác động tiềm năng	Các cơ hội tiềm năng và những giá thiết chủ chốt	Các nhóm/ bên liên quan tham gia hoặc bị tác động	Chuyên gia/người đề liên lạc	Tiềm năng cho các tác động (Điền vào mỗi ô với +, 0, -)

Nguồn: Gutierrez, Eileen, Kristin Lamoureux, Seleni Matus, Kaddu Sebunya. 2005. *Linking Communities, Tourism, & Conservation: A Tourism Assessment Process - Tools and Worksheets*. Conservation International and the George Washington University.)